



SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi

The Journal of Institute of Social Sciences



SELÇUK
ÜNİVERSİTESİ
YAYINLARI

E-ISSN 2667-4750

Yıl: 2024 Sayı:

54



SELÇUK ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ DERGİSİ

THE JOURNAL OF SELÇUK UNIVERSITY SOCIAL SCIENCES INSTITUTE



Yıl: 2024 - Ağustos / Sayı: 54
E-ISSN 2667 - 4750

SELÇUK ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ DERGİSİ

Yıl: 2024 • Sayı: 54 • E-ISSN 2667-4750

İmtiyaz Sahibi / Owner

Selçuk Üniversitesi adına
Prof. Dr. Hüseyin YILMAZ, Konya, Türkiye

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

Doç. Dr. Melikşah AYDIN, Konya, Türkiye

Editör Yardımcısı / Editorial Asistants

Doç. Dr. Havva Nur TARAKCI, Konya, Türkiye - Doç. Dr. Özlem ÖZGÜR, Konya, Türkiye -
Doç. Dr. Emre Osman OLKUN, Konya, Türkiye - Arş. Gör. Elif KAYA, Konya, Türkiye

Editör Kurulu / Editorial Board

Doç. Dr. Ali AKGÜN, Konya, Türkiye - Doç. Dr. Emre Osman OLKUN, Konya, Türkiye -
Doç. Dr. Havva Nur TARAKCI, Konya, Türkiye - Doç. Dr. Özlem ÖZGÜR, Konya, Türkiye -
Arş. Gör. Elif KAYA, Konya, Türkiye

Yayın Kurulu / Editorial Board

Doç. Dr. Melikşah AYDIN, Konya, Türkiye - Prof. Dr. Alexandra MUTIU, Cluj-Napoca, Romania -
Prof. Dr. Joots PLATJE, Wrocław, Poland - Prof. Dr. Karmen MEDICA, Koper, Slovenija -
Prof. Dr. Miruna NACHESCU, Timişoara, Romania, Prof. Dr. Bansi L. SAWHNEY, Baltimore, United States -
Prof. Dr. Özdemir KOÇAK, Konya, Türkiye - Prof. Dr. Onur BEKİROĞLU, Samsun, Türkiye -
Prof. Dr. Fatih MANGIR, Konya, Türkiye - Prof. Dr. Abdullah KARAMAN, Konya, Türkiye -
Prof. Dr. Rabia KÖSE DOĞAN, Konya, Türkiye - Doç. Dr. Selcen ERDAL, Konya, Türkiye -
Doç. Dr. Ali AKGÜN, Konya, Türkiye - Doç. Dr. Melikşah AYDIN, Konya, Türkiye

Alan Editörleri / Field Editors

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

Dil Editörleri / Language Editors

Prof. Dr. M. Salih GÜRAN Gümüşhane Üniversitesi, Gümüşhane, Türkiye
Doç. Dr. Huri Deniz KARCI Ankara Medipol Üniversitesi, Ankara, Türkiye

Yayın ve Etik Editörü / Publication and Ethics Editor

Doç. Dr. Emre Osman OLKUN - Selçuk Üniversitesi, Konya, Türkiye

Yöntem ve İstatistik Editörü / Method and Statistics Editors

Doç. Dr. Yunus AKDOĞAN - Selçuk Üniversitesi, Konya, Türkiye

Danışman Kurulu / Advisory Board

Prof. Dr. Metin AKSOY (Selçuk Ü., Konya, Türkiye) - Prof. Dr. Alexandra MUTIU (University of Babeş Bolyai, Cluj-Napoca, Romania)
- Prof. Dr. Murat TÜRK (Osmaniye Korkut Ata Ü., Osmaniye, Türkiye) - Prof. Dr. Joots PLATJE (University of Wrocław, Wrocław,
Poland) - Prof. Dr. Birol MERCAN (Necmettin E.Ü., Konya, Türkiye) - Prof. Dr. Karmen MEDICA (University of Primorska, Koper,
Slovenija) - Prof. Dr. Mustafa MIYNAT (Celal Bayar Ü., Manisa, Türkiye) - Prof. Dr. Zülfi Karatay Ü., Ankara,
Türkiye) - Prof. Dr. Mahmut KARGIN (Celal Bayar Ü., Manisa, Türkiye) - Prof. Dr. Haluk DUMAN (Aksaray Ü., Aksaray, Türkiye) -
Prof. Dr. Hüseyin AKTAŞ (Celal Bayar Ü., Manisa, Türkiye) - Prof. Dr. Hüseyin ÇINAR (Yıldırım Beyazıt Ü., Ankara, Türkiye) - Prof.
Dr. Mehmet MUCUK (Selçuk Ü., Konya, Türkiye) - Prof. Dr. Hakan AYDIN (Erciyes Ü., Kayseri, Türkiye) - Prof. Dr. Adnan ÇELİK
(Selçuk Ü., Konya, Türkiye) - Prof. Dr. İzzet ÖZGENÇ (Ankara Hacı B. V. Ü., Ankara, Türkiye) - Prof. Dr. Mustafa AKDAĞ (Erciyes
Ü., Kayseri, Türkiye) - Prof. Dr. Hamza ÇAKIR (Kırgızistan Manas Ü., Bishkek, Kırgızistan) - Prof. Dr. Mehmet ÖZ (Hacettepe Ü.,
Ankara, Türkiye) - Prof. Dr. İlhan KÜÇÜKKAPLAN (Pamukkale Ü., Denizli, Türkiye) - Prof. Dr. Yusuf ADIGÜZEL (Sakarya Ü.,
Sakarya, Türkiye) - Prof. Dr. Aykut BEDÜK (Selçuk Ü., Konya, Türkiye) - Prof. Dr. Çağatay ÜNÜSAN (KTO Karatay Ü., Konya,
Türkiye) - Prof. Dr. Mehmet Fatih KIRIŞÇIOĞLU (Hacı B. V. Ü., Ankara, Türkiye) - Prof. Dr. Caner ARABACI (KTO Karatay Ü.,
Konya, Türkiye) - Prof. Dr. Nezir AKYEŞİLMEN (Selçuk Ü., Konya, Türkiye) - Prof. Dr. Mustafa ŞEKER (Akdeniz Ü., Antalya,
Türkiye) - Prof. Dr. Miruna NACHESCU (University of Timişoara, Timişoara, Romania) - Prof. Dr. Bansi L. SAWHNEY (University of
Baltimore, Baltimore, United States) - Assist. Prof. Luca FERRI (University of Naples Federico II, Napoli, Italy) - Prof. Dr. Barbara
PISKER - (University of Zagreb, Zagreb, Croatia)

SELÇUK ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ DERGİSİ

Yıl: 2024 • Sayı: 54 • E-ISSN 2667-4750

Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisinin Yer Aldığı İndeksler:

TÜBİTAK - ULAKBİM TR Dizin,
MLA (Modern Language Association Database),
EBSCO - Central & Eastern European Academic Source (CEEAS),
ERIHPLUS (European Reference Index for the Humanities and Social Sciences),
ProQuest | Ulrich's Periodicals Directory,
DOAJ: Directory of Open Access Journals,
EBSCO – SocINDEX
Index Islamicus

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) Ulusal hakemli bir dergidir. Dergimizde yayınlanan makalelerdeki her türlü sorumluluk yazarlara aittir.

SELÇUK ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ DERGİSİ

Yıl: 2024 • Sayı: 54 • E-ISSN 2667-4750

İÇİNDEKİLER / CONTENTS

Üniversite Öğrencilerinin Gelişim Düzeylerine
Kaygının Etkisi: Pandemi Döneminde Kesitsel Bir
Çalışma

The Effect of Anxiety on the Thriving Levels of
University Students: A Cross-Sectional Study
During the Pandemic

(Araştırma/Research)

Kemal Baş

1 – 14

Kripto Para Yatırımcıları Üzerine Nitel Bir
Araştırma

A Qualitative Research on Cryptocurrency
Investors

(Araştırma/Research)

Özge Çelik

15 – 32

Deprem Sonrası Zorunlu Uzaktan Eğitim
Sürecinde Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Onay
İhtiyacı ile Öz Anlayışları Arasındaki İlişkide
Depresyonun Aracı Rolü

The Mediator Role of Depression in the
Relationship between Social Approval Needs and
Self-Compassion Among University Students in
Distance Education

(Araştırma/Research)

Ayşe Eliüşük Bülbül

33 – 44

The Perception of The Laz People in Ekşi Sözlük:
Patriotic, Intelligent and Humorous People

Ekşi Sözlükte Laz Algısı: Vatansever, Zeki ve
Komik İnsanlar

(Araştırma/Research)

Musa Yavuz Alptekin – Sümeyye Yazıcı

45 – 60

Aile Katılımlı Matematik Programının Çocukların
Matematik Becerilerine Etkisi: Boylamsal Çalışma

The Effect of Mathematics Program with Family
Participation on Children's Mathematics Skills:
Longitudinal Study

(Araştırma/Research)

Yasemin Yüzbaşıoğlu – Cengiz Çelik – Numan Saraç

61 – 73

Muhasebe Eğitiminde Ters Yüz Edilmiş Sınıf
Modeline Yönelik Sağlık Yönetimi Bölümü
Öğrencilerinin Tutumlarının İncelenmesi

Examination of the Attitudes of Health
Management Department Students Towards the
Flipped Classroom Model in Accounting
Education

(Araştırma/Research)

Emre Akgün – Seyhan Çil Koçyiğit

74 – 87

Foot Operasyonu: Birleşik Krallık ve Sovyetler
Birliği Arasında Yaşanan Bir Casusluk Krizinin
Analizi

Operation Foot: Analysis of an Espionage Crisis
Between The United Kingdom and The Soviet
Union

(Araştırma/Research)

İbrahim Çağrı Erkul

88 – 101

Uluslararası İlişkilerde Yapı-Yapan Tartışması ve
Eleştirel Gerçekçilik

Agent-Structure Debate in International Relations
and Critical Realism

(Araştırma/Research)

Yasin Avcı – Hakan Morçişek

102 – 122

Türkiye'deki Yalın Dönüşüm Uygulamalarında
Değer Akışı Haritalaması: Sistemik Literatür
Taraması

Value Stream Mapping in Lean Transformation
Implementation in Türkiye: Systematic Literature
Review

(Araştırma/Research)

Safa Külahlı – Vural Çağlıyan

123 – 139

Lise Öğrencileri Arasında FoMO ve Sosyal Medya
Bağımlılığı İlişkisinde Can Sıkıntısının Aracılık Rolü

The Mediating Role of Boredom in the
Relationship between FoMO and Social Media
Addiction among High School Students

(Araştırma/Research)

Hamide Sarıtaş – Şükrü Balcı – Ebru Solak

140 – 158

Bütünlüğü Bozulmuş Aile Yapısının Eğitime Etkisi:
Ortaöğretim Öğrencilerinin Deneyimlerine Göre
Bir İnceleme

The Effect of Disintegrated Family Structure on
Education: An Investigation According to the
Experiences of Secondary School Students

(Araştırma/Research)

Taner Atmaca – Senem Kılıç

159 – 174

Sanal Ürünler ve Değişen Tüketim: Sanal Ürün
Tüketimini Dijital Oyunlar Üzerinden Okumak

Virtual Products and Changing Consumption:
Reading Virtual Product Consumption Through
Digital Games

(Araştırma/Research)

İbrahim Kahraman – Ahmet Tarhan
175 – 192

Avrupa'da Aşırı Sağ Politikaların Yükselişi ve
Göçmen Sorununun Avrupa Medyasına Yansımaları

The Rise of Far-Right Politics in Europe and the
Reflection of the Immigration Issue on the
European Media

(Araştırma/Research)

Zühal Fidan Baritci
193 – 212

Kütahya Ali (Alo) Paşa Camii'nin Çini Süslemeleri

Tile Decorations of Kütahya Ali (Alo) Pasha
Mosque

(Araştırma/Research)

Dilek Çakır
213 – 232

Devlet Başkanının Sorumluluğu Yönünden Türk
Anayasalarının Karşılaştırılması

Comparison of Turkish Constitutions in Terms of
the Responsibility of The Head of State

(Araştırma/Research)

Muhammet Esat Bolat – Mehmet Hatipoğlu
233 – 251

Siyasal İletişim Faaliyetlerinde Söylem: X Üzerine
Bir Araştırma

Discourse in Political Communication Events: A
Research on X

(Araştırma/Research)

Mehmet Fatih Karaca – Pakize Kazancı – Güler Uzun
252 – 284

2023 Yılı Ödül Almış Gıda Ambalaj Tasarım
Trendleri: Pentawards Örneği

Award-Winning Food Packaging Design Trends of
2023: Pentawards Example

(Araştırma/Research)

Elif Arzen Demirel İnal – Elif Tarlakazan
285 – 299

Türkiye’de Cinsiyete Dayalı İşsizlik Histerisinin
Sınanması

(Araştırma/Research)

Testing Gender-Based Unemployment Hysteresis
in Türkiye

Mustafa Serdar Acar – Haldun Soydal
300 – 311

Türkiye’de Kefalet Sigortasına İlişkin Bir
Değerlendirme ve Yarı Yapılandırılmış Nitel
Görüşme Tekniği ile Sektör Araştırması

(Araştırma/Research)

An Assessment and Sector Research Using Semi-
Structured Qualitative Interview Technique on
Surety Insurance in Türkiye

Muharrem Umut – Merve Emircan Güler
312 – 324

Mekânın Anlamsal Eşiği: Tanpınar’ın 'Beş Şehir
‘inde Kapıların Anlamı

(Araştırma/Research)

The Semantic Threshold of Space: The Meaning of
Doors in Tanpınar's 'Beş Şehir'

Güler Karabekir – Emre Demirel
325 – 341

Makroekonomik İstikrarın Ekonomik Büyümeye
Etkisi: OECD Ülkeleri Üzerine Bir Uygulama

(Araştırma/Research)

The Effect of Macroeconomic Stability on
Economic Growth: an Application on OECD
Countries

Hüseyin Enes Erkoçak – İbrahim Erem Şahin
342 – 356

Analysing Corporate Identity in Office Design
With a Case Study Model

(Araştırma/Research)

Ofis Tasarımında Kurumsal Kimliğin Durum
Çalışması Modeli ile Analiz Edilmesi

Mehmet Noraslı – Hatice Çınar
357 – 370

Rus İmparatorluk Jeopolitiğinin ve İdeolojisinin
Tahayyülü Olarak Yeni Avrasyacılık

(Araştırma/Research)

Neo Eurasianism: as the Imagination of a Russian
Imperial Geopolitics and Ideology

İbrahim Kurnaz
371 – 391

İnternet Reklamına Yönelik Fiziksel Tepkilerin
Ölçülmesi: Banner Reklamlar Üzerine Araştırma
(Araştırma/Research)

Measuring Physical Reactions Towards Internet
Advertising: Research on Banner Advertisements

Bahadır Burak Solak – Özen Okat
392 – 412

Gaziantep Şeriye Sicilleri Üzerinden Bir Tipoloji
Denemesi (1696-1831)
(Araştırma/Research)

A Typology Experiment Based on Gaziantep Kadi
Records

Büşra Sağlam Doruk – Hicran Hanım Halaç
413 – 425

The Role of Talent Management in Increasing
Organizational Commitment of Employees
(Araştırma/Research)

Çalışanların Örgütsel Bağlılığının Artırılmasında
Yetenek Yönetiminin Rolü

Zehranur Sanioğlu Tanış
426 – 438

Management Accounting Practices of 4 and 5 Star
Hotels in Konya Province
(Araştırma/Research)

Konya İlinde Faaliyet Gösteren 4 ve 5 Yıldızlı
Otellerin Yönetim Muhasebesi Uygulamaları

Ali Kurnaz – Semih Büyükipekci
439 – 452

Türkiye’de Somut Olmayan Kültürel Mirasın
Medyaya Yansıması ve Kültür Endüstrisi Sorunu
(Araştırma/Research)

Media Reflection of Intangible Cultural Heritage in
Turkey and the Problem of Culture Industry

Elif Pınar Kılınç
453 – 469

E-Wom’un Tekrar Satın Alma Niyetine Etkisi
(Araştırma/Research)

The Effect of E-Wom on Repurchase Intention

Vasviye Özlem Akgün – Hulusi Can Altay
470 – 488

Konya'nın Sosyal İşareti: Şivlilik | Social Sign of Konya: Shivlilik
(Araştırma/Research)

İslam Can – Hüseyin Özil
489 – 507

Üniversite Öğrencilerinin Gelişim Düzeylerine Kaygının Etkisi: Pandemi Döneminde Kesitsel Bir Çalışma

Kemal BAŞ* 

ÖZ

Bütün dünya, etkisi azalarak da olsa halen devam eden bir pandemi sürecinden geçmiştir. 2019 yılının sonlarında Çin'de ortaya çıkan ve yeni tip korona virüs (COVID-19) olarak adlandırılan bu salgın hastalık, taşıdığı ölümcül risk yüzünden dünya üzerinde yer alan tüm toplumlarda büyük bir endişe ve kaygının yaşanmasına neden olmuştur. Covid-19 süreci herkesi aynı düzeyde etkilememekle birlikte bazı insanlar bu süreç içerisinde fazla kaygılanmakta ve panik yapmaktadır. Bu çalışma da üç farklı bölümde öğrenim gören üniversite öğrencilerinin Covid-19 pandemisi sürecinde yaşadıkları kaygının başarı düzeylerine etkisini incelemek amaçlanmıştır. Kesitsel türdeki bu çalışma 01.01.2022-28.01.2022 tarihleri arasında Acil Yardım ve Afet Yönetimi, Sosyal Hizmet ve Sağlık Yönetimi bölümlerinden 571 öğrencinin katılımı ile gerçekleştirilmiştir. Araştırma verileri, sınıflarda görev yapan öğretim üyeleri tarafından yüz yüze ölçek uygulanarak toplanmıştır. Katılımcılara ait veriler SPSS 26 yazılımıyla analiz edilmiştir. Öğrencilerde yaşanan kaygının gelişme durumlarını etkisi Yaygın Anksiyete Bozukluğu ve Gelişim ölçeği kullanılarak değerlendirilmiştir. Kaygı, öğrencilerin gelişme durumu üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Öğrencilerin kaygı puanları ile değişkenler arasında istatistiksel açıdan önemli farklılık tespit edilememiştir. Son sınıf öğrencilerin öğrenme ve gelişme düzeylerinin 2. ve 3. sınıf öğrencilerine göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Öğrenciler orta düzeyde kaygı yaşamıştır ve kaygı düşük bir seviyede öğrencilerin gelişmesine etki etmiştir.

Anahtar Kelimeler: Anksiyete, Gelişim, Covid-19, Üniversite Öğrencileri.

The Effect of Anxiety on the Thriving Levels of University Students: A Cross-Sectional Study During the Pandemic

ABSTRACT

The whole world has gone through a pandemic that still continues, albeit with a diminishing effect. This epidemic, which emerged in China at the end of 2019 and called the new type of corona virus (COVID-19), has caused great concern and anxiety in all societies around the world due to the deadly risk it carries. Although the Covid-19 process affects everyone at the same level, some people worry too much and panic during this process. This study aims to examine the effect of the anxiety experienced by university students studying in three different departments on their thriving levels during the Covid-19 pandemic. This cross-sectional study was carried out between 01.01.2022 and 28.01.2022 with the participation of 571 students from the departments of Emergency Aid and Disaster Management, Social Work, and Health Management. Study data were collected by the faculty members working in the classrooms by applying a face-to-face scale. The data of the participants were analyzed with SPSS 26 software. The effect of anxiety on students' thriving was evaluated using the generalized anxiety disorder and thriving scale. Anxiety has a significant effect on students' thriving status. No statistically significant difference was found between the anxiety scores of the students and the variables. It was determined that senior students' learning and thriving levels were higher than those of 2nd and 3rd-grade students. Students experienced moderate level of anxiety and anxiety affected students' development to a low level.

Keywords: Anxiety, Covid-19, Thriving, University Students.

1. Giriş

Küreselleşme ve dünya çapında yaşanan pandemiler özellikle işsizliği artırmakta ve doğal olarak üniversite öğrencilerinin mezuniyet sonrası kaygı düzeylerini artırmaktadır (Deng vd., 2021). Pandemi sebebiyle her geçen gün hastalanıp ölen insan sayısının artması ve salgının uzun süre devam etmesi, büyük ekonomik kayıplara ve yüksek psikososyal risklere neden olmaktadır. Farklı ülkelerde yaşayan bireylerin Covid-19 enfeksiyonuna karşı tutumları farklı olsa da çalışmalarda gözlemlendiği üzere iş kayıpları, sosyal

* **Corresponding Author/Sorumlu Yazar**, Arş. Gör./Res. Asist., Selçuk Üniversitesi, Konya, Türkiye/ Selçuk University, Konya, Türkiye, kemal.bas@selcuk.edu.tr

Makale Gönderim ve Kabul Tarihleri/Article Submission and Acceptance Dates: 26.08.2023-09.06.2024

Citation/Atf: Baş, K. (2024). Üniversite öğrencilerinin gelişim düzeylerine kaygının etkisi: pandemi döneminde kesitsel bir çalışma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 54, 1-14. <https://doi.org/10.52642/susbed.1350387>

This work is licensed under Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License



izolasyon, artan ölüm oranları, hayatın rutininden uzaklaşma, dini ritüelleri yerine getirememeye gibi faktörler kaygı oranını artırmaktadır (Lee, 2020). Anksiyete, algılanan bir tehdit veya tehlikeye karşı verilen sistematik bir tepkidir ve kişinin iç dünyasından kaynaklanabileceği gibi dış dünyadan da kaynaklanabilir. Kaygı sırasında birey kendini telaşlı ve olumsuz bir şey olacakmış gibi bir ruh hali içinde hisseder. Durumluk kaygı genellikle çevresel stres faktörlerinden kaynaklanır ve bireyde ortaya çıkan geçici bir duygusal durum olarak kendini gösterir. Sürekli kaygı ise bireyin içinde bulunduğu durumdan bağımsız olarak gelişen ve bireyin davranışlarını etkileyerek yaşamı boyunca devam eden bir durum olarak tanımlanmaktadır (Persaud vd., 2024). Bireysel faktörlerin yanı sıra akademik faktörler de öğrencilerin kaygı düzeyini etkileyebilir (Bernaras Iturrioz vd., 2018). Üniversite yaşamında strese neden olan faktörler kişisel, sosyal ve akademik faktörler olmak üzere üç grupta incelenebilir. İlk olarak, kişisel faktörler cinsiyet, ailenin sosyoekonomik düzeyi, kişilik ve okul başarısıdır (Cleary vd., 2012). İkinci olarak, aile ve arkadaş ilişkilerinden kaynaklanan sosyal faktörler gelmektedir (Özkul & Günüşen, 2021). Son olarak, okulda derslerin olmaması, öğretim üyeleriyle iletişim kuramama ve gelecekte iş bulamama gibi akademik faktörler vardır (Debowska vd., 2020). Üniversite öğrencilerinin yaşadığı sosyal kaygı yaşam kalitesini düşürmekte ve bireysel gelişimlerine önemli ölçüde zarar vermektedir (Gültekin & Dereboy, 2011). Gerek alınan önlemler gerekse insanların hastalığı önleme çabaları sonucunda hayatın normal akışının bozulması ve ortaya çıkan izole yaşam, öğrencilerin ruh sağlığını olumsuz etkilemekte ve kalıcı psikolojik sıkıntı risklerini artırmaktadır (Husky vd., 2020).

Hayatın normal akışının bozulması, sosyal yaşamın kısıtlanması, hastalığa yakalanma korkusu ve ölüm kaygısı, bir yakını kaybetme ya da kaybetme korkusu, iş ve çalışma hayatının olumsuz etkilenmesi sonucu ekonomik sorunlar gibi birçok faktör pandemi süreçlerinde öğrencilerde depresyon ve kaygı riskini artırmıştır (Islam vd., 2020; Shafiq vd., 2021). Hunt ve arkadaşları, üniversite öğrencilerinin ruh sağlığı sorunları geliştirme olasılığının daha yüksek olduğunu göstermiştir (Hunt & Eisenberg, 2010). Bir araştırmada, üniversite karantinası ve sosyal mesafe önlemlerinin, bireylerin sosyal ilişkilerini bozduğu ve depresyon, anksiyete, stres ve yalnızlık düzeylerini artırdığı tespit edilmiştir. (Elmer vd., 2020). Bir diğer çalışmada çalışmaya katılanların yarısının orta veya şiddetli anksiyete belirtileri, üçte birinin ise şiddetli anksiyete belirtileri yaşadığını bildirmiştir. Kadın cinsiyet, hastalığı düşündürülen semptomlara sahip olma ve algılanan sağlık durumu risk faktörleri olarak kaydedilmiştir. Cao ve meslektaşları, üniversite öğrencilerinin %25'inin akademik kaygılar, finansal kaygılar ve Covid-19'un günlük yaşamları üzerindeki etkisi konusunda endişe yaşadıklarını tespit etmiştir (Cao vd., 2020). Koronavirüs salgını döneminde bireylerin psikolojik dayanıklılık düzeylerinin azaldığı ve dayanıklılık düzeyi düşük olan kişilerin bu süreçte daha fazla korku yaşadığı gözlemlenmiştir (Bilge & Bilge, 2020; Çelebi, 2020)

Covid-19 kaygısının üniversite öğrencilerinin yaşamları üzerinde olumsuz etkileri vardır. Bunlardan bazıları kaygı düzeyinin artması, öğrencilerin davranışsal olarak geri çekilmesi, inkâr, alkol tüketimi ve yatıştırıcı ilaç kullanımıdır (Savitsky vd., 2020). Bu süreçte ergenlerin stres, kaygı, korku, umutsuzluk, yalnızlık, sinirlilik, dikkatsizlik, sosyal kaygı ve depresyon gibi deneyimler yaşadıkları dikkat çekmektedir (Gritsenko vd., 2021). Öte yandan, öğrencilerin bireysel ve akademik başarılarının gelişmesi, hem canlı bir ruh haline sahip olmaları hem de öğrenme düzeylerinin yüksek olmasıyla ilişkilidir (Porath vd., 2012). Bireyin gelişme durumu hem canlılık hem de öğrenme ile paralel olan ayrılmaz bir süreçtir (Savitsky vd., 2020). Gelişen insanlar, beden, zihin ve ruhun sosyal ve doğal çevrede tamamen işlevsel bir şekilde yaşamak için bir araya geldiği, sağlık odaklı optimal bir yaşam tarzı ve esenlik halindedir (Savitsky vd., 2020). Kampüs katılımı, liderlik eğitimi, uygulamalı eğitim, sosyal-spor faaliyetleri ve öğrenci-fakülte ilişkileri öğrencilerin başarılı olma becerilerini artıracak faaliyetlerdir. Afro-Amerikan öğrenciler için kampüs katılımı, özellikle de bu katılım liderlik fırsatlarını içerdiğinde, başarılı olma becerilerine doğrudan katkıda bulunmuştur (Schreiner, 2014).

Önceki araştırmalar, gelişen öğrencilerin içsel olarak motive olduklarını ve yetenekleri ve ilgi alanlarından enerji aldıklarını göstermiştir (Brown vd., 2017). Bir öğrencinin motivasyonu, öğrenmeye olan bağlılığını oluşturmak için önemlidir ve bu öğrenme arzusu tüm popülasyonlarda gelişimle ilişkilidir. Üniversite öğrencileri kaygı ve stres yaşadıklarında, öğrenme isteklerinde azalma olabilir (Duraku, 2017). Kaygı ve stres, öğrencilerin öğrenme performansını ve hem derslere hem de sosyal etkinliklere katılımını azaltabildiği gibi, başarılı olmak için gerekli olan öğrenme ve canlılık algısını da azaltabilir. Üniversiteler,

pandemi sürecinin başında gerekli altyapının olmaması ve strateji eksikliği nedeniyle çevrimiçi eğitime geçişte zorluklar yaşamıştır. Ayrıca birçok yoksul öğrenci de çevrimiçi derslere erişimde sorun yaşamıştır. Tüm öğrencilerin aynı ekonomik statü ve imkânlarla sahip olmaması da online eğitimden eşit şekilde faydalanmalarının önünde bir engel oluşturmuştur.

Hakami ve ark. tarafından Suudi Arabistan'daki dış hekimliği fakültesi öğrencileri üzerinde yapılan bir çalışmada, öğrencilerin %28,6'sının (n=199) depresyon, %17,43'ünün (n=121) anksiyete ve %14,66'sının (n=102) stres yaşadığını bildirilmiştir (Hakami vd., 2021). Aslan ve Pekince'nin Türkiye'de 3 farklı üniversitede hemşirelik öğrencileri ile yaptığı çalışmada, kız öğrencilerin daha stresli olduğu, genel olarak öğrencilerin orta düzeyde stres yaşadıkları belirlenmiştir (Algılanan stress puanı: 31.69 ± 6.91) (Aslan & Pekince, 2021). Öğrencilerin yoğun stres, kaygı, korku, umutsuzluk, düşük bağışıklık, yalnızlık, düşük psikolojik dayanıklılık, uyku sorunları, sağlık kaygısı, sinirlilik, dikkatsizlik, somatik belirtiler, sosyal kaygı ve depresyon yaşadıkları gözlemlenmiştir (Ikizer vd., 2021). İspanya'da yapılan bir araştırmaya göre, öğrencilerin kaygı düzeyi $50,4+20,8$ iken, karantina döneminde e-öğrenmeye geçiş sırasında öğrencilerin kaygı düzeyi $59,9+10,6$ olmuştur (García-González vd., 2021). Cao ve arkadaşları tarafından Çin'deki bir tıp fakültesinden öğrencilerin katılımıyla gerçekleştirilen bir çalışmada, katılımcıların %0,9'unun şiddetli, %2,7'sinin orta ve %21,3'ünün hafif düzeyde anksiyete yaşadığı görülmüştür (Cao vd., 2020). Çalışma sonuçlarında; salgının öğrencilerin akademik faaliyetlerine olan etkilerinin yanı sıra günlük yaşamlarına olan etkilerinin de öğrencilerin kaygı belirtileri ile ilişkili olduğu gösterilmiştir. Türkiye'de 2005 yılında kurulan Acil Yardım ve Afet Yönetimi (EDM) lisans bölümü bulunmaktadır. Bölüm mezunları Türkiye İtfaiyesi, Acil Servis, Ulusal Medikal Kurtarma Ekipleri, Kızılay ve Belediye Afet Birimi'nde önemli görevler üstlenmektedir. Afet sonrasında da Sosyal Hizmet ve Sağlık Yönetimi çalışanları afetlerle ilgili kurum ve kuruluşlarda çalışmaktadır. Dolayısıyla çalışanların mesleklerini profesyonelce yapabilmeleri için zihinsel olarak zinde olmaları ve eğitimlerinin kesintisiz devam etmesi gerekmektedir. Covid-19 salgınının öğrencilerin stres düzeyine ve stres düzeyinin başarılarına etkisinin incelenmesi için alınacak önlemler önem arz etmektedir. Bu çalışmanın amacı Acil Yardım ve Afet Yönetimi (AYAY), Sağlık Yönetimi (Khoshaim vd., 2020) ve Sosyal Hizmet (SH) öğrencilerinin akademik başarılarında kaygı ve gelişme düzeyi arasındaki ilişkiyi incelemektir.

2. Materyal Metod

2.1. Katılımcılar

Ölçek verileri 03.01.2022-24.01.2022 tarihleri arasında toplanmıştır. AYAY, SH ve SY bölümlerinden toplam 571 öğrenci ankete katılmayı kabul etmiştir. Örneklem büyüklüğü, evren sayısının bilindiği formüle göre hesaplanmış ve %95 güven aralığı ve %5 örnekleme hatası ile minimum 295 öğrenciye ölçek uygulanması gerekmektedir (Charan & Biswas, 2013).

2.2. Veri Toplama Aracı

Veri toplama aracı 3 bölümden oluşmaktadır. Veri toplama aracının ilk bölümünde öğrencilerin sosyo-demografik özellikleri ve Covid-19 salgınına ilişkin sorular yer almıştır. Pandemi ile ilgili sorular, katılımcıların Covid-19 pozitif olup olmadıklarını (herhangi bir zamanda), Covid-19 pozitif olan akrabaları olup olmadığını (herhangi bir zamanda), Covid-19 virüsü kapmaktan endişe edip etmediklerini ve Covid-19 vakalarını günlük olarak takip edip etmediklerini içermektedir.

İkinci bölüm, 7 maddelik Yaygın Anksiyete Bozukluğu (YAB-7) ölçeğinin maddelerinden oluşmaktadır. Bu ölçek Spitzer ve ark. (Spitzer et al., 2006) tarafından geliştirilmiş ve Konkan ve diğerleri (Konkan vd., 2013) tarafından Türkçeye uyarlanmıştır. Amerikan Psikiyatri Birliği, revize edilmiş DSM 5 kriterlerini kullanarak yaygın anksiyete bozukluğunun (YAB) şiddetini değerlendirmek için etkili bir araç olarak YAB-7 ölçeğini önermektedir (Toussaint vd., 2020). YAB gibi anksiyete bozukluklarını teşhis etmek, taramak ve şiddetini ölçmek için kullanılabilir. Bu ölçek, önceki iki hafta içindeki deneyimleri değerlendiren 7 maddeli ve dörtlü Likert tipi bir ölçektir (0 = hiç, 1 = birkaç gün, 2 = günlerin yarısından fazlası, 3 = neredeyse her gün). Bu ölçekten elde edilen puanlar dört grupta sınıflandırılmaktadır. Bu gruplara göre 0-4 puan minimal kaygıyı, 5-9 puan hafif kaygıyı, 10-14 puan orta kaygıyı ve 15-21 puan şiddetli kaygıyı göstermektedir.

Konkan ve arkadaşları YAB-7 ölçeğinin Cronbach's alfa değeri 0,88 ile iyi bir iç tutarlılığa sahip olduğunu bildirmiştir.

Veri toplama aracının üçüncü bölümünde Porath ve diğerleri tarafından geliştirilen (Porath vd., 2012) ve Ozcan ve diğerleri (Ozcan vd., 2023) tarafından Türkçeye uyarlanan gelişme ölçeğinin maddeleri yer almaktadır. Bu ölçeğin canlılık ve öğrenme olmak üzere iki alt boyutu vardır. Her bir alt boyutta 5 madde bulunmaktadır. Katılımcılar yanıtlarını 6'lı Likert tipi bir ölçek kullanarak değerlendirmektedir (6 = kesinlikle katılıyorum; 1 = kesinlikle katılmıyorum).

2.3. Veri Analizi

Veriler SPSS 26 istatistik paket programı kullanılarak analiz edilmiştir. İlk olarak verilerin normal dağılımı incelenmiştir. Normal dağılımı test etmek için çarpıklık ve basıklık değerleri kullanılmıştır. Kline'a (Kline, 2023) göre çarpıklık değerleri ± 3 'ü, basıklık değerleri ise ± 10 'u geçmemelidir. Bu çalışmada, kaygı ve heyecan ölçeği için çarpıklık değeri 0,764 ile 0,277 arasında, basıklık değeri ise 0,176 ile 0,175 arasında değişmektedir. Bu sonuç, verilerin normal dağılıma sahip olduğunu göstermektedir. Bu nedenle, kaygı, başarılı olma ve alt boyutları puanlarının sosyo-demografik özelliklere ve Covid-19 salgınıyla ilişkili diğer değişkenlere göre anlamlı bir şekilde farklılaşıp farklılaşmadığını analiz etmek için parametrik testler kullanılmıştır. Tek yönlü ANOVA ve bağımsız örneklem t-testi kullanılmıştır. Gruplar içindeki anlamlı farklılıkları belirlemek için Tek Yönlü ANOVA'dan sonra post hoc analizler yapılmıştır. Eşit varyanslar varsayıldığında, Tukey HSD testi ve Scheffe testi uygulanmıştır. Ancak, eşit varyanslar varsayılmadığında, Tamhane testi ve Dunnett's T3 testi post hoc analizleri olarak kullanılmıştır (Weinberg & Abramowitz, 2016). Kaygı ve başarılı olma arasındaki ilişkiyi tespit etmek için Pearson korelasyon testi kullanılmıştır. Pearson korelasyon analizi, verilerin normal dağılım gösterdiği ve aralıklı ölçeklerle ölçüldüğü durumlarda uygundur (Carifio & Perla, 2008). Ardından, kaygının başarılı olma üzerindeki etkisini test etmek için çoklu doğrusal regresyon analizi kullanılmıştır. Regresyon analizi yapılmadan önce, bağımsız değişkenler arasında güçlü bir doğrusal bağımlılık olup olmadığını analiz etmek için çoklu doğrusal kontrol edilmiştir (Giacalone vd., 2018). Çoklu doğrusal bağlantıyı kontrol etmek için bir kriter, 10'un altında olması gereken Varyans Enflasyon Faktörünü (VIF) belirlemektir. Bu çalışmada, VIF değeri 1.003-1.047 olarak bulunmuştur ve bu da çoklu doğrusal sorunu olmadığını göstermektedir.

2.4. Araştırmanın Etik Yönü

Çalışmanın yapılabilmesi için Selçuk Üniversitesi Tıp Fakültesi Yerel Etik Kurulu'ndan (E-70632468-050.01.04-198411, 24.12.2021 tarihli) izin alınmıştır. Çalışmaya dahil edilen tüm öğrencilere araştırmanın amacı ve formun nasıl doldurulacağı hakkında bilgi verilerek araştırmaya gönüllü katılmaları sağlanmıştır. Katılımcılara kimlik bilgileri ile anket formunda verdikleri tüm cevapların gizli tutulacağı güvencesi verilmiştir.

2.5. Bulgular

Öğrencilerin çoğunluğu kadındır (%71,7) ve %40,6'sı AYAY ve üçte biri Sağlık Yönetimi bölümü öğrencisidir. Öğrencilerin yaş ortalaması 21.4 ± 1.4 iken en genç öğrenci 19, en yaşlı öğrenci ise 33 yaşındadır. Öğrencilerin üçte biri, ikinci sınıf (%33,5) öğrencisidir. Yarısına yakını (%40,6) Acil Yardım ve Afet Yönetimi, %34,2'si Sağlık Yönetimi öğrencisidir. Öğrencilerin %13,3'ü son sınıf, %25,0'ı birinci sınıf öğrencisidir. Öğrencilerin yarısından fazlasının (%72,1) Covid-19 olmadığı tespit edilmiştir. Ayrıca, öğrencilerin çok az bir kısmı (%9,9) akrabalarının Covid-19 olmadığını belirtmiştir. Beklenenden az bir şekilde, öğrencilerin %37,0'si Covid-19 olmaktan endişe duyduklarını belirtmiştir (Tablo 1).

Tablo 1. Öğrencilerin Sosyo-Demografik Özellikleri (n=579)

Özellikler	n	%
<u>Cinsiyet</u>		
Erkek	164	28.3
Kız	415	71.7
<u>Medeni Durum</u>		
Evli	5	0.9
Bekar	574	99.1
<u>Yaş</u>		
18-21	321	55.4
22-33	258	44.6
<u>Department</u>		
Acil Yardım ve Afet Yönetimi	235	40.6
Sosyal Hizmet	146	25.2
Sağlık Yönetimi	198	34.2
<u>Sınıf</u>		
Birinci sınıf	145	25.0
İkinci sınıf	194	33.5
Üçüncü sınıf	163	28.2
Dördüncü sınıf	77	13.3
<u>Covid-19 pozitif olma</u>		
Evet	161	27.9
Hayır	417	72.1
<u>Herhangi bir akrabasının Covid-19 pozitif olması</u>		
Evet	521	90.1
Hayır	57	9.9
<u>Covid-19 virüsü kapma endisesi</u>		
Evet	214	37.0
Hayır	364	63.0
<u>Covid-19 vakalarını günlük olarak takip etmek</u>		
Evet	108	18.7
Hayır	471	81.3

Araştırma sonucunda öğrencilerin YAB-7 ve gelişim boyutu puanları orta aralıkta bulunmuştur. Ayrıca, canlılık alt boyutu ortalama puanı, öğrenme alt boyutu ortalama puanından daha düşük bulunmuştur. Cronbach alfa değerleri değerlendirildiğinde, YAB-7 ölçeği ile gelişen ölçek iyi bir iç tutarlılık göstermektedir, $\alpha > 0.70$ (Tablo 2) Öğrencilerin kaygı düzeyleri ile başarılı olma düzeyleri arasındaki negatif korelasyon bulunmaktadır ($r=-0.147$, $p<0.01$). Benzer şekilde kaygı düzeyi ile öğrenme arasında negatif korelasyon vardır ($r=-0.121$, $p<0.01$). Ayrıca kaygı düzeyi ile canlılık arasında negatif korelasyon olduğu tespit edilmiştir ($r=-0.131$, $p<0.01$) (Tablo 2).

Tablo 2. Tanımlayıcı İstatistikler, Cronbach Alfaları ve Korelasyon Katsayıları

	N	Min-Max	M	SD	α	Gelişme	Canlılık	Öğrenme
<u>YAB-7 ölçeği toplam puanı</u>	579	0-21	7.39	4.9	0.859	-0.147**	-0.131**	-0.121**
<u>Gelişme</u>	579	1-6	3.17	0.7	0.702	1	0.855**	0.870**
<u>Canlılık</u>	579	1-6	3.10	0.82	0.562		1	0.489**
<u>Öğrenme</u>	569	1-6	3.25	0.88	0.564			1

Çalışmada, gelişme ile YAB-7 arasında paralel ya da zıt bir ilişki olup olmadığını görmek için bir karşılaştırma yapılmıştır. 181 öğrenci minimal kaygı yaşarken, 56 öğrenci şiddetli kaygı yaşadığını belirtmiştir. Öğrencilerin kaygı puanları ile gelişme puanları arasında anlamlı bir fark bulunmuştur ($p<0,05$). Araştırma sonucunda öğrencilerin kaygı puanları arttıkça, gelişme ve canlılık puanlarının azaldığı tespit edilmiştir (Tablo 3).

Tablo 3. Gelişme ve Alt Boyutlarının Anksiyete Şiddeti Düzeyine Göre Karşılaştırılması

YAB-7 skoru (n=587)	N	%	Canlılık		Öğrenme		Gelişme	
			M	SD	M	SD	M	SD
<u>Minimum (0-4) (a)</u>	181	31.3	3.16	0.79	3.35	0.88	3.26	0.72
<u>Hafif (5-9) (b)</u>	236	40.7	3.15	0.80	3.20	0.84	3.17	0.71
<u>Orta derece (10-14) (c)</u>	106	18.3	3.09	1.02	3.29	0.85	3.19	0.72
<u>Siddetli (15-21) (d)</u>	56	9.7	2.80	0.95	3.03	1.04	2.92	0.90
	F		3.465		2.806		3.112	
	p		0.016		0.075		0.022	

Öğrencilerin sosyodemografik özellikleri ile uygulanan ölçekler karşılaştırıldığında bazı değişkenler istatistiksel olarak anlamlı çıkarken bazıları anlamlı çıkmamıştır. Cinsiyet açısından, erkekler öğrenme alt ölçeğinde kızlardan daha yüksek puan almıştır ($p < 0.05$). Gelişme ve öğrenme alt boyutu sınıflara göre anlamlı farklılık göstermektedir. Son sınıf öğrencilerinin öğrenme ve gelişme boyutundaki puanları diğer sınıflara kıyasla daha yüksektir ($p < 0,05$). Benzer şekilde, gelişme ve öğrenme alt boyutu da Covid-19 pozitif olma durumuna göre anlamlı şekilde farklılaşmaktadır. Covid-19 pozitif olanlarla karşılaştırıldığında, Covid-19 pozitif olmayanların gelişme ve öğrenme alt boyut puanları daha yüksektir ($p < 0,05$). Canlılık alt boyutu Covid-19 pozitif akrabalara sahip olma durumuna göre farklılık göstermiştir. Akrabalarında Covid-19 olmayanlara kıyasla, herhangi bir akrabası Covid-19 pozitif olanların canlılık alt boyutu puanları daha yüksektir ($p < 0,05$) (Tablo 4).

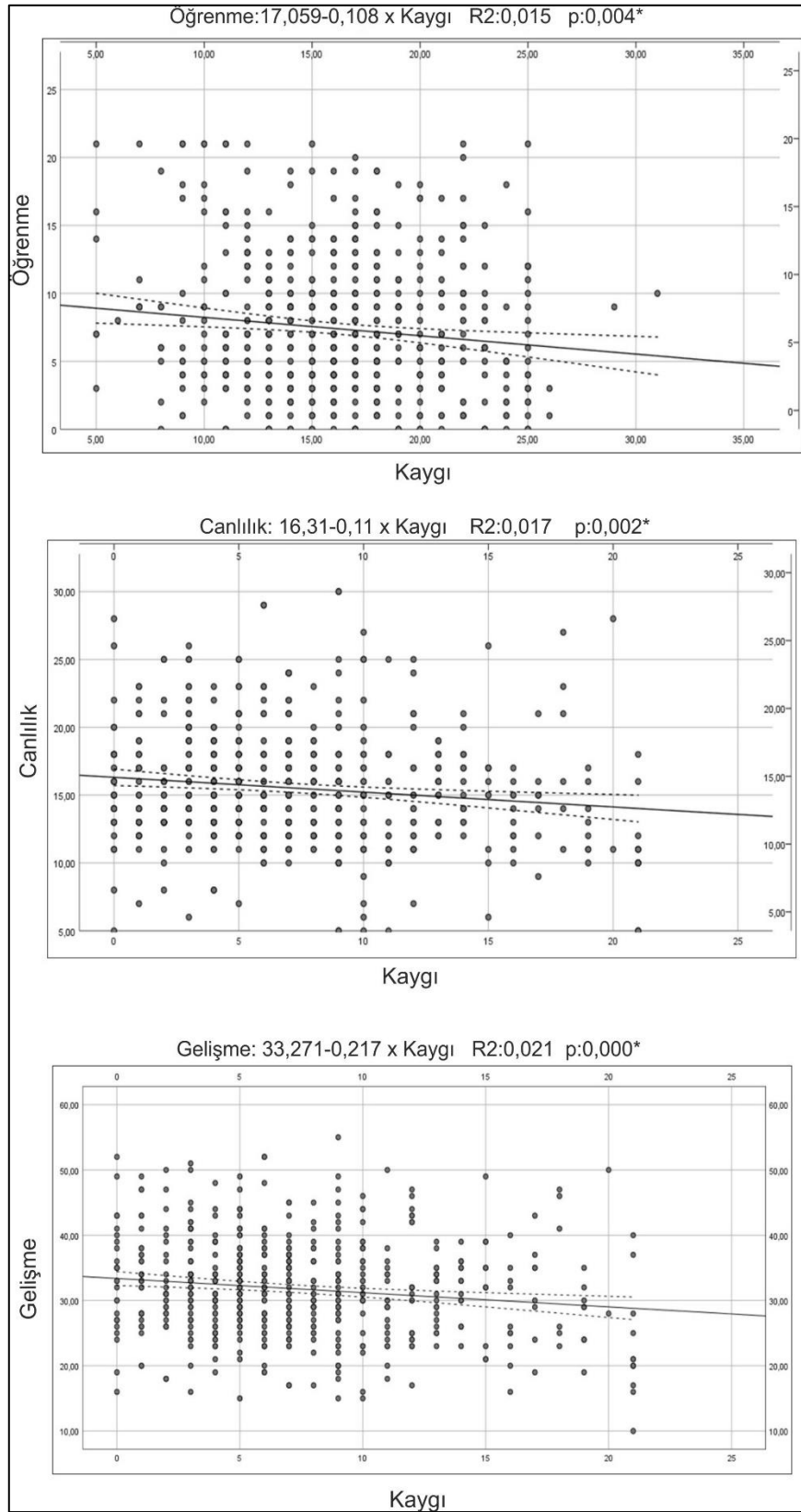
Tablo 4. Sosyo-Demografik Özellikler ile YAB-7 ve Gelişme Ölçeği Arasındaki İlişki

	(Min- Max) N	Toplam YAB-7 Puanı (0-21) M±SD	Canlılık (1-6)	Öğrenme (1-6)	Gelişme (1-6)
<u>Cinsiyet</u>					
Erkek	415	7.12±5.11	3.01±0.84	3.33±0.87	3.19±0.72
Kız	164	7.49±4.86	3.13±0.82	3.19±0.86	3.17±0.73
	t	-0.83	-1.48	1.713	0.29
	p	0.40	0.13	0.05	0.76
<u>Bölüm</u>					
Acil Yardım ve Afet Yönetimi	235	7.24±5.05	3.13±0.88	3.20±0.89	3.17±0.77
Sosyal Hizmet	146	8.05±5.36	2.99±0.76	3.16±0.84	3.08±0.69
Sağlık Yönetimi	198	7.08±4.41	3.13±0.79	3.33±0.85	3.23±0.70
	F	1.814	1.701	1.757	1.867
	p	0.16	0.26	0.17	0.15
<u>Sınıf</u>					
Birinci sınıf	145	7.32±5.46	3.12±0.86	3.25±0.79	3.18±0.68
İkinci sınıf	194	6.96±4.59	3.07±0.74	3.21±0.88	3.16±0.71
Üçüncü sınıf	163	7.84±4.87	3.04±0.92	3.10±0.86	3.07±0.78
Dördüncü sınıf	77	7.70±4.84	3.24±0.72	3.52±0.94	3.38±0.71
	F	1.130	1.165	4.110	3.267
	p	0.33	0.32	0.01	0.02
<u>Covid-19 pozitif olma durumu</u>					
Evet	161	7.47±5.49	2.98±0.82	3.12±0.93	3.05 ±0.78
Hayır	417	7.29±4.62	3.15±0.82	3.30±0.85	3.22±0.71
	t	0.393	-2.155	-2.256	-2.583
	p	0.69	0.032	0.02	0.01
<u>Covid-19 pozitif bir akrabaya sahip olmak</u>					
Evet	521	7.25±4.85	3.13±0.82	3.26±0.86	3.190±0.72
Hayır	57	8.44±5.30	2.90±0.81	3.12±0.99	3.01±0.79
	t	-1.745	1.934	1.158	1.792
	p	0.08	0.05	0.24	0.07
<u>Covid-19 virtüsü kapma endişesi</u>					
Evet	214	7.57±4.32	3.16±0.76	3.17±0.85	3.16±0.70
Hayır	364	7.24±5.26	3.06±0.86	3.30±0.89	3.18±0.74
	t	0.834	1.321	-1.634	-0.236
	p	0.42	0.187	0.103	0.813
<u>Covid-19 vakalarını günlük olarak takip etme</u>					
Evet	107	7.37±5.05	3.27±0.93	3.44±0.93	3.35±0.80

Tablo 4 (Devamı). Öğrencilerin Sosyo-Demografik Özelliklerine Göre YAB-7 Ölçeği ve Başarılı Olma Durumlarının Karşılaştırılması

Hayır	471	7.36±4.88	3.06±0.79	3.21±0.86	3.13±0.70
	t	0.98	2.341	2.46	2.812
	p	0.98	0.02	0.01	0.01

Öğrencilerin yaşadıkları kaygının öğrenme durumlarını olumsuz etkilediği tespit edilmiştir. Basit doğrusal regresyon ile kaygının öğrenme düzeyinin anlamlı bir açıklayıcısı olduğu tespit edilmiştir (Std. $\beta = -0.12$, $p < 0.01$, F: 8.54). Kaygı, öğrenme durumundaki değişimin %1,5'ini açıklamaktadır. Kaygı ile öğrenme arasında negatif bir ilişki vardır (Şekil 1a). Aynı zamanda, öğrencilerin yaşadığı kaygının canlılığı olumsuz etkilediği ve kaygının canlılığın anlamlı bir açıklayıcısı olduğu basit doğrusal regresyon ile tespit edilmiştir. (Std. $\beta = -0.13$, $p < 0.01$, F:10.04). Kaygı, canlılık durumundaki değişimin %1,7'sini açıklamaktadır (Şekil 1b). Benzer şekilde, öğrencilerin yaşadıkları kaygının gelişme durumlarını olumsuz etkilediği belirlenmiştir. Basit doğrusal regresyon ile kaygının gelişme düzeyinin anlamlı bir açıklayıcısı olduğu tespit edilmiştir (Std. $\beta = -0.14$, $p < 0.01$, F: 12.65) (Şekil 1c).



Şekil 1. Basit Doğrusal Regresyon Analizi ile kaygının Öğrenme (a), Canlılık (b) ve Gelişme (c) Üzerindeki Etkisi

3. Tartışma

2019 yılında ortaya çıkan Covid-19 pandemisi halk sağlığını tehdit ederken ülkelere de ciddi maddi ve manevi krizler yaşatmıştır. Aynı zamanda her yaşta insanı etkileyen salgın, depresyon, anksiyete, uyku bozuklukları gibi psikolojik sonuçlarda da ani bir artışa neden oldu. Bu psikolojik durumdan etkilenenler arasında üniversite öğrencileri de yer almakta, çünkü tüm eğitim kurumları daha önce görülmemiş bir şekilde normalden daha fazla yüzyüze eğitime ara verdi. Türkiye'de pandemi döneminde kapanma süresi 3 aydan fazla sürmüştür. Bu tür bir kapanma, üniversite öğrencileri arasında kalıcı ruh sağlığı sorunlarına yol açabilir (Hossain vd., 2019; Shamsuddin vd., 2013). Dolayısıyla bu çalışmada 3 farklı bölümde okuyan öğrencilerin pandemi döneminde yaşadıkları kaygının öğrenciler üzerindeki etkisi ve kaygıyı etkileyen sosyodemografik özelliklerin belirlenmesi amaçlanmıştır. Öncelikle öğrencilerin yarıya yakınının (%40,8) orta düzeyde, az bir kısmının (%18,3) ise yüksek düzeyde kaygıya sahip olduğu görülmüştür. Bu sonuç, alanda yapılan çalışmalarla tutarlıdır. Örneğin, Khoshaim ve arkadaşları tarafından yapılan bir çalışmada, üniversite öğrencilerinin %35'inin orta ila aşırı düzeyde kaygı yaşadığını göstermiştir (Khoshaim vd., 2020). Bir başka çalışmada Mahfud ve Gumantan, öğrencilerin %36,4'ünün çok kaygılı, %34,1'inin ise kaygılı olduğunu bildirmiştir (Mahfud & Gumantan, 2020). Durgun ve arkadaşları pandemi döneminde 810 hemşirelik öğrencisinin anksiyete düzeyini orta düzeyde belirlemiştir (Durgun vd., 2021). Türkiye'deki öğrencilerin yanı sıra tüm dünyadaki öğrencilerin de kaygı duyduğu belirlenmiştir.

Şiddetli kaygı yaşayan öğrencilerin gelişim ve canlılık puanlarının düştüğü gözlenmiştir. Çalışmanın sonuçları literatürdeki diğer çalışmalarla uyumlu bulunmuştur. Örneğin, Arslan ve arkadaşları üniversite öğrencilerinin koronavirüs kaygısının canlılık ile anlamlı ve negatif yönde ilişkili olduğunu bulmuştur ($r=-.33$, $p<0.001$) (Arslan vd., 2022). Koronavirüs anksiyetesi, insanların ölümcül pandemiye maruz kalması sonucu ortaya çıkan ve yaşam kalitesini olumsuz etkileyen bir risk oluşturmaktadır (Lee vd., 2020). Bu sonuç önemlidir, çünkü daha yüksek canlılığa sahip bireyler, genel duygulanım açısından daha yüksek duygusal iyi oluş ile güçlü bir şekilde ilişkilidir (Martela & Ryan, 2016). Ayrıca pandemi döneminde hem yüz yüze hem de çevrimiçi eğitimde öğrencilerin öğrenme deneyimleri üzerine çalışmalar yürütülmektedir. Yakın zamanda yapılan bir çalışmada öğrenciler her gün çok fazla e-posta aldıklarını ve Covid-19 döneminde çok fazla ödev yapılması gerektiğini ve bunun günlük hayatı stresli hale getirdiğini belirtmişlerdir (Quillen, 2020).

Kızların kaygı puanları erkeklerden daha yüksek olmasına rağmen, fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. Literatürde pandemi döneminde kadınların hissettiği kaygının erkeklerin hissettiği kaygıdan daha yüksek olduğunu ortaya koymuştur (Wang vd., 2021). Abdallah ve Gabr'ın Mısır'da yaptığı çalışmada da benzer şekilde kız üniversite öğrencilerinin erkek öğrencilere kıyasla daha kaygılı olduğu belirtilmiştir (Abdallah & Gabr, 2014). Bunun nedeni, erkeklerin olaylar üzerinde kişisel kontrole sahip oldukları algısıyla yetiştirilmeleri olabilir (Yavuzer, 2005). Bu, erkeklerin aynı stresli olaylara maruz kaldıklarında kadınlardan daha az kaygı hissetmelerinin nedeni olabilir.

Dördüncü sınıf öğrencilerinin öğrenme ve gelişme puan ortalamasının alt sınıflara göre daha yüksek ve istatistiksel olarak anlamlı olduğu tespit edildi. Benzer şekilde, Yılmaz ve diğerleri üniversite öğrencilerinin e-öğrenmeye hazır olma durumlarını incelemiştir (Yılmaz vd., 2019). Çalışma sonucunda dördüncü sınıf öğrencilerinin e-öğrenmeye hazır bulunuşluk düzeylerinin birinci sınıf öğrencilerine göre istatistiksel olarak anlamlı derecede yüksek olduğunu rapor etmişlerdir. Bu durum, son sınıf öğrencilerinin mezun olacakları düşüncesiyle okul derslerine ve öğretmenlerine daha fazla önem vermelerinden kaynaklandığı düşünülmektedir.

4. Sonuç ve Öneriler

Okulların kapanması, sosyal izolasyon ve Covid-19 virüsüne yakalanma düşüncesi gibi faktörler öğrencilerin kaygılarını artıran etkenlerdir. Ani salgın, hızlı bir değişime ve öğrencilerin başa çıkması gereken bir zorluğa neden olmuştur. Bu çalışma, öğrencilerin orta düzeyde kaygı yaşadıklarını ve kaygı düzeyi arttıkça gelişme düzeylerinin azaldığını göstermektedir. Öğrenciler geliştikçe, öğrenme duygusu (daha iyi anlayış ve bilgi) ve canlılık duygusu (zindelik) ile işaretlenen bir ivme ve gelişme hissederler. Bireysel gelişmenin iki temel bileşeninden biri olan canlılık anlamında öğrenci, işinde kendini daha enerjik ve hayat dolu hisseder. Öğrenci kendini geliştirdikçe, işine karşı tutku duyar. İşinde kendi heyecanını ve

enerjisini üretir. İkinci alt boyut olan öğrenme, öğrencinin yeni bilgi ve yeteneklerle olgunlaşmasıdır. Bu amaçla, öğrencilerin kaygı düzeylerini azaltacak ve başarılarını artıracak daha fazla çalışma yapılması önemlidir.

Çalışmanın bazı kısıtlamaları bulunmaktadır. İlk olarak, veriler yalnızca bir devlet üniversitesine kayıtlı öğrenciler için geçerli olduğundan, sonuçlar tüm ülkeye veya diğer üniversitelere genellenemez. İkinci olarak, erkek ve kız örneklem büyüklükleri arasındaki büyük fark da bir başka sınırlama olarak kabul edilmektedir. Son olarak, kesitsel bir çalışma olan bu çalışma, öğrencilerin sadece belirli bir dönemdeki kaygı, öğrenme, canlılık ve gelişme aşamalarını yansıtmakta, tüm dönemi yansıtmamaktadır.

5. Extended Abstract

Globally, the education community has been adversely affected, with more than 1.5 billion students, 63 million teachers and a large number of education support staff affected by lockdowns, lockdowns, and school closures. In most countries, digital classrooms are still not feasible due to the lack of computers, internet and other online platforms, and in some countries the extraordinary cost of data limiting access and opportunity. Even students with digital availability, competencies and culture were deprived of valuable interaction and social relationships with teachers, other educational staff, and students. Alternative forms of education during the crisis remained temporary measures that could not replace the physical presence of students. It is known that there is a serious increase in the rate of mental disorders with the pandemic among university students, who were known to be at risk for mental disorders before the pandemic due to the characteristics of their developmental period. With the continuation of the pandemic process, determining the psychological resilience levels of university students is important in terms of revealing the students' coping with the difficulties caused by the pandemic. In our country, there are not enough studies reflecting the psychological resilience levels of university students during the pandemic process.

This study was conducted to determine the effect of the anxiety experienced by university students on their thriving levels during the Covid-19 pandemic period. Additionally, this study aimed to examine the relationship between socio-demographic characteristics, which are predictors of anxiety and development scales.

The population of the research consists of 571 students enrolled in 3 different departments of a state university in Konya between 03.01.2022-24.01.2022. In order to conduct the research, before starting the research, permission was obtained from the Non-Interventional Research Ethics Committee of the university where the research was conducted (Number: E-70632468-050.01.04-198411, date: 24.12.2021). "Personal Information Form", "7-item Generalized Anxiety Disorder" and "development scale" were used to collect the data. The Personal Information Form is a form created by the researchers and contains information such as the students' age, gender, and the department they study in. Generalized Anxiety Disorder-7 (GAD-7) is a brief self-report scale developed by Spitzer et al in 2006 to identify possible cases of GAD and assess symptom severity. In this scale, which consists of 7 items, individuals are asked to indicate how often they were bothered by each symptom in the last 15 days. It is a 4-point Likert-type scale ranging from (0) "never" to (3) "almost every day". The internal consistency Cronbach's alpha value of the scale was found to be .85, and test-retest analysis showed good stability. The last section, the development scale, has two sub-dimensions: vitality and learning. There are 5 items in each subscale. Participants rate their responses using a 6-point Likert-type scale (6 = strongly agree; 1 = strongly disagree). Data were analyzed using SPSS 26 statistical package program. Parametric tests were used to analyze whether anxiety, success and subscale scores differ significantly according to socio-demographic characteristics and other variables related to the covid-19 epidemic. One-way ANOVA and independent samples t-test were used. Post hoc analyzes were conducted after One-Way ANOVA to determine significant differences within groups.

The majority of the students are female (71.7%), 40.6% of them are EDM and one third are students of the Health Management department. While the average age of the students is 21.4 ± 1.4 , the youngest student is 19 years old, and the oldest student is 33 years old. As a result of the research, students' GAD-7 and developmental dimension scores were found to be in the middle range. Additionally, the vitality

subscale mean score was found to be lower than the learning subscale mean score. When Cronbach's alpha values are evaluated, the scale developed with the GAD-7 scale shows good internal consistency, $\alpha > 0.70$. While 181 students experienced minimal anxiety, 56 students stated that they experienced severe anxiety. A significant difference was found between the students' anxiety scores and development scores ($p < 0.05$). As a result of the research, it was determined that as students' anxiety scores increased, their development and vitality scores decreased.

In conclusion, it shows that university students' anxiety levels were at a moderate level during the Covid-19 pandemic period, and their development levels decreased as their level increased. For this purpose, it is important to conduct more studies that will reduce students' anxiety levels and increase their success.

Keywords: Anxiety, Covid-19, Thriving, University Students.

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.

Kaynakça

- Abdallah, A. R., & Gabr, H. M. (2014). Depression, anxiety and stress among first year medical students in an Egyptian public university. *Int Res J Med Med Sci*, 2(1), 11-19.
- Arslan, G., Yıldırım, M., & Aytaç, M. (2022). Subjective vitality and loneliness explain how coronavirus anxiety increases rumination among college students. *Death studies*, 46(5), 1042-1051. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/0748187.2020.1824204>
- Aslan, H., & Pekince, H. (2021). Nursing students' views on the COVID-19 pandemic and their perceived stress levels. *Perspectives in psychiatric care*, 57(2), 695-701. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/ppc.12597>
- Bernaras Iturrioz, E., Insúa Cerretani, P., & Bully Garay, P. (2018). Prevalence and severity of psychological problems in university students. *British Journal of Guidance & Counselling*, 46(4), 418-428. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/03069885.2017.1286633>
- Bilge, Y., & Bilge, Y. (2020). Investigation of the effects of corona virus pandemic and social isolation on psychological symptoms in terms of psychological resilience and coping styles (tur). *TURKISH JOURNAL CLINICAL PSYCHIATRY*, 23(Supp: 1), 38-51. <https://doi.org/Doi:10.5505/kpd.2020.66934>
- Brown, D. J., Arnold, R., Fletcher, D., & Standage, M. (2017). Human thriving. *European Psychologist*. <https://doi.org/https://doi.org/10.1027/1016-9040/a000294>
- Cao, W., Fang, Z., Hou, G., Han, M., Xu, X., Dong, J., & Zheng, J. (2020). The psychological impact of the COVID-19 epidemic on college students in China. *Psychiatry research*, 287, 112934. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.psychres.2020.112934>
- Carifio, J., & Perla, R. (2008). Resolving the 50-year debate around using and misusing. <https://doi.org/10.1111/j.1365-2923.2008.03172.x>
- Charan, J., & Biswas, T. (2013). How to calculate sample size for different study designs in medical research? *Indian journal of psychological medicine*, 35(2), 121-126. <https://doi.org/https://doi.org/10.4103/0253-7176.11623>
- Cleary, M., Horsfall, J., Baines, J., & Happell, B. (2012). Mental health behaviours among undergraduate nursing students: Issues for consideration. *Nurse Education Today*, 32(8), 951-955. <https://doi.org/http://doi.org/10.1016/j.nedt.2011.11.016>
- Çelebi, G. Y. (2020). Covid 19 salgınına ilişkin tepkilerin psikolojik sağlık açısından incelenmesi. *IBAD Sosyal Bilimler Dergisi*(8), 471-483. <https://doi.org/https://doi.org/10.21733/ibad.737406>
- Debowska, A., Horeczy, B., Boduszek, D., & Dolinski, D. (2020). A repeated cross-sectional survey assessing university students' stress, depression, anxiety, and suicidality in the early stages of the COVID-19 pandemic in Poland. *Psychological Medicine*, 1-4. <https://doi.org/https://doi.org/10.1017/S003329172000392X>
- Deng, J., Zhou, F., Hou, W., Silver, Z., Wong, C. Y., Chang, O., Drakos, A., Zuo, Q. K., & Huang, E. (2021). The prevalence of depressive symptoms, anxiety symptoms and sleep disturbance in higher education students during the COVID-19 pandemic: A systematic review and meta-analysis. *Psychiatry research*, 301, 113863. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.psychres.2021.113863>
- Duraku, Z. H. (2017). Factors influencing test anxiety among university students. *The European Journal of Social & Behavioural Sciences*. <https://doi.org/10.15405/ejsbs.206>
- Durgun, H., Tayfur, C., Avcı, A. B., & Kalyoncuoğlu, B. (2021). Covid-19 sürecinde hemşirelik öğrencilerinin uzaktan eğitime yönelik görüşleri ve kaygı düzeyleri. *Dokuz Eylül Üniversitesi Hemşirelik Fakültesi Elektronik Dergisi*, 14(2), 141-147. <https://doi.org/https://doi.org/10.46483/deuhfed.824109>
- Elmer, T., Mepham, K., & Stadtfeld, C. (2020). Students under lockdown: Comparisons of students' social networks and mental health before and during the COVID-19 crisis in Switzerland. *Plos one*, 15(7), e0236337. <https://doi.org/https://doi.org/10.1371/journal.pone.0236337>
- García-González, J., Ruqiong, W., Alarcon-Rodriguez, R., Requena-Mullor, M., Ding, C., & Ventura-Miranda, M. I. (2021). Analysis of anxiety levels of nursing students because of e-learning during the COVID-19 pandemic. *Healthcare*,

Giacalone, M., Panarello, D., & Mattera, R. (2018). Multicollinearity in regression: an efficiency comparison between L p-norm and least squares estimators. *Quality & Quantity*, 52, 1831-1859. <https://doi.org/10.1007/s11135-017-0571-y>

Gritsenko, V., Skugarevsky, O., Konstantinov, V., Khamenka, N., Marinova, T., Reznik, A., & Isralowitz, R. (2021). COVID 19 fear, stress, anxiety, and substance use among Russian and Belarusian university students. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 19(6), 2362-2368. <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/s11469-020-00330-z>

Gültekin, B. K., & Dereboy, F. (2011). Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Fobinin Yaygınlığı ve Sosyal Fobinin Yaşam Kalitesi, Akademik Başarı ve Kimlik Oluşumu Üzerine Etkileri. *Türk Psikiyatri Dergisi*, 22(3), 150-158.

Hakami, Z., Khanagar, S. B., Vishwanathaiah, S., Hakami, A., Bokhari, A. M., Jabali, A. H., Alasmari, D., & Aldrees, A. M. (2021). Psychological impact of the coronavirus disease 2019 (COVID-19) pandemic on dental students: a nationwide study. *Journal of dental education*, 85(4), 494-503. <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/jdd.12470>

Hossain, S., Anjum, A., Uddin, M. E., Rahman, M. A., & Hossain, M. F. (2019). Impacts of socio-cultural environment and lifestyle factors on the psychological health of university students in Bangladesh: a longitudinal study. *Journal of affective disorders*, 256, 393-403. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jad.2019.06.001>

Hunt, J., & Eisenberg, D. (2010). Mental health problems and help-seeking behavior among college students. *Journal of adolescent health*, 46(1), 3-10. <https://doi.org/10.1016/j.jadohealth.2009.08.008>

Husky, M. M., Kovess-Masfety, V., & Swendsen, J. D. (2020). Stress and anxiety among university students in France during Covid-19 mandatory confinement. *Comprehensive Psychiatry*, 102, 152191. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.comppsy.2020.152191>

Ikizer, G., Karanci, A. N., Gul, E., & Dilekler, I. (2021). Post-traumatic stress, growth, and depreciation during the COVID-19 pandemic: Evidence from Turkey. *European Journal of Psychotraumatology*, 12(1), 1872966. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/20008198.2021.1872966>

Islam, M. A., Barna, S. D., Raihan, H., Khan, M. N. A., & Hossain, M. T. (2020). Depression and anxiety among university students during the COVID-19 pandemic in Bangladesh: A web-based cross-sectional survey. *PloS one*, 15(8), e0238162. <https://doi.org/https://doi.org/10.1371/journal.pone.0238162>

Khoshaim, H. B., Al-Sukayt, A., Chinna, K., Nurunnabi, M., Sundarasan, S., Kamaludin, K., Baloch, G. M., & Hossain, S. F. A. (2020). Anxiety level of university students during COVID-19 in Saudi Arabia. *Frontiers in psychiatry*, 11, 579750. <https://doi.org/https://doi.org/10.3389/fpsy.2020.579750>

Kline, R. B. (2023). *Principles and practice of structural equation modeling*. Guilford publications.

Konkan, R., Şenormancı, Ö., Güçlü, O., Aydın, E., & Sungur, M. Z. (2013). Validity and Reliability Study for the Turkish Adaptation of the Generalized Anxiety Disorder-7 (GAD-7) Scale. *Archives of Neuropsychiatry* 50, 53-58. <https://doi.org/10.4274/npa.y6308>

Lee, S. A. (2020). Coronavirus Anxiety Scale: A brief mental health screener for COVID-19 related anxiety. *Death Stud*, 44(7), 393-401. <https://doi.org/10.1080/07481187.2020.1748481>

Lee, S. A., Jobe, M. C., Mathis, A. A., & Gibbons, J. A. (2020). Incremental validity of coronaphobia: Coronavirus anxiety explains depression, generalized anxiety, and death anxiety. *Journal of anxiety disorders*, 74, 102268. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.janxdis.2020.102268>

Mahfud, I., & Gumantan, A. (2020). Survey of student anxiety levels during the covid-19 pandemic. *Jp. Jok (Jurnal Pendidikan Jasmani, Olahraga Dan Kesehatan)*, 4(1), 86-97. <https://doi.org/https://doi.org/10.33503/jp.jok.v4i1.1103>

Martela, F., & Ryan, R. M. (2016). Prosocial behavior increases well-being and vitality even without contact with the beneficiary: Causal and behavioral evidence. *Motivation and emotion*, 40, 351-357. <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/s11031-016-9552-z>

Ozcan, N. A., Sahin, S., & Cankir, B. (2023). The validity and reliability of thriving scale in academic context: Mindfulness, GPA, and entrepreneurial intention among university students. *Current Psychology*, 42(7), 5200-5211.

Özkul, B., & Günüşen, N. P. (2021). Stressors and Coping Methods of Turkish Adolescents With High and Low Risk of Depression: A Qualitative Study. *Journal of the American Psychiatric Nurses Association*, 27(6), 458-470. <https://doi.org/10.1177/1078390319895088>

Persaud, U. D., Manning, K. J., Wu, R., Springate, B. A., & Steffens, D. C. (2024). The Role of State Versus Trait Anxiety on Cognition in Older Adults With Major Depressive Disorder. *The American Journal of Geriatric Psychiatry*.

Porath, C., Spreitzer, G., Gibson, C., & Garnett, F. G. (2012). Thriving at work: Toward its measurement, construct validation, and theoretical refinement. *Journal of Organizational Behavior*, 33(2), 250-275. <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/job.756>

Quillen, A. (2020). *College Students Juggle Anxiety, Stress and Online Classes in Coronavirus Reality* <https://www.nbcdfw.com/news/coronavirus/college-students-juggle-anxiety-stress-and-online-classes-in-coronavirus-reality/2338426/>

Savitsky, B., Findling, Y., Erel, A., & Hendel, T. (2020). Anxiety and coping strategies among nursing students during the covid-19 pandemic. *Nurse Education in Practice*, 46, 102809. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.nepr.2020.102809>

Schreiner, L. A. (2014). Different pathways to thriving among students of color: An untapped opportunity for success. *About Campus*, 19(5), 10-19. <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/abc.21169>

Shafiq, S., Nipa, S. N., Sultana, S., Rahman, M. R.-U., & Rahman, M. M. (2021). Exploring the triggering factors for mental stress of university students amid COVID-19 in Bangladesh: A perception-based study. *Children and Youth Services Review*, 120, 105789. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.childyouth.2020.105789>

Shamsuddin, K., Fadzil, F., Ismail, W. S. W., Shah, S. A., Omar, K., Muhammad, N. A., Jaffar, A., Ismail, A., & Mahadevan, R. (2013). Correlates of depression, anxiety and stress among Malaysian university students. *Asian journal of psychiatry*, 6(4), 318-323. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ajp.2013.01.014>

Spitzer, R. L., Kroenke, K., Williams, J. B. W., & Löwe, B. (2006). A Brief Measure for Assessing Generalized Anxiety Disorder: The GAD-7. *Archives of Internal Medicine*, 166(10), 1092-1097. <https://doi.org/10.1001/archinte.166.10.1092>

Toussaint, A., Hüsing, P., Gumz, A., Wingenfeld, K., Härter, M., Schramm, E., & Löwe, B. (2020). Sensitivity to change and minimal clinically important difference of the 7-item Generalized Anxiety Disorder Questionnaire (GAD-7). *Journal of affective disorders*, 265, 395-401. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jad.2020.01.032>

Wang, Y., Di, Y., Ye, J., & Wei, W. (2021). Study on the public psychological states and its related factors during the outbreak of coronavirus disease 2019 (COVID-19) in some regions of China. *Psychology, health & medicine*, 26(1), 13-22. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/13548506.2020.1746817>

Weinberg, S. L., & Abramowitz, S. K. (2016). *Statistics using IBM SPSS: An integrative approach*. Cambridge university press.

Yavuzer, H. (2005). *Ana-Baba ve Çocuk*. Remzi Kitapevi.

Yılmaz, R., Sezer, B., & Yurdugül, H. (2019). Investigation of university students e-learning readiness: Example Of Bartın University. *Ege Eğitim Dergisi*, 20(1), 180-195. <https://doi.org/https://doi.org/10.12984/egeefd.424614>

Kripto Para Yatırımcıları Üzerine Nitel Bir Araştırma

Özge ÇELİK* 

ÖZ

Kripto para kullanımında Türkiye %16 ile dünyada 4'ncü, Avrupa'da 1. sırada ve en çok kripto paralardan kâr elde eden ülkeler arasında 6. sırada yer almaktadır. Kripto para kullanımındaki artış toplumların geleceğini düşünürken hesaba katması gereken bir olgu haline almaktadır. Bu kapsamda çalışmanın amacı, hem aktör davranışları hem de yapısal faktörler dikkate alarak bireylerin kripto para kullanım nedeni, amaç ve motivasyonlarının nasıl olduğunu anlamak ve keşfetmektir. Araştırmada nitel araştırma yöntemi seçilmiş, fenomenoloji deseni kullanılmış, 17 kripto para yatırımcısı ile yarı yapılandırılmış mülakat yapılmıştır. Araştırma sonucunda katılımcıların kripto para hakkında ilk bilgiyi çoğunlukla arkadaşlarından öğrendiği, 2-7 yıl arası sürede yatırım yaptığı, adedi 1 ile 30 arasında değişen farklı coinlere sahip olduğu; kripto para yatırımlarını çoğunlukla maaş gelirlerinden artan para ile yaptıkları, kredi çekip yatırım yapmada olduğu; kripto para yatırımı yapma sebepleri kripto paranın kısa sürede ve daha fazla katlayarak artması olduğu; amaçlarının refah seviyelerini yükseltmek olduğu; Türkiye'nin kripto para politikasının, gelecekte devletler kullanmaya başlayacağı için matbaa ve sanayi devrimi gibi kripto para teknolojisini kullanmakta geç kalmayıp dünyadaki değişimi ülkenin yakından takip etmesini; ülkenin bireylere finans okuryazarlığı sağlaması ve kripto borsalarını denetlemesi böylece vatandaşların zarar görmekten korunması gerektiği keşfedilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kripto Para, Kripto Para Yatırımcıları, Kripto Para Kullanıcıları, Nitel Araştırma, Sosyoloji.

A Qualitative Research on Cryptocurrency Investors

ABSTRACT

In terms of cryptocurrency usage, Turkey ranks 4th in the world, 1st in Europe, and 6th among the countries that make the most profit from cryptocurrencies, with 16%. The increase in the use of crypto money is becoming a phenomenon that societies should take into account when thinking about their future. In this context, the aim of the study is to understand and discover the reasons, purposes and motivations of individuals for using crypto money, taking into account both actor behavior and structural factors. In the research, qualitative research method was chosen, phenomenology pattern was used, and semi-structured interviews were conducted with 17 cryptocurrency investors. As a result of the research, it was determined that the participants learned their first information about crypto money mostly from their friends, invested in it for a period of 2-7 years, and owned different coins ranging from 1 to 30; They mostly make crypto money investments with the money left over from their salary income, and there are those who take out a loan and invest; The reasons for investing in crypto money are that crypto money increases exponentially in a short time; Their aim is to increase their welfare level; Turkey's cryptocurrency policy should not be late in using cryptocurrency technology such as the printing press and the industrial revolution, as states will start using it in the future, and the country should closely follow the changes in the world; It has been discovered that the country should provide financial literacy to individuals and regulate crypto exchanges so that citizens are protected from harm

Keywords: Crypto Money, Crypto Money Investors, Crypto Users, Qualitative Research, Sociology.

1. Giriş

Kripto para kullanımının artışı toplumların geleceğini düşünürken hesaba katması gereken bir olgu haline almaktadır. Bu durumun sadece para kavramına yönelik düşüncelerin değişimi ile sınırlı kalmayıp zaman içerisinde dalga dalga bireysel ve toplumsal unsurları etkileyeceği öngörülebilir. Kripto para kullanımı veya kripto para yatırımı konusu Türkiye'de yüksek bir toplumsal alaka seviyesine ulaşmıştır. Bireysel ve toplumsal olarak kripto para kullanımının getireceği değişim etkisinin yönü ve neleri etkileyeceği konusuna eğilmek bu nedenle önem arz etmektedir.

* **Corresponding Author/Sorumlu Yazar,** Doktora Öğrencisi/Ph.D. Stud., Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Tokat, Türkiye/
Sivas Cumhuriyet University, Tokat, Türkiye, ozge_celik18@hotmail.com
Makale Gönderim ve Kabul Tarihleri/Article Submission and Acceptance Dates: 30.08.2023-28.05.2024

Citation/Atf: Çelik, Ö. (2024). Kripto para yatırımcıları üzerine nitel bir araştırma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 54, 15-32. <https://doi.org/10.52642/susbed.1352590>

This work is licensed under Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License



Kripto paraların bireysel kullanımı yanında şirketlerinde ödeme aracı olarak kabul etmesiyle değeri 2008'den beri artmaktadır. Kripto paraların fiyatı sürekli inişli çıkışlı dalgalanmalar yaşasa da hacmi ve birim değerleri yükselmektedir (Dulupçu vd., 2017). "Gelişen teknoloji ve yaygınlaşan internet kullanımı kurumların iş yapılarını ve süreçlerini, bireylerin ve daha da fazlası toplumların alışkanlıklarını yapısal bir biçimde değiştirmektedir. Hem finansal hem de finansal olmayan birçok endüstride yaşanan bu değişimle birlikte, ödeme alma ve yapma alışkanlıklarının değişim aracı olan dijital, sanal bir başka deyişle kripto para kavramı karşımıza çıkmaktadır" (Sümer, 2021). Teknolojik gelişimin son icatlarından olan kripto para fiziksel para ve paranın banka aracılığıyla yapılan sanal kullanımından daha farklı özelliklere sahiptir. Mevcut para düzeninin alternatifi olacak kadar iddialı bu teknolojinin benimsenmesi ise toplumsal kabul ve değişim hızı ile paralellik içermektedir.

Web of Science alt yapısında sosyal bilimler alanında 2015-2020 yılları arasında blok zincir ve kripto para konularında yayın sayısı 120 kat ve atıf sayısı 2.600 kat artmıştır. Sosyal bilimlerde konunun önemi artmış olsa da çoğunlukla işletme finansmanı ve ekonomi alanlarında çalışma yapılmıştır (Çizmecioglu & Akman, 2021). Blok zinciri ve kripto paralar konularına ilgi artmakla birlikte Türkiye'de çalışma yapan disiplinler uluslararası literatürde çalışma yapan disiplinlerle paralellik göstermektedir. Yine Web of Science verilerine göre kripto varlıklar alanında çalışma yapan ülke sayısı 72'dir. Türkiye, 12 yayıncı yayıncı yapan ülkeler arasında 9. sırada yer almaktadır (Ancarlı vd.,2023). Türkiye vatandaşlarının kripto para yatırımına yoğun ilgisi ile aynı oranda sosyoloji alanında çalışma bulunmamaktadır. Kripto paralar üzerine yapılan çalışmalar genelde kripto paranın "para" yani ekonomik bir varlık olarak işletme ve ekonomi alanlarında ele alınmaktadır. Ancak kripto para yatırımlarının ardında sosyo-ekonomik yapı ve ilişkilerin etkili olduğu görülmelidir. Blok zinciri alt yapısına sahip kripto paraların yeni bir teknoloji olması ve ülkedeki yoğun kullanıma rağmen konu hakkında henüz yeterince çalışma yapılmamış olması bu araştırmanın önemli bilimsel gerekçesidir. Hem teknolojik hem de ekonomik yenilikler getiren kripto para varlıklar gündelik yaşamda güncel bir konu iken ulusal literatürde kripto para kullanımı hakkında bireylerin düşünceleri, algıları ve deneyimleri henüz yeterince keşfedilmemiş bir konudur. Bu nedenle bu çalışma kripto para yatırımcıları hakkında bilgi elde etmek ve kripto para yatırım yapma motivasyonlarını anlamak ve kripto para kullanımının geleceğini anlamak ve keşfetmek için faydalı olacaktır.

Merkezi otoriteleri (devlet, banka vb.) aracı olmaktan çıkaran kripto para sistemi, Türkiye'de şu anki hukuk sistemine göre bir ödeme aracı değildir. Buna rağmen Türkiye kripto para yatırımında %16 ile dünyada 4'ncü, Avrupa'da ise 1. sırada ve en çok kripto paralardan kâr elde eden ülkeler arasında 6. sırada yer almaktadır. Bu rakamlar elektronik para olarak nitelendirilen kripto paralara olan ülke nüfusunun yoğun ilgisini göstermektedir. Devlet, kripto paralara mesafeli yaklaşırken vatandaşlar kripto paralara yoğun ilgi göstermektedir. Bu ilginin sebebi ve ortaya çıkmasına sebep olan bağlam ile ilgili henüz alanda yeterince çalışma bulunmamaktadır.

Küresel dünya düzeninde teknik gelişmeler sadece ortaya çıktığı kültürleri değil, pek çok kültürel grubu etkileyen küresel bir biçimde gerçekleşmektedir. Kültürel değişimin hızı ise teknik değişimin hızının gerisinde kalmaktadır. Kurumlar, gelenekler, dini yapılar vb. kültürel unsurlar teknik gelişime göre daha yavaş ve daha az radikal değişikliklerle varlığını sürdürmektedir. Kültürel bir içerik ile teknik içeriğin uyum gösterdiği bir çevrede zamanla teknik ortadan kalkıp kaybolursa da kültürel içerikler aynı kalmakta bu sefer yeni ortaya çıkan teknikle karşılaşmaktadır (Alombert, 2019). Değişen teknolojiler bireylerde meydana getirdiği yeni düşünce ve davranışlar mevcut kültürel yapı ve unsurları değişime uğratmaktadır.

Kripto paralar salt teknolojik varlıklar olmayıp tekno-sosyal varlıklardır. İnsanların sosyal yaşamlarındaki ilişkileri kripto paralara olan yatırım şekillendirmektedir. Hem aktör davranışları hem de yapısal faktörler dikkate alınarak kripto para kullanım ilişkileri kripto para yatırımcısı bireylerin özellikleri, neden kripto para yatırımı yaptığı, bunu etkileyen ortam ve bağlam ile yatırım amaçlarının neler olduğu çalışmanın genel problemidir. Bu genel problem çerçevesinde oluşturulan araştırma sorusu; kripto para yatırımcılarının demografik özellikleri ile yatırım ilişkileri, kripto para yatırımı gerçekleştirme biçimleri, gündelik hayatlarında bu durumu nasıl anlamlandırdıkları, aile- arkadaş gibi yakın çevrenin yatırımları hakkında görüşleri, kripto paraların geleceği ile ilgili görüşleri, resmi otorite güveni ile teknolojinin sağladığı güven ve Türkiye'nin bu konudaki yaklaşımının ne olması gerektiği konusundaki görüş ve deneyimleri nasıldır?

Çalışmanın amacı, kripto para yatırımcısı bireylerin kripto para yatırım deneyimlerini keşfetmek ve kripto para yatırım motivasyonlarını anlamaktır. Bu çalışma birkaç nedenden dolayı önemlidir. Birincisi, bireylerin kripto para yatırımı yapmaları ile cinsiyet, yaş, eğitim, meslek ve gelir gibi değişkenler arasındaki ilişkiyi anlamak; ikincisi, güncel bir konu olan kripto para kullanımının neden benimsendiğini anlamak; üçüncüsü, kripto para kullanımı ile bireylerin otoriteler (devlet, banka vb.) ilişkilerini yeniden nasıl inşa ettiğini anlamak için yardımcı olabilir. Fiziksel para kullanımı yanında (veya yerine) yeni bir teknolojiye dayanan elektronik para kullanımının aktörlerin bakış açısından kripto para yatırımı yapma deneyimleri ve bunu etkileyen bağlam, bunun nedeni ve mevcut toplum düzeni içerisinde bu durumu nasıl anlamlandırdığı konusunda literatürdeki boşluğun doldurulması ve gelecek çalışmalara yardımcı olabilmesi açısından önem taşımaktadır.

Sosyoloji alanı dışında diğer disiplinlerde yapılan çalışmalar genellikle nicel araştırma yöntemine (anket) sahiptir. Yapılan çalışmaların çok azı sadece kripto para yatırımcılarına yöneliktir. Bu çalışmada ise sadece kripto para yatırımı yapmış bireyler katılımcı olarak seçilmiştir. Böylece hem literatürdeki eksiklik hem de konuya uygun örneklem üzerinde çalışılmamış olmasının eksikliği ve boşluğu giderilmiştir.

2. Kripto Para Ortaya Çıkışı, Gelişimi ve Toplumsal İlişkiler

2008 yılında Satoshi Nakamoto tarafından kaleme alınan “A Peer-to-Peer Electronic Cash System” makalesi finansal ödemelerin kişiden kişiye elektronik para sistemi ile yapılabileceğini anlatmaktadır. Nakamoto (2008), finansal işlemlerde üçüncü bir güven sağlayıcı aracıya ihtiyaç duymadan kişilerin direkt birbiriyle işlem yapabileceği, kişilerarası güven sağlayıcı finansal merkezlere bağlı olmadan kriptografik kanıta dayanan elektronik sistemlerin daha fazla güvenilir olduğunu belirtmektedir. İşlemler zaman damgasının sağladığı şifreleme sistemi ile mükerrer işlem yapmaktan oldukça uzaktır. Dolandırıcılık ihtimali düşmektedir. Hesaplar arası işlemlerde limit, sınır düzenlemeleri yoktur. Kişilerin karşılıklı dijital imzalarının birbirini doğrulaması ile para transferi gerçekleşmektedir (Nakamoto, 2008). Bu sistemin ürünü Bitcoin, blok zincir alt yapısına dayalı ilk kripto para birimidir. Bitcoin, Satoshi Nakamoto tarafından 2008'de icat edilmiş 3 Ocak 2009'da işlem yapılabilir hale getirilmiş olup toplamda 21 milyon adettir. Nakamoto, 10 Ocak tarihinde, Hal Finney'e Bitcoin göndererek ilk işlemi yapmıştır. Mayıs 2010'da Bitcoin ile alınan pizza, yapılan ilk alışveriştir. Bu alışverişle kripto paralarla yani dijital alan ile gerçek hayat arasındaki ilk ilişki kurulmuştur. 2009'dan beri sürekli artan değeri ile Bitcoin, fiziksel para yerine geçip ana akım haline gelmemiş olsa da duygu yapısı ana akım haline gelmiştir (Swartz, 2018).

Bitcoin kripto para birimini ortaya atan, planlamasını yapan Nakamoto'nun gerçek bir şahıs mı olduğu, bir grup mu olduğu hakkında herhangi bir bilgi bulunmamaktadır. Nakamoto, hesabındaki Bitcoinlerinde Ocak 2009'dan beri bir alım-satım hareketliliği bulunmamaktadır. Kripto para sisteminin günümüz para sistemine bir eleştiri mi, teknolojik gelişmelere bağlı olarak şartların gereği ihtiyaçlara yönelik bir sistem mi olduğu gibi sorular sistemi oluşturanlar tarafından cevaplanmamış sorulardır. Ancak şu anki durumu yorumlamak açısından devrimci bir düşünce, bir aktör davranışı olarak yorumlanabilir. Bir aktör davranışının devlet otoriteleri, ekonomi kurumu üzerindeki etki ile onların davranış geliştirmesine sebep olmuştur.

Altcoin, Bitcoin haricindeki kripto paralara verilen genel adlandırılmadır. On binlerce adet altcoin kripto para bulunmaktadır. “Ekonomistlere göre kripto paralar, paranın sağlanması gereken özelliklerden; tanınma, değişim aracı olma, taklit edilememe, transfer edilebilme, değer saklama ve homojenlik özelliklerinin tamamını taşımaktadır” (Kayacan & Anavatan, 2018). Finansal işlemlerde kişilerarası güven sağlayıcı finansal merkezler yerine kriptografik kanıta dayalı, üçüncü bir güven sağlayıcı aracıya ihtiyaç duymadan, bireylerin direkt birbiriyle işlem yapabileceği elektronik sistem kripto para sistemidir.

Kripto para birimlerinden en bilineni Bitcoin, egemenliği dağıtılmış küresel bir para birimidir. Bitcoin hesap birimi temelde küreseldir ve herhangi bir ulusal hesapla bağlantılı değildir. Bu, kripto para birimlerinin getirdiği en önemli yeniliklerinden biridir (Masso, Shevchenko-Shevchenko, & Abalde, 2022). Kripto paralar sanal veya elektronik para olarak fiziksel dünyada varlığı olmasa da fiziksel dünyada etkileri bireysel ve toplumsal seviyede ortaya çıkmaktadır. Kripto paranın otorite, para ve toplum arasındaki ilişkilerin tarihteki en önemli bozulmayı yaşattığı düşünülebilir (Cossu, 2022). Gerçek yaşamda fiziksel bir varlığı dahi olmayan kripto paraların bu kadar kısa bir sürede kendisine etkili bir alan açmış olması onun

teknolojik alt yapısının getirdiği erişim ve kullanım kolaylığı olduğu düşünülebilir ancak sosyal yaşamda karşılık bulmayan bir teknolojinin bu kadar güçlü bir etki sağlayabileceği düşünülemez. Diğer bir taraftan kripto para gerisindeki blok zinciri teknolojisinin kripto paraya diğer TL, altın, gümüş, dolar, euro vb. yatırım araçlarından farklı olarak banka ve devlet otoritesinin yetki ve etki alanının dışında güvenilir ve bireyler arası ilişkiler arasında bir kontrol edilemezlik sağlaması görülebilir. Bitcoin'in para statüsünü aşan zorunlu teknik ve sosyal süreçleri olan bir olgudur (Hayes, 2019). Bitcoin'in fiyatını küresel bir şekilde sistem kullanıcıları belirlemektedir. İnsanlar Bitcoin'in artacağına inanırsa artmakta, yatırım yapmaktan çekindiğinde ise düşmektedir (Lee, 2022). İlk kripto para olan Bitcoin veya diğer altcoin kripto paralar sosyal ilişkilerden bağımsız sadece dijital şifrelerin güvenine dayalı bir yapı değildir. Bireyler teknolojinin aracılık ettiği kişiden kişiye bağlantılar kurmaktadır. Kişilerin karşılıklı dijital imzalarının birbirini doğrulaması ile para transferi gerçekleşmektedir. "Kripto paralar bilgisayar ağları üzerinden güvenli, aracısız ve ucuz para transferi ihtiyacına bir yanıt olarak yeni ve adem-i merkezizetçi bir elektronik ödeme sistemi olarak geliştirilmiştir" (Hatipoğlu, 2021). Kripto para sistemi, mevcut kurumlara karşı güçlü bir alternatif olmasıyla onların mevcut durumdaki varlığını tehdit ettiği görülebilir. Kurumlar, toplumsal bir konsensüs sonucunda ortaya çıkan yapılar olmaları ile insanların yaşamını düzenlemektedir. Ancak kurumlar diğer taraftan krizler, belirsizlikler getirerek bireyin yaşamında ani ve hızlı değişimlere de sürüklemektedir. Dönemin kriz ve belirsizlikleri içerisinde kurumların bireylere sağlayamadığı güven bireylerin kurumları ekarte edip kripto para gibi faili ön plana çıkaran yapıların ortaya çıkmasına zemin hazırladığı söylenebilir.

Bitcoin 2008'de kendiliğinden ortaya çıkmadı (Swartz, 2018). Kripto paraların ortaya çıkışını sosyal değişim ve dönüşümlerle ilişkilendiren görüşlere göre kripto paranın çekiciliği, ilk olarak, birçok insanın mevcut sağlık, ekonomik ve iklim krizlerinin bir sonucu olarak karşı karşıya kaldığı artan finansal güvensizlik duygusuyla açıklanabilir. Güvensizlik ve güvencesizliğin arttığı bir dünyada mali krizlerden sonra meydana gelen sınıf eşitsizliğindeki artış, işsizlikte artış, kripto paraların ana akım olmasını etkileyerek kripto paralara yatırım, sistematik güvencesizlik karşısında bireysel olarak kendini güvene alma girişimi sayılabilir. İkincisi, krizlerle büyüyen bir neslin umutlarının, arzularının ve korkularının göstergesi olarak krizin sorumlusu olarak görülen kurumlara hükümetler/merkez bankalarına şüphe içerisinde yaklaşmaktadır (Cossu, 2022). Bitcoin, mevcut kurumlara olan güvenin sarsıldığı teknolojik, sosyal ve ekonomik bir bağlamdan ortaya çıktı. Gözetim platformu iş modellerinin yükselişi ve küresel mali krizle birlikte Bitcoin, yetkililere ve her türden 'aracıya' olan ihtiyacı ortadan kaldırmanın bir yolu olarak görüldü (Swartz, 2018). Kripto paralara yönelimi arttıran etkenler günümüz toplumlarının ve kurumlarının ekonomik yapısının getirdiği ekonomik kriz, risk, belirsizlikler bireyleri yeni bir ekonomik alanı denemeye sevk etmiş olmasıyla ilişkilidir.

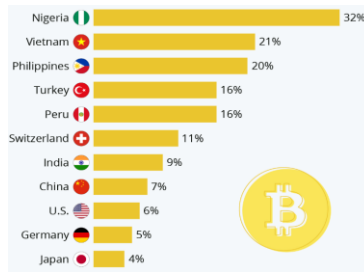
Güney Kore, kripto paraların toplumsal değişimlerle olan ilişkisini gösteren bir örnektir. 2017 yılında Güney Kore vatandaşlarının Bitcoine olan ilgisi ülke meselesi haline gelmiştir. Yoğun Bitcoin yatırımının sebebi ile ilgili bazı görüşler ileri sürülmüştür. Bitcoin'in sosyal medya aracılığıyla bilinirliğinin hızlı bir şekilde geniş bir kitleye ulaşmasının katkısı olduğu ileri sürülürken diğer bir görüş Güney Kore toplumunun son yıllardaki sosyo-ekonomik değişimi ile ilişkilendirilmiştir. Ülkedeki yüksek konut fiyatı sıradan vatandaşın emlak piyasasında yatırım yapmasını kısıtlarken, ülkenin iyi olmayan borsa sistemine karşılık Bitcoin'in 7/24 işlem gören piyasası çekici bir etki yarattı. Bitcoin küçük bütçelerin hızlı yatırım yapması için ülke genelinde iyi bir fırsat olarak benimsendiği söylenebilir (Lee, 2022). Güney Kore toplumunda nispeten işsizleşen kurumlara alternatif olarak bireyler Bitcoin'e yönelmiş olduğu söylenebilir. Bu durum kripto paraların tekno-sosyal bir yapıya sahip olduğunu çünkü gerçek sosyal yaşamda çözüm bulamadıkları problemleri, teknoloji aracılığıyla çözüm bulmalarını sağlamıştır.

Kripto paraların yaygınlaşması, benimsenmesi veya kabul görmesinde diğer bir etken Bitcoin ve diğer kripto para birimlerinin enflasyona karşı korunmak için yatırımcılara alternatif bir alan açmasıdır (Ante, Fiedler, Steinmetz, & Fiedler, 2023). Bunun yanında kripto paraların arzında otorite olmaması kazancın vergilendirilmemesi, kara para aklanması ve yatırımcıların mağdur olması gibi sorunların ortaya çıkmasına neden olmaktadır (Arıcı vd., 2022; Doğan, 2020; Mosmer ve Çalışkan, 2023). İnsanların kullanımına göre şekillenen kripto paralar hem olumlu hem olumsuz sonuçları bünyesinde barındırmaktadır.

3. Türkiye’de Kripto Paranın Gelişimi

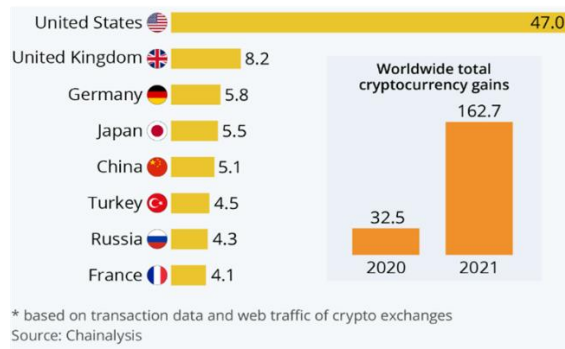
Türkiye Cumhuriyeti’nin kripto para varlıkları ile ilgili resmi yaklaşımına bakıldığında Türkiye, Cumhuriyet Merkez Bankasının yayınladığı ödemelerde kripto para varlıkların kullanılmamasına dair 16 Nisan 2021 tarih ve 31456 sayılı yönetmelik ile şu anki hukuk sistemine göre kripto paralar ödeme aracı olarak kabul edilmemektedir. Kripto para konusunda ülkede yapılan ilk düzenleme bu düzenlemedir. Yönetmeliğin yayınlanma sebebi 2021 yılında Türkiye’de kripto para alım satımına aracılık eden 391.000 aktif kullanıcısı olan Thodex isimli kripto para borsası sahibinin 2-10 milyar USD arasında tahmin edilen bir tutarla borsasını kapatarak paralarla yurtdışına kaçmasıdır. Ayrıca devlet, Türk Lirasının dijital formunun çıkarılmasına yönelik çalışmalar sürdürüldüğü bilgisi hükümet tarafından kamuoyuna duyurulmuştur.

Türkiye, blok zinciri ve kripto paralara yönelik tutucu bir refleks geliştirirken ülke vatandaşları kripto para yatırımı yapma konusunda oldukça esnek bir tutum içerisindedir. Dünya Ekonomik Forumu (World Economic Forum) tarafından 2021 yılında yapılan araştırmaya göre dünyanın en büyük 74 ekonomisinin nüfusa oranla en çok kripto para kullanan ülkeler açıklanmıştır. Şekil 1’de görüldüğü üzere Türkiye dünyada kripto para yatırımında %16 ile dünyada 4’ncü, Avrupa’da ise ilk sırada yer almıştır (Dünya Ekonomik Forumu, 2021).



Şekil 1. Dünya Geneline 2021 Yılında Nüfuslarına Oranla En Çok Kripto Para Kullanan Ülkeler

Kaynak: (World Economic Forum [WEF], 2021).



Şekil 2. Dünya Geneline 2021 Yılında En Çok Kripto Paralardan Kâr Elde Eden Ülkeler

Dünya üzerinde yapılan kripto para yatırımlarından en fazla kâr eden ülkeler sıralanmıştır. Şekil 2’de görüldüğü üzere Türkiye dünyada kripto para yatırımında kâr elde etme oranında 6. sırada yer almaktadır (<https://www.statista.com>). Türkiye kripto para yatırımcısı olma ve bu sistemden kâr elde etmekte etkin bir ülkedir.

4. Literatür Taraması

Ulusal Tez Merkezinde kripto para anahtar kelimeleri ile yapılan aramada Türkiye’de yapılan tez çalışmalarının işletme, ekonomi, finans, bilgisayar mühendisliği ve bilgisayarla ilgili diğer alanlar, bilişim, hukuk, istatistik, bankacılık gibi alanlarda daha fazla çalışma yapıldığı görülmektedir. Sosyoloji anabilim dalında 2017 yılında hazırlanan “Bitcoin örneğinde bir neoliberal toplumsallık incelemesi” başlıklı tez çalışması bulunmaktadır. Blok zinciri ve kripto paralar üzerine yapılan çalışmalarda, insan ilişkileri ve toplumsallıklar

üzerine yapılan çalışmalar olmasına rağmen bu çalışmalar yayınlanan anabilim dalının literatürü ve bakış açısına sahip çalışmalardır.

Sosyoloji disiplini içerisinde kripto para yatırımcıları üzerine çok sınırlı sayıda araştırma bulunması nedeniyle bu kısımda diğer disiplinlerden bazı çalışmalara yer verilerek ulusal literatürde yapılan uygulamalı çalışmaların sonuçları hakkında genel bir fikir sahibi olunması sağlanmaya çalışılmıştır. Kripto para yatırımı yapılmasında yüksek getiri sağlama önemli bir faktördür (Tuğgun, 2022), diğer bir önemli faktör gelecekte kripto paraların önemli bir yatırım aracı olacağı beklentisidir (Pilatin, 2022). Kripto para yatırımında cinsiyetlere göre farklılaşma bulunmaktadır. Erkekler kripto para yatırımı yapmakta kadınlardan daha istekli, farkındalıklı, konu hakkında daha bilgilidir (Tuğgun, 2020; Kuzudişli & Çarıkcı, 2021; Mosmer & Başarı, 2023; Pilatin, 2022). Üniversite öğrencileri ile yürütülen çalışmalarda üniversite öğrencilerinin bir kısmının kripto paralar hakkında bilgisi varken bir kısmının bilgisi bulunmamaktadır. Kripto para yatırımı yapan üniversite öğrencileri bulunmaktadır (Arıca & Koçak, 2020; Doğan, 2022; Öget & Kanat, 2023; Yurtsızoğlu & Akgül, 2022).

Kuzudişli & Çarıkcı (2021) nicel araştırma yöntemi kullanılan çalışma muhasebe ve finans alanındaki 117 eğitimcinin kripto para farkındalık düzeyi, tutumları ve bakış açılarını incelemiştir. Eğitimcilerin kripto para farkındalığının ve ilgilerinin yüksek olduğu tespit edilmiştir. Erkeklerin kadınlara göre; 20-29 yaş aralığındaki katılımcıların diğer katılımcılara göre ve lisans mezunlarının yüksek lisans mezunlarına göre finansal yatırım yapmaya daha istekli oldukları sonucuna ulaşılmıştır.

Muharrem & Kesbiç (2022) nicel araştırma yöntemi ile Manisa'da ikamet eden 172 katılımcı ile yapılan anket çalışması sonucu katılımcıların kripto para benimseme ve kullanım seviyesi düşük bulunmuştur.

Adıgözel (2023) 618 kripto para yatırımcısı ile yürüttüğü yüksek lisans tez çalışması sonucunda öznel normların yatırım niyeti üzerinde anlamlı etkisi olduğu bulgulanmıştır. Öznel normlar, yatırımcının sosyal çevresi, inançları, ait olduğu toplumun kurallar vb. öznel normlardan gelen öneri ve tavsiyeler dikkate alındığı sonucuna ulaşılmıştır.

Tecim vd. (2023) karma araştırma yöntemli çalışmada kripto varlıkların bireyler tarafından nasıl algılandığı metaforik olarak 292 kişilik bir örneklem grubu ile incelenmiştir. Araştırma sonucu kadınlar, erkeklerden daha fazla kripto paraları olumsuz nitelendirdiği; evli katılımcıların kripto paraları bekar katılımcılara göre daha fazla tehlikeli bulduğu; katılımcıların çoğunluğu kripto paraları köşeyi dönmek için uygun bir araç olarak görmezken, kripto paraları köşeyi dönmek için en uygun araç olarak gören katılımcılarında bulunduğu sonuçlarına ulaşılmıştır. Katılımcılar, kripto paralar güven vermeyen bir sistem olarak nitelendirdiğinden dolayı kripto paraları kumar olarak nitelendirilme eğilimindedir.

Bayram ve Turan (2023) Türkçe kripto para konulu tweetleri inceleyip duygu analizi yaptığı çalışmada kripto para tweetlerinin olumlu yönde ve tweet içeriklerinde Bitcoin, Ethereum gibi en çok bilinen kripto paralara yer verildiği görülmüştür.

Ante, vd., (2023) araştırmasında kripto para varlıklarına sahip 715 Türk kullanıcı ile anket çalışması yapılmıştır. Katılımcıların kripto para varlıklara sahip olmalarında üç tür motivasyon grubu belirlenmiştir. Bunlar; ödeme kullanıcıları, kripto yatırımcıları ve kripto tüccarlarıdır. Amerika'da yapılan nitel araştırma sonucu kullanıcıların Bitcoin'i arkadaşları ve meyda aracılığıyla öğrendikleri (Kinney, 2021), Avusturalya'da gençlerin hayallerini ve beklentilerini gerçekleştirmek için kripto para yatırımı yaptığı (Hanckel & Hendry, 2024), Świątkiewicz & Poskart (2020) ülkelerin sahip olduğu kültürel farklılıklara bağlı kripto para kullanımında farklılıklar olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Kripto para yatırımcıları ile ilgili ulusal alayazın incelendiğinde ulaşılabilen araştırmaların büyük çoğunluğunun belli bir gruba araştırma sorularının yöneltilip kripto para yatırımı olan ve kripto para yatırımı olmayan bireylerin birlikte örneklem alındığı araştırmalar oluşturmaktadır. Sadece kripto para yatırımı bulunan katılımcılardan örneklem oluşturulan çalışmalar da bulunmaktadır. Ancak oldukça az sayıdadır. Mevcut ulusal literatür problemi anlama da kısıtlı veri sunmaktadır. Bu nedenle kripto para yatırımcıları üzerine yapılan bu nitel çalışma katılımcılar hakkında bilgi edinme, onların kripto para yatırım motivasyonları, nedenleri ve gündelik hayatlarında bu durumu nasıl konumlandıkları ve inşa ettikleri hakkında literatüre katkı sağlayacaktır.

5. Metodoloji

5.1. Araştırmanın Yöntemi

Nitel araştırma, algıların ve olayların oldukları gibi gerçekçi ve kapsayıcı bir biçimde ortaya konmasına yönelik gözlem, görüşme ve doküman analizi veri toplama teknikleri kullanılan araştırma yöntemidir (Yıldırım & Şimşek, 2016). Fenomenoloji deseni, var olan ancak hakkında derinlemesine ve ayrıntılı bilgi sahibi olmadığımız olgular (olay, deneyim, algı, yönelim vb.) ile gündelik hayatta karşılanmasına rağmen tam anlamıyla kavranamayan olguları anlamamıza yardımcı bir yöntemdir (Yıldırım & Şimşek, 2016). Araştırmada nitel araştırma yöntemi ve fenomenoloji deseni tercih edilmiştir. Çünkü bireylerin, kripto para kullanma veya yatırımı yapma fenomeni ile ilgili deneyimleri, düşünceleri derinlemesine görüşme yapılarak ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Yarı yapılandırılmış mülakat ile kripto para yatırımı ile ilgili verilerin bağlamından kopmadan kendi tecrübeleri, algıları ve değerlendirmeleri ile derinlemesine anlaşılmasına çalışılmıştır.

Fenomenoloji deseninde veri kaynakları araştırmanın odaklandığı olguyu yaşayan ve bu olguyu dışa vurabilecek ve yansıtabilecek birey veya gruplardır. Fenomenolojik çalışma, olguyu deneyimleyen bireylerin bu yaşanmışlıklarının ortak anlamını betimleme ve tanımlama amacı taşımaktadır. Araştırılacak fenomen belirlendikten sonra bu fenomeni deneyimleyen 10-15 kişi arasında değişen bir heterojen grupla çalışma yürütülebilir (Creswell, 2018). Çalışmada kartopu örnekleme modeli ile kripto para yatırımı bulunan bireylere ulaşılmıştır. Katılımcılar belirlenirken cinsiyet, yaş, meslek, eğitim, yaşanan il gibi değişkenlerin farklılıklar içermesine dikkat edilmiş böylece elde edilen verilerin zengin içeriğe sahip olması sağlanmıştır. Çalışma kripto para yatırımcısı 17 kişi ile yürütülmüştür. Görüşmeler, yapılırken ses kaydı alınmıştır. Sonra ses kayıtları yazıya dökülmüştür. Çalışmanın sınırlılığı kripto para yatırımcısı olan bazı kişilerin ekonomik yatırımları hakkında bilgi vermek istememesi nedeniyle araştırmaya katılmamasıdır.

Çalışma, Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Bilimsel Araştırma Önerisi Etik Değerlendirme Kurulu'nun 21.08.2022 karar tarihi ve 2023/14 karar numarası ile etik açıdan uygun bulunmuştur.

5.2. Araştırmanın Veri Analizi

Araştırmada nitel araştırma yönteminde fenomenoloji deseni seçilmiş, yarı yapılandırılmış mülakat tekniği ile sahadan veriler toplanıp betimsel yaklaşımla analiz yapılmıştır. Elde edilen verilerin kodları ve kategorileri belirlenmiştir. Nitel araştırmalarda sonuçların inandırıcılığı açısından geçerlilik ve güvenilirlik konusu önemli bir konudur. Lincoln ve Guba nitel çalışmalarda niteliği arttırmak için inandırıcılık, tutarlılık, teyit edilebilirlik, aktarılabilirlik kriterlerini geliştirmiştir (Creswell, 2018).

Nitel araştırmalarda (Yıldırım & Şimşek, 2016, s. 269-284) iç geçerliliğe karşılık gelen inandırıcılığı sağlamak için çalışmada beş aşama yerine getirilmiştir. Bunlar, 1.Uzun süreli etkileşim, mülakat için katılımcıdan önceden randevu alınmış ve görüşmecinin samimi yanıtlar vermesi sağlanmaya çalışılmıştır. 2. Derinlik odaklı veri toplama, araştırmacı verileri katılımcılara tekrarlamış böylece aynı anlamların kastedildiğinden mutabık kalınmış ve gerektiğinde ilave sorular sorularak verilerin gerçekliğe uygun olması araştırmacı tarafından sağlanmaya çalışılmıştır. 3. Çeşitleme, araştırmacı gözlemlerinden elde ettiği veriler hakkında katılımcılara düşünceleri sorulmuş ve görüşme ve gözlemlerin birbirini desteklediğine dikkat edilmiştir. 4. Uzman incelemesi, araştırmanın süreçleri uzman incelemesi yaptırılmıştır. 5. Katılımcı teyidi, görüşme sonrasında katılımcılara veriler özetlenmiş ve teyit alınmıştır.

Nitel araştırmaların genelleme kavramına karşılık nitel araştırmalarda aktarılabilirlik kavramı ön plana çıkmaktadır. Nitel araştırmalarda genelleme mümkün değildir.

Tutarlılık, nicel araştırmalardaki güvenilirlik kavramı yerine geçmektedir. Araştırma süresince tutarlılık içerisinde olması için veri toplama, kayıtların tutulması, verilerin analizi ve sonuç için özenli davranılmıştır.

Nitel araştırmadaki nesnellik kavramına karşılık nitel araştırmalarda teyit edilebilirlik kullanılan kavramdır. Nitel araştırmalarda tam bir nesnellik, bağlı olduğu felsefe geleneği gereği mümkün olmamaktadır. Teyit edilebilirlik için araştırma süresince alan notları, ses kayıtları, kodlamalar ve çıkarımlar arşivlenmiştir.

Paradigmaları farklı olan iki yöntem olan nicel ve nitel yöntemin geçerlilik ve güvenilirlik için alınacak önlemlerin aynı olmayacaktır. Ancak araştırma bilimsel olma gayesi taşıdığı için nitel yöntem prensibi içerisinde gerekli uygulamalar yapılmıştır.

6. Araştırmanın Bulguları

6.1. Araştırmanın Demografik Bulguları

Çalışma Sakarya, Tokat, Kocaeli, Zonguldak, Bolu, Balıkesir illerinde yaşayan toplamda 17 kripto para yatırımcısı ile yürütülmüştür. Araştırma yürütülürken 17 katılımcıya ulaşıldığında katılımcılardan alınan verilerin benzer olmaya başlamıştır. Elde edilen verilerin doygunluk seviyesine ulaşması sebebiyle 17 katılımcı ile çalışma sonlandırılmıştır.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Bilgileri

Sıra No	Cinsiyet	Yaş	Medeni Durum	Şehir	Eğitim Durumu	Meslek
KPY1	Erkek	44	Evli	Sakarya	Lisans	Kamu Çalışanı
KPY2	Erkek	38	Evli	Sakarya	Lisans	Özel Sektör-İşçi
KPY3	Kadın	35	Bekar	Kocaeli	Lisans	Kamu Çalışanı
KPY4	Erkek	45	Evli	Sakarya	Yüksek Lisans	Kamu Çalışanı
KPY5	Erkek	48	Evli	Sakarya	Ön Lisans	Kamu Çalışanı
KPY6	Erkek	39	Bekar	Zonguldak	Yüksek Lisans	Kamu Çalışanı
KPY7	Erkek	28	Bekar	Sakarya	Ön Lisans	Özel Sektör-İşçi
KPY8	Erkek	21	Bekar	Tokat	Lisans Okuyor	Öğrenci
KPY9	Erkek	45	Evli	Tokat	Lisans	Kamu Çalışanı
KPY10	Erkek	41	Bekar	Tokat	Lise	Proje Koordinatörü
KPY11	Erkek	45	Bekar	Tokat	Lisans	Kamu Çalışanı
KPY12	Kadın	35	Evli	Bolu	Lisans	Kamu Çalışanı
KPY13	Erkek	28	Evli	Kocaeli	Ön Lisans	Özel Sektör-İşçi
KPY14	Erkek	28	Evli	Sakarya	Lise	Özel Sektör-İşçi
KPY15	Erkek	28	Evli	Kocaeli	Ön Lisans	Özel Sektör-İşçi
KPY16	Erkek	47	Evli	Balıkesir	Lisans	Kamu Çalışanı
KPY17	Erkek	42	Evli	Sakarya	Ortaokul	Serbest Meslek

Tablo 1’de katılımcıların demografik özellikleri sunulmuştur. Katılımcıların 2’si kadın 15’i erkektir. Kadınların kripto para kullanım oranı erkeklerden daha düşük olduğu için araştırmada kadın sayısı daha az sayıdadır. Bu nedenle kadın kripto yatırımcılarına ulaşamamıştır. Katılımcıların yaşı 21-48 yaş aralığındadır. Katılımcıların 6’sı bekar ve 11’i evlidir. Katılımcılar kartopu örneklem olarak seçildiğinden yaşadıkları iller farklılaşmaktadır. Kocaeli-Sakarya gibi Marmara bölgesinden sanayi şehirleri ile Tokat gibi bir İç Anadolu şehriden örneklem içerme bu şehirler arasında kripto para yatırımında farklılaşma olup olmadığının da incelenmesini sağlamıştır. Katılımcıların eğitim durumu ortaokul, lise, önlisans, lisans, yüksek lisans iken bir katılımcı lisans eğitimine (2.sınıf) devam ettirmektedir. Katılımcıların meslek dağılımı özel sektör, kamu, öğrenci ve serbest çalışan biçimindedir. Katılımcıların meslek farklılaşması çalışma yapılırken sağlanmaya çalışılmıştır. Böylelikle sahadan farklı deneyim ve bakış açısına sahip kişilere ulaşmak amaçlanmıştır.

Katılımcıların kimlik bilgileri kullanılmadığından kodlar kullanılmıştır. Kripto para yatırımcısı: KPY şeklinde kısaltılmıştır. Yapılan mülakatların sırasına göre KPY1, KPY2, KPY3...KPY17 isimlendirilmiştir. Alıntılarda bu kısaltmalar kullanılmıştır.

6.2. Araştırmanın Kripto Para Kullanımına İlişkin Nitel Bulguları

Kripto para yatırımcılarına çalışma ile ilgili 10 adet soru sorulmuştur. İlk soru demografik sorulardan oluşmakta diğer sorular ise (9 soru) çalışmaya ilişkin nitel sorulardan oluşmaktadır. Araştırma soruları belirlenirken 2-3-4 numaralı sorular, kripto para yatırımcılarının kripto paraları nereden öğrendiği, kullanım biçimleri, kullanım türleri, yatırım yapma stratejileri, yatırım yapma neden ve amaçlarını keşfetmek amacıyla hazırlanmıştır. Devamındaki 5-6-7 numaralı sorular, kripto para yatırımdaki güncel durum, aile, akraba, arkadaş vb. yakın sosyal çevrenin yaklaşımları ve kripto para kavramına ilişkin olumsuz yaklaşımlar hakkındaki görüşleri keşfetmek amacıyla hazırlanmıştır. Devamındaki 8-9-10 numaralı sorular, kripto paraların geleceği, devlet ve banka otoritesi ile kripto paraların sağladığı merkezlessiz teknolojik güven kavramlarına ilişkin görüşleri ve Türkiye’nin kripto para konusundaki politikasının nasıl olması gerektiği ile ilgili görüşleri keşfetmek amacıyla hazırlanmıştır.

Bu kapsamda kripto para yatırımcılarına sorulan sorular ve deneyimlerini, öznel bakışlarını, düşüncelerini aktardıkları cevapları olabildiğince kendi anlatım biçimleri ile aktarılmıştır. Sorularda tüm katılımcıların cevapları sıralanmamıştır. Bunun nedeni benzer cevaplar alınmasıdır. Alıntılar altında katılımcıların cevaplarının kodları genel olarak açıklanmıştır. Katılımcılarla yapılan görüşmelerden seçilen alıntılar şu şekildedir:

“Kripto paralar hakkında ilk bilgiyi nasıl öğrendiniz? Kaç yıldır kripto para alım-satımı yapıyorsunuz? Kaç farklı kripto para yatırımınız var? Kripto paralarınızı takip sıklığınız nedir?”

KPY 2: “İlk arkadaş çevresinden öğrendim. Sonra sosyal medyadan takip ettim, 3 yıl, 4 adet, boğa döneminde sık takip ediyordum şuan ayı dönemi az bakıyorum, hiç bakmıyorum, baksam moralim bozuluyor”.

KPY 4: “Arkadaş tavsiyesi, 7 yıl, 8 adet, yükseliş döneminde sık, şuan fiyatın düşük olduğu bir dönem az bakıyorum”.

KPY 6: “Arkadaşımdan öğrendim. 6 yıl, şuan 1 adet, 3 aydır bakmadım”.

KPY 7: “Arkadaş tavsiyesi, 5 yıl, 20-25 farklı coinim var, her beş dakikada bir bakıyorum, yani fırsatım olan tüm zamanlarda bakıyorum”.

KPY 11: “Sosyal medya aracılığıyla öğrendim. 3 yıl, 10'dan fazla coin yatırımım var, her gün takip ediyorum”.

KPY 13: “Sosyal medya aracılığıyla öğrendim. 4 yıl, 6-7 coin yatırımım var, her gün takip ediyorum”.

KPY 15: “Arkadaşımdan öğrendim. 6 yıl, 5coin yatırımım var, haftada 2-3 kez takip ediyorum”.

Araştırmaya katılan kripto para yatırımcılarının kripto para hakkında ilk bilgiyi arkadaş ve sosyal medya aracılığıyla öğrendiği anlaşılmıştır. Arkadaş aracılığıyla kripto paradan haberdar olma durumu sosyal medyadan daha fazladır. Katılımcıların kripto para yatırımı yapma yıl aralığı en düşük 2 en çok 7 yıl aralığındadır. Katılımcıların yatırım yaptığı kripto para sayısı en az 1 en fazla 30 farklı coinden oluşmaktadır. Ancak katılımcıların farklı coine yatırım yapma durumunun kripto borsasının düşük ve yüksek olma durumuna göre değişkenlik gösterdiği cevaplardan anlaşılmaktadır. Katılımcılar, kripto paraların takip sıklığı 1 saat içerisinde çok sık aralıklarla olanlar olmakla birlikte, 3 aydır yatırımlarına bakmayanlarda olduğu görülmüştür. Kripto paraları takip sıklığı kripto borsasının düşük ve yüksek olma durumu ile ilişkili olduğu görülmüştür. Katılımcılar yükseliş döneminde yatırımlarının durumunu daha sık takip ederken, düşüş döneminde yatırımlarının zarara dönüşünü veya zararlarının sabit devam edişinin takip motivasyonlarını düşürdüğü anlaşılmıştır.

“Kripto para yatırımlarınızın kaynağı nelerdir? Hangi kripto paraya yatırım yapacağınızı nasıl belirliyorsunuz? Yatırım yaptığınız kripto paraların teknolojik alt yapısı veya neyle ilgili teknoloji geliştirdiği hakkında bilginiz var mı?”

KPY 1: “İhtiyaçlara harcadıktan sonra maaştan artan kısımla yatırım yapıyorum. Yatırım yaparken sosyal medya (instagram, telegram, whatsapp vb.) fenomenlerinden edindiğim bilgiler ve arkadaş tavsiyeleri ile belirliyorum. Teknolojik alt yapıya göre yatırım yapıyorum diyebilirim. Şuan web3, yapay zeka teknolojisi yatırımcısı coinler gelecek vaad ediyor, onları inceleyip buna göre yatırım yapıyorum”.

KPY 2: “Maaştan artan gelirimle yatırım yapıyorum. Sosyal medya fenomenlerini takip ediyorum, grafikleri okumayı onlardan öğrenmeye çalışıp öyle yatırımımı belirliyorum. Teknolojileri ile ilgilenmiyorum. Ben futbol takımlarının tokenlerine yatırım yapıyorum. Sporu takip ederken onların coinlerini takip etmek kolay, teknoloji takip etmek zor”.

KPY 3: “Maaştan artan gelirimle yatırım yapıyorum. Arkadaş tavsiyesi ile alıyorum. Teknolojisinden bilgim yok coinlerin, zaman ayırmak istemiyorum”.

KPY 7: “Kredi çektim yatırdım, maaşımdan para ayırıyorum. Twitter'da konuşulanlar, trendler, grafikleri inceliyorum karar veriyorum. Teknolojileri hakkında bilgi sahibiyim”.

KPY 8: “Çalışmaya başlamadan önce harçlıklarımdan yatırım yapıyordum şimdi çalışıyorum kazancımdan yatırım yapıyorum. Coinlerin projelerini ve teknolojilerini inceleyip karar veriyorum. Arkadaş tavsiyesi de bazen yapıyorum”.

KPY 10: “Birikiimlerimden yatırım yaptım. Bir coine yatırım yapmadan önce hakkında tüm yorumları dinliyorum. Projesi olan coinlere yatırım yapıyorum”.

KPY 15: “Maaştan, analizleri takip ediyorum, Teknolojileri hakkında bilgim var”.

Katılımcılar kripto para yatırımlarını çoğunlukla maaş gelirlerinden artan para ile yapmaktadır. İki katılımcı kredi çekip kripto para yatırımı yaptığı görülmüştür. Katılımcılar kripto para yatırımı yapmalarını belirlerken sosyal medya üzerinden yayın yapan twitter, instagram, youtube, telegram, whatsapp, discord vb. sosyal medya uygulamalarında fenomenleri takip ederek, bu mecralardaki yorumlardan bilgi sağladığı

görülmüştür. Yine arkadaş çevresinin yatırım tavsiyesi için etkili olduğu görülmüştür. Katılımcıların coinlerin alt yapılarındaki teknolojiler hakkında bilgiyi bu mecralardan elde ettiği görülmektedir.

“Neden başka bir yatırım aracı değil de kripto paralara yatırım yapıyorsunuz? Kripto para yatırımınızla amacınız nedir?”

KPY 1: “Diğer yatırım araçlarının geri dönüşleri çok uzun sürüyor, kripto parada ani yükselişler veya katlama oranı daha yüksek. Erken bir emeklilik için”.

KPY 3: “Başka bir yatırım aracı da var her yatırım aracından biraz var”.

KPY 4: “Kripto parada paranın katlama oranı çok yüksek, 100X yapabilirsiniz bir anda. 24 saat işlem yapılabilir. Borsada hisse sattuktan günler sonra parayı çekebiliyorsun, burada ise paran hemen hesabında. Hem daha iyi bir yaşama sahip olmak hem de dünyanın buraya döneceğini düşünüyorum o yüzden kripto paraya yatırım yapıyorum.”

KPY 5: “Kripto paraların yükseliş dönemi yaklaştı onun için yatırım yapıyorum. Güzel bir emeklilik için faydası olacağını düşünüyorum”.

KPY 6: “Zararımı kapatmak”.

KPY 7: “Daha çok para kazanmak için, zengin olmak için. İşimden ayrılmak”.

KPY 8: “Başka yatırım araçları da var. Kripto para yatırımı yapmaktaki amacım ülkelerin kendi kripto paralarını çıkaracağını yani kripto paranın geleceği olacağını bu nedenle kârlı olacağını düşündüm.”

KPY 9: “Geleceğin yatırım aracı olacağını düşünüyorum. Diğer yatırım araçlarına göre de daha hızlı ve daha iyi kazanç sağlayabileceğini düşündüğüm için yatırım yapıyorum. Daha iyi bir finansal özgürlük yakalamak amacım”.

KPY 10: “Evvelden borsada değerlendiriyordum birikimimi, kripto borsası daha hareketli ve 7/24 çalışıyor, ilerde dijital borsaların daha parlak olacağını düşünüyorum. Amacım para kazanmak”.

KPY 11: “Şok kazançlar elde edenleri duydum. Çağında gereği, gelecek vadettiğine inanıyorum. İlerisi için amaç daha güzel ev, araba, yazlık alabilmek”.

KPY 12: “Daha kolay para kazanıldığını düşünüyorum. Zengin olmak”.

KPY 13: “Daha yüksek kazanç elde edebilmek için yatırım yapıyorum”.

KPY 14: “Geleceğin teknolojisi olduğunu düşünüyorum. Kripto para yatırımıyla amacım kısa zamanda zengin olabilmek”.

KPY 15: “Güvenilir olduğunu düşünüyorum. Amacım zengin olmak”.

KPY 17: “Geleceğin yasal para birimi olacağını düşündüğüm için yatırım yapıyorum, amacım geleceğimi garanti altına almak”.

Katılımcıların diğer yatırım araçlarına değil kripto paralara yatırım yapma sebebi altın, döviz, borsa yerine kripto paraların daha kısa sürede daha fazla katlayarak artmasıdır. Ayrıca kripto para sisteminin geleceği olacağına olan güvende katılımcıları yatırıma yöneltmiştir. Katılımcıların kripto paralara yatırım yapmaktaki amaç en genel haliyle iyi bir refah seviyesine ulaşmaktır. Refah seviyesindeki artış oranı bazı katılımcılar için gelirini arttırmak, daha iyi imkanlara sahip olmak, iş değişikliği veya emeklilikte daha rahat etmek ve zengin olmak biçiminde farklı skalalardadır.

“Kripto yatırımlarınızla ilgili şuanki durumunuz nedir? Kârda iseniz birşeyler (mal-hizmet) satın aldınız mı?”

KPY 1: “Zarardayım”.

KPY 3: “Zarardayım”.

KPY 7: “Kârdayım. Bir şey almadım”.

KPY 10: “Kârdayım. Kârlarımla yine kripto para yatırımı yaptım”.

KPY 14: “Kârdan zarardayım. Bir şey almadım”.

KPY 15: “Kârdayım. Bir şey almadım”.

KPY 17: “Ne kârdayım ne de zarardayım”.

Kripto para piyasasında 2021 yılı son aylarında 64.000 dolar seviyelerine kadar ulaşan Bitcoin 30.06.2022 tarihi itibarıyla düşme dönemi içerisinde 18.000 dolar seviyesine gerilemiş ve 25.08.2023 tarihi itibarıyla 26.000 dolar seviyesindedir. Yükseliş ve düşüş dönemleri alt coinler içinde benzerdir. Kripto paraların yükselmesi ve sonra kısa süre içerisinde bazen ani bazen yavaş düşüşleri ile yatırımcıların zarara uğratmıştır. Katılımcılar bu düşüş dönemi nedeniyle zararda olduklarını belirtmiştir. Kârda olan katılımcılar kârları ile tekrar yatırım yapmış veya bazıları kârda olsa da coinlerini satmamıştır.

“Çevrenizdeki insanlar aile, akraba, iş arkadaşı vb. kripto para yatırımlarınız hakkında ne düşünüyor?”

KPY 1: “Aile fertleri daha çok boş işlerle uğraşma diyor. Kendileri yatırım yapmayan grup olumsuz yaklaşıırken, yatırım yapan veya yatırım yapıp bizim gibi zararda olsalar bile anladığından sabır tavsiye ediyor. Kripto paraları bilenle bilmeyen arasında tavsiye değişiyor”.

KPY 2: “Ailem, akrabalarım boş iş diyorlar altın, dolar al kripto para alacağına diyorlar. Dediklerini yapıyor muyum, hayır!!! İş arkadaşlarımda öyle diyordu ancak 4 ay önce 100 dolar olan kripto para yatırımlarım bir gecede 700 dolar olduğunu gördüler, onlarda ikna oldu, bir şeyler olabiliyormuş dediler”.

KPY 3: “Biraz bilgisi olan daha olumlu ama konudan uzak olanlarda ne kadar uzaklaşırsa bu konuya daha olumsuz yaklaşıyorlar”.

KPY 4: “İlk zamanlar saçmaladığımı düşünüyordum. Artık daha olumlu düşünüyorum. Kızım BES (bireysel emeklilik) açtırdım. Eşim neden BES açtırdın o parayla Bitcoin alsan daha çok kazanırsın diyor. Bizde durumlar böyle”.

KPY 6: “Uzak dur bundan pek fayda sağlayan yok diyor çevrem”.

KPY 7: “Arkadaşlarım daha çok destekçi, ailem çok desteklemiyor”.

KPY 8: “Aile desteklemiyor da olumsuz bir şey de demiyor. Arkadaşlar destekliyorlar, çünkü onlarda bu işin içindeler”.

KPY 9: “Saçmalık olduğunu düşünüyorlar. Batacaksın, biteceksin diyorlar. İnsanlar TV’den duydukları olumsuz haberler nedeniyle çok boş bakmıyorlar”.

KPY 10: “İnsanlar, aile, akraba kripto para yatırımları hakkında %80’i olumsuz konuşuyor ama olumsuz konuşan herkesin de kripto paraya kulak kabarttığı farkındayım. Aile her zaman en olumsuz davranan çünkü yatırımların erimesinden yatırımlarını kaybetmemden endişe ediyorlar. Arkadaş çevresi onlara göre daha temkinli. Para kazanmaya başlarsan bize de tiyo verir misin, bilgi verir misin şeklinde yaklaşıyorlar”.

KPY 11: “Tepkiler şöyle bu işi hiç yapmamış, bilmeyen insanlar çevreden veya haberlerden duyduklarıyla olumsuz battı gibi haberlerle beni de yapma diye uyarıyorlar. Ancak kripto para yatırımı yapan veya bu sistemi bilen insanların yaklaşımları sıcak, olumlu”.

KPY 12: “Ailem bir taraftan para gider diyor bir taraftan da benim bu konuda başarılı olabileceğimi düşünüyor”.

KPY 13: “Onlarda olumlu görüyor ve onlar da zaten kripto para yatırımı yapmaya başladı”.

KPY 14: “Gayet olumlu düşüncelere sahipler”.

KPY 15: “Dolandırıcılık olduğunu düşünüyorlar, güvenmiyorlar”.

KPY 17: “Saçmalık olduğunu düşünüyorlar”.

Bu soru ile katılımcıların aileleri ve yakın çevrelerinde kripto para yatırımı ile ilgili nasıl bir ekosistem içerisinde oldukları anlaşılmasına çalışılmıştır. Ailelerin genellikle kripto para yatırımında olumsuz veya daha temkinli olduğu, arkadaş çevresinin biraz daha destekleyici olduğu görülmüştür. Kripto paralara olumlu veya olumsuz tavır, genel olarak kripto para sisteminden bilgisi olan ve olmayan olarak ayrılmaktadır. Kripto para ve blok zinciri hakkında bilgisi olan aile veya arkadaş çevresi katılımcılara olumlu yaklaşıırken, konu hakkında bilgisi olmayanlar olumsuz yaklaşmaktadır.

“Kripto para yatırımı belirsiz, güvenilmez, hayal, oyun, kumar gibi kavramlarla tanımlayanlar var sizin için bu yorumlar ne ifade etmektedir?”

KPY 1: “Kripto paralarda yatırımı olmayanlar kriptodan para kazanamayanlar bu yorumları yapmakta haklılar çünkü elle tutulur gözle gördüğü bir şey değil, nesne değil, ama bu soruyu kriptodan az da olsa para kazanan birisine sorarsanız hayır der. Bazıları zarar ediyor ya işte kumar oynadık tutmadı diyor halbuki her coinin belli bir grafiği vardır o grafiği biraz incelerse en azından grafik okumasını öğrenebilse daha fazla zarar edilmez. Yani bir mantığı var. Güvenilir mi konusuna girince güvenilmez çünkü herhangi bir güvencesi yok arkasında. Para sıfırlandığı zaman veya bir şey olup şirket kapısını kilitleyip gittiği zaman kimle mubatap olacaksınız herhangi bir mubatabı yok ama bunu bile bile giriyorsunuz zaten işe”.

KPY 7: “Konuyu bilmeyen uzak insanlar onlar, bu konuda bilgisiz ve cabiller. Bilgisi yok fikri var. Bilmediği bir alan olduğu için çekinceleri var. Kendince beni de korumaya ve caydırmaya çalışıyorlar. Bu sistemde para benim kontrolümde olduğu için güvenilir. Belli kurallar dışına çıkmadığım sürece kimse benim paramı çalamaz, müdahale edemez, dolandıramaz”.

KPY 8: “Boş yorumlar bunlar, ben sürdürülebilir olduğunu düşünüyorum”.

KPY 10: “Bu yorumlar benim için hiçbir şey ifade etmiyor. Çünkü anı değil 30 yıl 40 yıl 50 yıl sonrasını düşünmek gerek. Mesela Ford ilk arabasını yapmak için bankadan kredi almaya gitmiş. Amerika’da banka bu krediyi vermemiş. Çünkü hayal kuruyorsun, atlar kanlı canlı yıllardır yaşadığını ve yıllar sonra da yaşayacağını savunmuşlar. Otomobilin atların yerini asla alamayacağını söylemişler. Şimdi bunu diyen insanların torunları bugün araba kullanıyorlar. Kripto paralar için böyle söyleyenler 20 yıl sonra keşke bizde zamanında alsaydık diye düşünebilirler”.

KPY 14: “İsrar ediyorlar öğrenmemekte ondan dolayı bu düşünceye sabırlar.”

KPY 15: “Olumsuz yorumlar benim için bir anlam ifade etmiyor yani onlar konuyla ilgisiz oldukları için, bilgileri olmadığı için öyle düşünüyorlar”.

Katılımcılar kripto paraları belirsiz, güvenilmez, hayal, oyun, kumar gibi görmemektedir. Bu şekilde yorumlayanların ise kripto para konusu hakkında doğru bilgi sahibi olmadıklarını düşünmektedir.

“Kripto paraların geleceği ile ilgili ne düşünüyorsunuz?”

KPY 4: “Bütün kağıt paraların ortadan kalkıp kripto paraya dönüşeceğini düşünüyorum. EFT yaparken neden aracı bankaya ihtiyaç duyuyum ki! Çok güvenilir bir sistem, çok hızlı karşı tarafa para gönderilebiliyor, işlem ücreti oldukça düşük, kendi bankam kendi cebimde gibi, gelecekte bankacılık sistemi ortadan kalkacak bence”.

KPY 7: “Hayatımızdalar artık gündelik hayatımızda daha fazla var olacaklar”.

KPY 8: “Yükseleceğini düşünüyorum yani yok olup gitmeyeceğini düşünüyorum”.

KPY 9: “Dünya devletleri zamanla dijital paraya geçecek. Bu süreç insanları alıştırma ve kabul ettirme dönemi”.

KPY 10: “Dünyadaki bütün ekonomik sistemin buna göre dizayn edileceğini düşünüyorum”.

KPY 13: “İyi bir konuma gelecek, kripto paraların kullandığı blok zinciri teknolojisi ile birlikte”.

KPY 16: “Daha henüz bir bebek gibi, yolu daha çok açık. Ama daha çok savaşları var. Finansal kangallar olacak sermaye yer değiştiriyor. Feodal dönem derebeyleri ile endüstri sahiplerinin mücadelesi gibi mücadele bu dönemde de yaşanacak. Çünkü blok zinciri teknolojisi her alana gireceği için bu teknolojisi her şeyi dönüştürecek”.

Katılımcılar kripto paranın geleceğini, blok zinciri teknolojisinin yaşamın her alanında kullanılacak bir teknoloji olacağını ve buna bağlı olarak kripto paranın bu sistem içerisinde varlığını sürdüreceğini düşünmektedir. Fiziki parayı ortadan kaldıran bir unsur olacağını, banka gibi otoritelerin şuan sağladığı hizmetlerden daha iyi bir hizmet sağlayacağı öngörülmektedir.

“Kripto paraların kullandığı blok zinciri teknolojisi, banka, devlet vb. otoriteler olmadan şifreleme teknolojisiyle kişiler arası ekonomik ilişkilerin gerçekleşmesini sağlamaktadır. Bu açıdan resmi otoritelerin verdiği güven ile teknolojinin sağladığı güven kavramlarını nasıl değerlendiriyorsunuz?”

KPY 1: “Yaptığım işlemin devlet garantisi yok. Kaybettiğinde paranı, mubattap kimse bulamazsın. Ama arasında çok fark yok. Bankaya yatırdığım paranı da bir güvencesi yok enflasyon karşısında değer kaybedebiliyor, borsadaki paranı ani çöküşle eriyebiliyor”.

KPY 2: “Ben ikisine de güvenmiyorum. İmarbank vardı binlerce insan mağdur oldu, bir mubattap bulamadılar. O bir bankaydı ama insanlara bunu yaşattı. Kriptoyla ilgileneneksen bu teknolojiye güvenmek zorundasın”.

KPY 3: “Çok yatırım yapamıyorum mesela çünkü parayı gönderiyorsun bir mubattap yok. Benim kafam halen günümüz düzeni gibi bir otorite arıyor, çevremde kripto paralara yönelim olduğu için bende yöneldim. Ama sistemi kafama yatmıyor”.

KPY 6: “Thodex borsası sahibi milyonları aldı gitti, o da teknoloji içerisindeydi. Devlet güvencesi olmalı ve gelmeli de”.

KPY 7: “Tamamen teknolojinin sağladığı güvene güvenilmeli çünkü devlet otoritesinde araya insanlar giriyor ve insanlara güvenmemiz gerekiyor fakat blok zinciri teknolojisinde algoritmaya güvenmemiz gerekiyor. O da kusursuz işliyor. Bitcoin yıllardır hatasız devam ediyor. Yaşanan dolandırıcılıklar kullanıcı hatası. Kullanıcı hata yapmadığı sürece hiç kimse blok zincirindeki paranıza müdahale edemez. Kullanıcı hataları yanlış linklere tıklayıp kimlik ve kullanıcı bilgisi, şifre çaldırma, ödül vaadiyle yanlış linklere tıklayıp telefona virüs bulaştırma ile dolandırıcılıklar yaşanıyor”.

KPY 8: “Kripto paraların kullandığı blok zinciri teknolojisine ileride banka ve devletlerinde geçeceğini düşünüyorum. Bankalar kripto paralardan daha az güven sağlıyor. Kripto paranın miktarı sabit ama bankalar paraların sayısını artırıp azaltabiliyor”.

KPY 9: “Büyük kazançlar büyük riskler gerektirir. Bebek döneminde olan bir sistem, teknoloji güvenilir, ancak içinde bulunduğu borsaların devletler tarafından veya bağımsız kuruluşlarca denetlenmelidir”.

KPY 13: “Kesinlikle devletin ve bankaların sistemleri kesinlikle güvenilirmez. Ama kripto paraların sistemi kesinlikle güvenilir ve merkezizetsiz olduğu için yatırımı daha kolay ve para kesintisi de olmuyor aynı zamanda o yüzden kesinlikle kripto paralar günümüzün paraları”.

KPY 15: “Devlet veya bazı otoriteler kendi kişisel düşüncelerini yansıttığı için şifrelemeye dayanan otoriteler daha sağlam ve daha güvenilir”.

Katılımcılar blok zinciri teknolojisi alt yapısına sahip kripto paralara, mevcut finans düzeninde daha fazla güvenmektedir. Bu sistemde yapılan hataların veya zararların teknoloji kaynaklı değil kullanıcı kaynaklı olduğunu belirtmiştir. Katılımcılar kripto paraların riskli olduğunu kabul etmekle birlikte mevcut finansal düzendeki banka ve para sistemlerinin de riskleri olduğunu belirtmektedir. Bankaların batması, enflasyon, para basma, borsadaki çöküşler vb. birer risk olduğunu, sadece riskin kripto para olmadığını düşünmektedirler. Bazı katılımcılar teknolojinin güvenilir ancak kripto para borsalarının otoritelerce kontrol edilmesi gerektiğini düşünmektedir. Bazı katılımcılar kripto paranın merkezizetsiz yapısının devlet güvenini arattığını belirtmiştir.

“Ülkelerin pek çok farklı kripto para politikası var. Bazı ülkeler resmi olarak kripto paraları tanırken, bazıları gözlemlemekte, bazıları ise yasak getirmektedir. Türkiye’de şu anki uygulamaya göre kripto paralar ödeme aracı değildir. Sizce Türkiye’nin kripto paralar ile ilgili politikası nasıl olmalıdır?”

KPY 1: “Globleşen ekonomik sistemlerde bu şekilde gelişmeleri sadece erteleyebilirsiniz karşı duramazsınız. Ekonomiye yön veren ülkeler bunu kullanmaya başladığı zaman sende buna uymak zorundasın. Microsoft ben kendim coin çıkardım alışverişini bununla yapacağım dediği gün dünyadaki ülkeler o coin kullanmak zorunda, ben dolar kabul etmiyorum dediğinde ne yapacaksınız?”.

KPY 2: “Matbaa ve sanayi devrimini kaçırdık kripto borsasında da böyle devam edersek çok geride kalırız. Er ya da geç tüm ülkeler bu sisteme izin verecek, bu nedenle Türkiye bu teknolojiye ayak uydurmak zorundadır”.

KPY 3: “Her şey dijitalleşiyor, dünyada ben kripto para ile alışveriş yapıyorum diyorsa sizde yapmak zorunda kalacaksınız. Akıl olan ülke bununla ilgili araştırmasını yapar ama kenarda tutar. Thodex Türk borsası battı diye bu konu kenara koyulmamalı. Türkiye, kripto para yatırımında dünyada dördüncü Avrupa’da birinci kripto para alım satım işleminde. Şimdi böyle de bir halkan var senin bunun için bu konu ile ilgilenmeli”.

KPY 4: “Teknolojiye direnilmemeli, matbaa gibi geç kalınmamalı, yasaların olduğu teknolojik bir zemin olmalı. Devletler teknolojiye alan açmalı ama müdahale etmemelidir. Dünya bu sisteme dönecek, Türkiye’de geç kalmamalıdır”.

KPY 5: “Devlet çalışmalarını yapmalı ve kripto para kullanımı sürecine geçildiğinde hazır olmalı. Vatandaşını Türkiye’de hazırlamalı bu duruma”.

KPY 6: “Fiziki para ortadan kalkacağından, Türkiye kripto para konusunu resmi olarak ele almalıdır”.

KPY 7: “Türkiye, globalde kendine yer arayan borsalara ev sahipliği yapabilir. Binance Çin’den çıktı adalara gitti. Türkiye öncülük edip alabilirdi. Türkiye, mevcut güvenilir paralara bitcoin, ethereum yasaklamamalı, ülkedeki borsalara lisans vermeli, çok sıkı denetlemeli”.

KPY 8: “Serbest bırakılması lazım. Enflasyona karşı insanların korunması için”.

KPY 9: “Ülke ekonomisine olan yarar veya zararı iyice incelenmeli ve halk bilinçlendirilmelidir. Çünkü insanları fenomenler yönlendiriyor bunun sonucunda zarar gören insanlarda çok oluyor. Halkın finansal eğitimi olmadığı için zarar görüyorlar. Kripto paraların geleceği olacağı ve dünya bu yöne gittiği için Türkiye’nin gelişmeyi takip etmesi gerekir”.

KPY 10: “Türkiye kesinlikle kripto paraları tanımalı, bu konu ile ilgili devlet organizasyonu kurmalıdır. Geç kalmadan kripto paralar konusuna eğilmelidir”.

KPY 11: “Ülkemiz insanların kontrollü bir şekilde kullanmasını desteklemeli. Güvenli bir şekilde kullanabilmeleri içinde gerekli girişimlerin yapılması gerektiğini düşünüyorum”.

KPY 12: “Ülke geleceğe yönelik hazırlıklar yapılmalıdır”.

KPY 13: “Yakında daha da gelişeceğini düşünüyorum ve kendi kripto parasını çıkaracağını zaten söyledi. Hükümetin bununla alakalı gelişmelerini takip ediyoruz”.

KPY 14: “Bence kullanılabilmesi şart. Hem hızlı, ödeme kolaylığı var. Ödeme kredi kartından ödemiş TL olmuş dolar olmuş veya Bitcoin olmuş bizim için hiç fark etmez. Sonuçta oradaki miktar önemlidir. Değeri fark etmez yani oradaki isim değişse de değişmese de yeter ki teknoloji olsun hızlı olsun”.

KPY 15: “Kripto paraların ülke önünü açmalı”.

KPY 16: *“Kesinlikle kabul etmeleri lazım. Bununla ilgili yasal kurallarını en kısa zamanda hazırlayıp bunu bir fırsat olarak değerlendirilmelidir. Bu fırsat kaçırılmamalıdır”.*

KPY 17: *“Türkiye kripto para kullanımına geçmelidir”.*

Katılımcılar, kripto paranın gelecekte kullanımının yaygınlaşacağını, devletlerin kullanımına başlayacağını bu nedenle Türkiye'nin alt yapı hazırlıklarını yapıp bir noktada kullanmaya başlaması gerektiğini belirtmiştir. Bazı katılımcılar T.C. vatandaşlarının gösterdiği ilgi nedeniyle devletin bu konuda finans okuryazarlığı sağlama, kripto borsalarını denetleme gibi uygulamalarla vatandaşlarını zarar görmekten koruması gerektiğini belirtmiştir. Katılımcılardan bazıları blok zinciri teknolojisine sahip kripto paraların, daha önce zamanında anlaşılamayan matbaa ve sanayi devrimi gibi olmamasını dünyadaki değişimi ülkenin yakından takip etmesi gerektiğini belirtmektedir. Bazı katılımcılar bu teknoloji için yasal zeminin hazırlanması gerektiği hatta bazı katılımcılar kripto para kullanımına başlanması gerektiğini belirtmektedir.

7. Tartışma ve Sonuç

Çalışmada farklı illerden, yaştan, meslekten, medeni durumdan katılımcılar tercih edilmiştir. Değişkenlerin farklılığı katılımcıların kripto paralara bakış açıları üzerinde çok fazla etki etmediği görülmüştür. Genel olarak katılımcıların kripto para kullanımı veya yatırımı konusunda yaklaşımlarının homojenlik göstermektedir. Kripto para kullanıcısı olarak belli bir terminoloji, bilgi ve bakış açısında ortak yönere sahip oldukları belirlenmiştir. Örnek Sakarya-Kocaeli'ndeki yatırımcı ile Tokat'daki bir yatırımcı benzer bilgilere ve bakış açısına sahiptir. Bunun sebebi katılımcıların kripto para yatırımlarını devam ettirirken sosyal medya üzerinden aynı fenomenleri, sosyal medya kanallarını takip ediyor ve benzer kaynaktan bilgi alıyor olmaları söylenebilir. Kadın katılımcıların erkek katılımcılara göre kripto para konusundaki teknik bilgilerinin daha kısıtlı olduğu tespit edilmiştir. Bu sonucu Platin (2022) erkeklerin kadınlara göre yatırım yapma ihtimalinin daha fazla olduğu, Tuygun (2020) erkek yatırımcıların kadın yatırımcılara göre daha farkındalıklı olduğu, bulguları desteklemektedir.

Çalışma sonucunda katılımcıların kripto para hakkında ilk bilgiyi çoğunlukla arkadaşlarından öğrendiği; 2-7 yıl arasında sürede yatırım yaptığı, sayısı 1 ile 30 arasında değişen farklı coinlere sahip oldukları, piyasa düşük olmasına rağmen yatırımlarını sık takip eden yatırımcılar olduğu gibi aylardır takip etmeyenlerde olduğu tespit edilmiştir. Katılımcılar kripto para yatırımlarını çoğunlukla maaş gelirlerinden artan para ile yapmaktadır. Kredi çekip kripto para yatırımı yapan iki katılımcı bulunmaktadır.

Katılımcıların diğer yatırım araçlarına değil kripto paralara yatırım yapma sebebi altın, döviz, borsa yerine kripto paraların daha kısa sürede daha fazla katlayarak artmasıdır. Bu sonuç Tuygun'un (2020) katılımcıların kripto para tercih nedeni getiri yüksekliği olduğu sonucuyla uyumaktadır. Katılımcıların kripto paralara yatırım yapmaktaki en genel amacı iyi bir refah seviyesine ulaşmaktır. Refah seviyesindeki artış oranı bazı katılımcılar için gelirini arttırmak, daha iyi imkanlara sahip olmak, iş değişikliği veya emeklilikte daha rahat etmek ve zengin olmak biçiminde farklı skalalardadır.

Katılımcılar kripto para yatırımlarını belirlerken sosyal medyadan yararlanmaktadır. Uzun yıllar yatırım yapanlar grafikleri okuyup kendi yatırım kararlarını alsalar dahi bu kararlarını twitter, instagram, telegram vb. ağlarda gözden geçirmektedir. Coinlerin kendi bildirimlerini, sayfalarını inceleyen katılımcılar olmakla birlikte kripto paraların teknolojileri hakkında bilgiyi genelde bu mecralardan elde etmektedir. Kârda olan katılımcılar olduğu gibi çoğunlukla katılımcılar zarardadır. Kripto paraların düşüşte olduğu dönemde çalışma yapılmıştır. Katılımcılara, kripto para hakkında bilgisi olan aile veya arkadaş çevresi olumlu yaklaşım desteklerken, konu hakkında bilgisi olmayan aile veya arkadaş çevresi olumsuz yaklaşmaktadır. Katılımcılar kripto paraları belirsiz, güvenilmez, hayal, oyun, kumar gibi görmemektedir. Bu şekilde yorumlayanların ise kripto paralar hakkında doğru bilgi sahibi olmadıklarını düşünmektedir. Katılımcılar kripto paranın geleceğini, alt yapısı olan blok zinciri teknolojisi nedeniyle gelecekte yaşamın her alanında var olacağını, birey ve devletlerin kullanacağını, mevcut düzendeki fiziki paranın yerini alacağını düşündükleri keşfedilmiştir. Gelecekte kripto paraların önemli bir yatırım aracı olacağı (Pilatin, 2022) ve kripto paraların gelecek vadettiği (Yurtsızoğlu & Akgül, 2022) bulguları ile araştırma sonucu desteklenmektedir.

Araştırmanın 9. sorusu ile resmi otoritelerin verdiği güven ile teknolojinin sağladığı güven kavramlarını nasıl değerlendirildiği sorulmuş, böylelikle mevcut finans düzeninin bireylerin kripto para kullanımına

yönelimleri arasında nasıl bir ilişki olduğu incelenmiştir. Katılımcılar blok zinciri teknolojisi alt yapısına sahip kripto paralara, mevcut finans düzeninde diğer unsurlardan daha fazla güvenmektedir. Bu sistemde yapılan hataların veya zararların teknoloji kaynaklı değil kullanıcı kaynaklı olduğu belirtilmiştir. Katılımcılar kripto paraların riskli olduğunu kabul etmekle birlikte bankaların batması, enflasyon, para basımı, borsadaki çöküşler, ülkede düşen alım gücü vb. birer risk olduğunu, sadece riskin kripto para olmadığını düşünmektedir. Böylece kripto para sistemine yönelimin bireysel sebepler dışında toplumsal sebeplerle de ilişkilidir.

Araştırmada Türkiye'nin kripto paralar ile ilgili politikası nasıl olmalıdır? sorusu ile hem aktör davranışlarını hem de yapısal faktörleri dikkate alarak kripto para kullanım ilişkileri analizi yapmak hedeflenmiştir. Hem aktör davranışı hem yapısal faktörler göz önünde bulundurulduğunda, vatandaşlar kripto para kullanımına yoğun bir ilgi göstermekte, ülke ise şuan kripto varlıkları ödeme aracı olarak kabul etmemektedir. Katılımcıların değerlendirmeleri tavsiye ve talep olarak iki biçimdedir. Tavsiye olarak, kripto paranın gelecekte kullanımının yaygınlaşacağını, devletlerin kullanımına başlayacağını; bulunduğu çağın gereği olarak anlaşılabilen matbaa ve sanayi devrimi gibi kripto para teknolojisini kullanmakta geç kalınmayıp dünyadaki değişimi ülkenin yakından takip etmesi gerektiğini ve Türkiye'nin yasal ve teknik alt yapı hazırlıklarını yapması gerektiği keşfedilmiştir. Talep olarak, T.C. vatandaşlarının kripto paralara gösterdiği ilgi nedeniyle devletin bu konuda onlara finans okuryazarlığı sağlaması, kripto borsalarını denetlemesi böylece vatandaşlarını zarar görmekten koruması gerektiği biçimindedir.

Çalışmanın katılımcıları bireysel amaçlarla yatırımlarını yaparken ülkenin geleceğini en az kendileri kadar düşünmektedir. Bu konuda kendi deneyim ve bilgi birikimleri ile bir yaklaşım ortaya koymaktadır. Genel bir öneri olarak Türkiye, blok zinciri alt yapısına sahip kripto paraları kullanmaya birey, uygulama ve teknoloji olarak hazır olmalı veya kullanmaya başlamalıdır. Nitel yöntemle yapılan bu araştırma yeni pek çok bilginin keşfedilmesini sağlamıştır. Bu nedenle nitel araştırma yönteminde sosyal medya hesapları yöneten kripto para fenomenleri ile yapılan araştırmalar faydalı olacaktır.

8. Extended Abstract

It shows the intense interest of the country's population in crypto money, which is described as electronic money. While the state approaches cryptocurrencies with a distance, citizens show great interest in cryptocurrencies. There are not enough studies in the field about the reason for this interest and the context that led to its emergence. Considering both actor behavior and structural factors, the general problem of the study is the use of cryptocurrencies, the characteristics of crypto money investor individuals, why they invest in crypto money, the environment and context that affects it, and what the investment objectives are.

The aim of the study is to explore the crypto money investment experiences of crypto money investor individuals and to understand their crypto investment motivations. This study is important for several reasons. First, to understand the relationship between individuals investing in cryptocurrencies and variables such as gender, age, education, occupation and income; second, to understand why the use of cryptocurrencies, which is a hot topic, is being adopted; third, it can help to understand how individuals rebuild their relationship with authorities (state, bank, etc.) with the use of cryptocurrencies. In addition to (or instead of) the use of physical money, the use of electronic money based on a new technology is important in terms of filling the gap in the literature about the experience of investing in crypto money from the perspective of the actors and the context that affects it, the reason for this and how it makes sense in the current social order, and to help future studies. carries.

Qualitative research method and phenomenology design were preferred in the research. It has been tried to reveal the experiences and thoughts of individuals about the phenomenon of using or investing in crypto money by conducting in-depth interviews. The study was conducted with 17 cryptocurrency investors. Audio recordings were made during the interviews. Then the audio recordings were transcribed. As a result of the study, the participants learned the first information about crypto money mostly from their friends; It has been determined that there are investors who have invested in 2-7 years, have different coins ranging from 1 to 30, although the market is low, there are investors who follow their investments frequently, as well as those who have not followed them for months. Participants invest in

cryptocurrencies mostly with money left over from their salary income. There are two participants who take out loans and invest in cryptocurrencies.

It was stated that while family or friends who have knowledge about crypto money and blockchain approached and supported them positively, family or friends who did not know about the subject approached them negatively. Participants do not see cryptocurrencies as uncertain, unreliable, fantasy, game, gambling. Those who interpret it in this way think that they do not have the right knowledge about crypto money. Participants answered that the future of crypto money, that it will exist in all areas of life in the future due to its infrastructure, blockchain technology, that individuals and states will use it, that it will replace physical money in the current order.

Participants trust cryptocurrencies with blockchain technology infrastructure more than any other element in the current financial order. It has been stated that errors or damages in this system are caused by the user, not the technology. While the participants agree that cryptocurrencies are risky, bank collapse, inflation, money printing, stock market crashes, falling purchasing power in the country, etc. He thinks that there are risks, only that the risk is not in crypto money. Thus, it can be clearly said that the orientation to the crypto money system has social reasons as well as individual reasons.

The evaluations of the participants are in two forms for Türkiye as recommendation and request. As a recommendation, the use of crypto (Çelik, 2024) money will become widespread in the future, states will start to use it; It has been determined that it is not too late to use crypto money technology such as the printing press and the industrial revolution, which cannot be understood as a requirement of the age in which it is located, and that the country should closely follow the changes in the world and that Turkey should make legal and technical infrastructure preparations. As requested, T.C. due to the interest of its citizens in cryptocurrencies, the state should provide financial literacy to them in this regard, inspect crypto exchanges so that their citizens should be protected from harm.

Keywords: Crypto Money, Crypto Money Investors, Crypto Users, Qualitative Research, Sociology.

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.

Kaynakça

- Adıgöznel, Ali. (2023). Kripto paraların yatırım aracı olarak kullanılması niyetini etkileyen değişkenlerin incelenmesi: Türkiye örneği. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi İşletme Anabilim Dalı.
- Alombert, A. (2019). How can culture and technics be reconciled in the digital milieu and automatic societies? Political implications of the philosophies of technology of Simondon and Stiegler. *Culture, Theory and Critique*, 60(3-4), 315-326. <https://doi.org/10.1080/14735784.2019.1674678>.
- Arıca, R., & Kozak, R. (2020). Kripto para türlerinin turizm eğitimi alan bireyler tarafından bilinirliğinin incelenmesi: Bitcoin örneği. *GSI Journals Serie A: Advancements in Tourism Recreation and Sports Sciences*, 2(2), 37-51. DOI: 10.5281/zenodo.3688765
- Anclarlı, S. E., Karaca, S. S., & Başçı, E. S. (2023). Blockchain Kripto Varlık Bitcoin Üzerine Bibliyometrik Bir Analiz Web Of Science Uygulaması. *Uluslararası Muhasebe ve Finans Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 44-72. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ijaftr/issue/78476/1292202>
- Ante, L., Fiedler, F., Steinmetz, F., & Fiedler, I. (2023). Profiling Turkish Cryptocurrency Owners: Payment Users, Crypto Investors and Crypto Traders. *Journal of Risk and Financial Management*, 16(4), 239. DOI: 10.3390/jrfm16040239
- Bayram, İ., & Turan, A. (2023). Türkiye'de Kripto Para Farkındalığı ve Tutumu: Duygu Analizi ve İstatistiksel Analiz ile Bir Değerlendirme. *Yönetim Bilişim Sistemleri Dergisi*, 8(2), 20-35. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ybs/issue/75943/1197985>
- Buchholz, K. (2021, 4 17). How Common is Crypto? <https://www.statista.com/chart/27326/estimated-cryptocurrency-gains-by-country/> adresinden alındı
- Creswell, J. W. (2013). Nitel Araştırma Yöntemleri. (Çev. Eds. M. Bütün & SB Demir.). Siyasal Kitapevi.
- Cossu, A. (2022). The unexpected consequences of a pandemic: Crypto-finance as cultural commons. *European Journal of Cultural Studies*, 598-607. DOI:10.1177/13675494221135660
- Çizmecioğlu, S., & Akman, A. Z. (2021). Blok zincir ve kripto para konularının bibliyometrik bir analizi: 2015-2020 dönemi. *Business Economics and Management Research Journal*, 4(1), 1-16. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/bemarej/issue/62931/931012>
- Doğan, Ş. (2020). Dijital çağda paranın dönüşümü: Kripto para birimleri ve blok zinciri (Blockchain) teknolojisi: Üniversite öğrencilerine yönelik bir araştırma. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(3), 859-870.
- Dulupçu, M., Yiyit, M., & Asena, Genç. (2017). Dijital Ekonominin Yükselen Yüzü: Bitcoin'in Değeri İle Bilinirliği Arasındaki İlişkinin Analizi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 22(Kayfor 15 Özel Sayısı), 2241-2258.
- Hanckel, B., & Ann Hendry, N. (2024). Young adults and investing for the future: Examining futuring practices and wellbeing through digital brokerage platforms. *The Sociological Review*, <https://doi.org/10.1177/00380261241236255>.
- Hatipoğlu, O. (2021). Kamu Politikası Analizi Açısından Türkiye'de Kripto Para Politikaları. *Maliye ve Finans Yazıları*, (116), 171-201.
- Hayes, A. (2019). The socio-technological lives of bitcoin. *Theory, culture & society*, 36(4), 49-72.
- Kayacan, E. Y., & Anavatan, A. (2018). Bitcoin Getirilerinin Kaotik Yapısının İncelenmesi. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 5(7), 123-134.
- Kinney, A. B. (2021). Embedding into an emerging money system: The case of Bitcoin. *Sociological Focus*, 54(1), 77-92. <https://doi.org/10.1080/00380237.2020.1845260>
- Kuzudişli, S. C., & Çarıkçı, O. (2021). Muhasebe ve finans alanındaki eğitimcilerin kripto para farkındalık düzeyi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 12(32), 1261-1272.
- Lee, S. C. (2022). Magical capitalism, gambler subjects: South Korea's bitcoin investment frenzy. *Culturastudies*, 36(1), 96-119. <https://doi.org/10.1080/09502386.2020.1788620>
- Massó, M., Shevchenko, A., & Abalde-Bastero, N. (2021). Technological and socio-institutional dimensions of cryptocurrencies. An incremental or disruptive innovation?. *International Review of Sociology*, 31(3), 453-469.

- Mosmer, S., & Başarır, Ç. (2023). Türkiye'deki Bireysel Kripto Para Yatırımcılarının Kripto Paralara Yaklaşımları. *The Journal of International Scientific Researches*, 8(1), 46-63.
- Muharrem, Ş., & Kesbiç, C. (2022). Kripto Para Kullanımı Üzerine Bir Araştırma: Manisa Ö. *Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(4), 632-651.
- Nakamoto, S. (2008). Bitcoin: A peer-to-peer electronic cash system. *Decentralized business review*.
- Ödemelerde Kripto Varlıkların Kullanılmamasına Dair Yönetmelik (2021, 16 Nisan), Resmi Gazete (Sayı: 31456) <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2021/04/20210416-4.htm> adresinden alındı.
- Maciejasz-Świątkiewicz, M., & Poskart, R. (2020). Cryptocurrency perception within countries: a comparative analysis. *European Research Studies Journal*, 23(2).
- Öget, E., & Kanat, E. (2023). Üniversite Öğrencilerinin Kripto Para Tutum ve Bilgi Düzeylerinin Ölçümü: ZBEUN Örneği. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 19(1), 143-159.
- Pilatin, A. (2022). Bireylerin Sosyo-Ekonomik Özellikleri Kripto Varlık Satın Almalarını Etkiler Mi? Türkiye'den Kanıtlar. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(2), 665-678.
- Sümer, G. (2021). Dünyada ve Türkiye'de blok zincir teknolojisinin gelişimi ve kripto paralar. *Hitit Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(1), 191-207.
- Swartz, L. (2018). What was Bitcoin, what will it be? The techno-economic imaginaries of a new money technology. *Cultural studies*, 32(4), 623-650.
- Tecim, E., Yılmaz, F. & Karakoyunlu, M. (2023). Metafor ve olgusal gerçeklik olarak kripto para algısı. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 12(1), 270-289.
- Tuygun, İ. (2022). Kripto para yatırımcı tutumlarının sosyo-demografik değişkenler üzerinden incelenmesi. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Aksaray Üniversitesi Üretim Yönetimi ve Pazarlama Bilim Dalı.
- Yıldırım, A. & Şimşek H. (2016). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. Seçkin Yayıncılık.
- Yurtsızoğlu Z., & Akgül, K. A. (2022). Spor Bilimleri Fakültesi Öğrencilerinin Kripto Para Algısı ve Farkındalık Düzeyi. *Akdeniz Spor Bilimleri Dergisi*, 5(3), 383-397.
- World Economic Forum (2021) "These are the countries where cryptocurrency use is most common" <https://www.weforum.org/agenda/2021/02/how-common-is-cryptocurrency> Erişim Tarihi: 30.06.2023.

Deprem Sonrası Zorunlu Uzaktan Eğitim Sürecinde Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Onay İhtiyacı ile Öz Anlayışları Arasındaki İlişkide Depresyonun Aracı Rolü

Ayşe ELİÜŞÜK BÜLBÜL* 

ÖZ

Bu çalışmanın amacı, sosyal onay ihtiyacı ile öz anlayış arasındaki ilişkide depresyonun aracı rolünü incelemektir. Örneklem grubu, 6 Şubat depremi sonrasında zorunlu olarak uzaktan eğitim alan öğrencilerden oluşmaktadır. Örneklem grubu 244'ü (%72,8) kadın 91'i (%21,2) erkek; olmak üzere toplam 335 üniversite öğrencisi oluşmaktadır. Araştırma verileri 2023 yılı Mart ve Nisan ayında toplanmıştır. Çalışmada veri toplama aracı olarak "Kişisel Bilgi Formu", "Öz Anlayış Ölçeği", "Sosyal Onay Ölçeği" ve "Beck Depresyon Ölçeği" kullanılmıştır. Üniversite öğrencilerinin sosyal onay ihtiyacı ve öz anlayış düzeyleri arasındaki ilişkide depresyonun aracı rolünü test etmek amacıyla bootstrap yöntemiyle regresyon analizi yapılmıştır. Analizlerde Process makro kullanılmıştır. Model oluşturulurken depremlerin ve sosyal değişimlerin öğrencilerin psikolojik sağlığı üzerindeki etkilerini anlamak amaçlanmıştır. Deprem travması, sosyal ilişkiler ve öz anlayış gibi faktörler arasındaki ilişki ve depresyon üzerindeki etkileri ele alır. Özellikle uzaktan eğitimdeki öğrencilerin yaşadığı zorlukları anlamak için önemlidir. Araştırma değişkenleri açısından, üniversite öğrencilerinin yaş ve cinsiyete göre yapılan t-testleri sonucunda gruplar arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır. Öğrencilerin depresyon ve öz anlayış arasında negatif yönde anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Öz anlayış ile sosyal onay arasında negatif yönde anlamlı ilişki vardır. Öz anlayış ve sosyal onay arasında negatif yönde anlamlı ilişki bulunmaktadır. Üniversite öğrencilerinin sosyal onay ihtiyacı ve öz anlayışları arasındaki ilişkide depresyonun kısmi aracı role sahip olduğu görülmüştür. Buradan hareketle üniversite öğrencilerinin sosyal onay ihtiyacı ve depresyon düzeyleri arttıkça öz anlayışı azalacağı söylenebilir. Aynı zamanda öz anlayış arttıkça depresyon ve sosyal onayı azaltacağı da düşünülebilir.

Anahtar Kelimeler: Aracılık, Depresyon, Öz Anlayış, Sosyal Onay İhtiyacı.

The Mediator Role of Depression in the Relationship between Social Approval Needs and Self-Compassion Among University Students in Distance Education

ABSTRACT

This research aims to explore the mediating role of depression in the correlation between the need for social approval and self-compassion. Main focus of the study is to understand the mechanisms that affect university students' self-compassion during the compulsory distance education following the earthquake on February 6th. The sample consists of 244 females (72.8%) and 91 males (21.2%), totaling 335 university students. Data were collected in March and April of 2023, utilizing the 'Personal Information Form,' 'Self-Compassion Scale,' 'Social Approval Scale,' and 'Beck Depression Scale'. Regression analysis employing the bootstrap method was utilized to assess the mediating role of depression in the relationship between the university students' need for social approval and self-compassion, with the Process macro used for the analyses. The model was created to understand the effects of earthquakes and social changes on students' psychological well-being. It examines the relationship between earthquake trauma, social relationships, self-understanding, and their effects on depression. It is essential for understanding the challenges faced by students in distance education. T-tests conducted on age and gender indicated no significant differences between groups concerning the research variables. The study identified a significant negative correlation between depression and self-compassion among students engaged in distance education. Additionally, a significant negative association was found between self-compassion and the need for social approval. The results revealed negative and significant relationships between self-compassion and social approval. Furthermore, It has been observed that depression has a partial mediating role in the relationship between university students' social approval needs and self-understanding. It is suggested that an increase in the need for social approval and depression levels among university students may contribute to a decrease in self-compassion. Conversely, an

* **Corresponding Author/Sorumlu Yazar,** Doç. Dr./Assoc. Prof. Dr., Selçuk Üniversitesi, Konya, Türkiye/ Selçuk University, Konya, Türkiye, ayseeliusuk@gmail.com

Makale Gönderim ve Kabul Tarihleri/Article Submission and Acceptance Dates: 19.12.2023-30.07.2024

Citation/Atf: Eliüşük Bülbül, A. (2024). Deprem sonrası zorunlu uzaktan eğitim sürecinde üniversite öğrencilerinin sosyal onay ihtiyacı ile öz anlayışları arasındaki ilişkide depresyonun aracı rolü. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 54, 33-44. <https://doi.org/10.52642/susbed.1406881>

This work is licensed under Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License



elevation in self-compassion may lead to a reduction in depression levels and the need for social approval. It can also be considered that increasing self-compassion may decrease depression and the need for social approval.

Keywords: Mediation, Depression, Self-Compassion, Need for Social Approval.

1. Giriş

Doğal afetlerin yol açtığı travma ve değişen sosyal koşullar, bireylerin psikolojik sağlığı üzerinde derin etkiler bırakmaktadır. Deprem gibi olaylar, öğrencilerin güvenlik duygusunu olumsuz yönde etkiler, aileleriyle ve arkadaşlarıyla bağlarını zayıflatır ve genel yaşam kalitesini olumsuz yönde etkilemektedir. Bu gibi zorlu koşullarda, öğrencilerin sosyal onay ihtiyacı ve öz anlayışlarını olumsuz yönde etkileyecektir. Depremler, fiziksel sağlık sorunlarının yanı sıra depresyon, anksiyete ve travma sonrası stres bozukluğu gibi çeşitli psikolojik rahatsızlıklara da yol açar (Peleg-Popko, 2002). Bu psikolojik rahatsızlıklar, depremlerin yaygın sonuçları arasında yer almaktadır ve bazen uzun yıllar boyunca devam edebilmektedir (Aker, 2006). Depremzedeler arasında, can ve mal kayıplarına neden olan depremler sadece doğrudan etkilenenleri değil, aynı zamanda deprem haberlerini alan bireylerde de psikolojik sorunlara neden olacaktır (Sumer, vd., 1999). Büyük can ve mal kayıplarına neden olan depremler, toplumlar üzerinde uzun süreli etkiler bırakmaktadır (Erdoğan ve Aksoy, 2020). Ayrıca, deprem bölgesinden uzakta yaşayanlar dahi, depremin getirdiği endişe ve korkularla baş etmek zorunda kalabilirler. Bu gibi acil durumlar, eğitim sistemlerini hızla değiştirmeye ve dönüştürmeye zorlamaktadır. Özellikle COVID-19 salgını gibi olağanüstü durumlar, birçok ülkede eğitim kurumlarını kapanmaya ve uzaktan eğitime geçmeyi zorunlu hale getirdi. Türkiye'de de 6 Şubat sonrası alınan kararlar doğrultusunda üniversiteler, zorunlu olarak uzaktan eğitime geçmiştir.

Bu ani ve zorunlu geçiş, öğrencilerin günlük rutinlerinde önemli değişikliklere yol açtı. Uzaktan eğitime geçiş, öğrencilerin sosyal etkileşimlerini azaltmıştır ve kampüs ortamından uzaklaşmalarına neden oldu (Selçuk vd., 2021). Bu durum, öğrencilerin sosyal onay ihtiyaçlarını karşılamakta zorlanmalarına ve kendilerini yalnız hissetmelerine neden oldu (Clark ve Morley, 2022). Aynı zamanda, öğrenciler artık sınıf ortamında öğretmenler ve arkadaşlarıyla yüz yüze etkileşimde bulunmadıkları için, öz anlayışlarını ve öz değerlerini sorgulama eğiliminde oldular. Bu yeni ortamda, öğrencilerin yaşadığı izolasyon ve belirsizlik duyguları, depresyon gibi psikolojik faktörlerin de ortaya çıkmasına neden oldu (Papouli vd., 2020). Literatürdeki çalışmalar, öğrencilerin yüz yüze etkileşimlere olan ihtiyaçlarının ve uzaktan eğitim sürecinde özgüven eksikliğinin ortak bir tema olduğunu vurgulamaktadır (Flynn, 2020). Ayrıca, uzaktan eğitimin öğrenciler arasındaki doğrudan iletişimi azalttığı ve sosyal becerilerini olumsuz etkilediği belirtilmektedir (Clark ve Morley, 2022). Özellikle son yıllarda, küresel ölçekte yaşanan olağanüstü olaylar, eğitim sistemlerini kökten değiştirmiş ve uzaktan eğitim modellerinin öne çıkmasına neden olmuştur (Zhang vd., 2023). Bu değişim, öğrencilerin geleneksel sınıf ortamlarından uzaklaşıp sanal sınıflara yönelmesiyle birlikte, öğrenme deneyimlerini etkilemiş ve psikososyal iyilik hallerini önemli ölçüde etkilemiştir (He vd., 2023; Abbott vd., 2023).

Uzaktan eğitim, öğrencilerin öğrenmeye katılımını yeniden tanımlarken, sosyal onay ihtiyacı, öz anlayış ve depresyon gibi temel psikolojik faktörlerin bu süreçteki rolünü anlamak giderek önem kazanmaktadır (Chen vd., 2023; Wójtowicz-Szeffler vd., 2023; Akimoto vd., 2023). Özellikle, sosyal bağlantıların sanal ortamlarda nasıl kurulduğu, öğrencilerin bu ortamlarda sosyal onay ihtiyacını nasıl karşıladığı ve bu dinamiklerin öz anlayışları ve depresyon düzeyleri üzerindeki etkileri, bu çalışmanın odak noktalarını oluşturmaktadır. Öz anlayış, bireyin kendini eleştirmek yerine şefkatli davranma eğilimini içerir. Ayrıca, olumsuz yaşantıları hayatın doğal bir parçası olarak kabul etmeyi kapsar. Negatif deneyimlere odaklanmak yerine pozitif odaklanma eğilimini gösterir. Bu süreçte, bireyin gerçeklik algısıyla bilinçli farkındalığı önemlidir (Neff, 2003b). Kökenini Budist felsefeden alan öz anlayış kavramını Neff ve Germer (2021), şu şekilde tanımlamaktadır. Birey, kendi içsel dünyasına iyi ve anlayışlı davranmak olarak ifade eder. Öz anlayış terimi, kökenlerini özellikle Budizm felsefesinden alan ve bu bağlamda kendimize anlayış göstermenin, başkalarına duyulan anlayış kadar önemli olduğunu vurgulayan bir kavramdır. Budist felsefesine göre, diğer insanlara gerçekten anlayış gösterebilmek için önce kendimize değer vermemiz gerektiği önemle belirtilir. Öz anlayış üç alt boyuttan oluşmaktadır: Öz şefkat, normal olarak görülen zayıf yönlerimiz ve başarısızlıklarımız karşısında sürekli kendini eleştirme, yargılama ve aşağılayıcı içsel yorumlarımızı susturmayı; bunlar yerine anlayıp kabul etmemizi içerir. Bu şekilde huzursuz olan bir zihni

sakinleştirir (Neff, 2021).Ortak paydaşım ise Neff ve Germer (2022) tarafından tüm insanların gelişmekte ve hataları olan varlıklar olduğunu, herkesin başarısızlık yaşayabileceğini ve yaşamda birçok kişinin çeşitli zorluklarla karşılaştığının bilincinde olmak şeklinde tanımlanmıştır. Diğer alt boyut olan, bilinçli farkındalık ise deneyimlerimizin net ve dengeli bir şekilde farkında olmamız halidir. Şu anda tüm duygu, düşünce ve duyumlarımıza hiçbir direnç ya da kaçınma göstermeden farkında olabilmektir (Neff ve Germer, 2022).

Tüm bu tanımlar göz önüne alındığında, öz anlayış kavramının bireyin kendi refahını artırmak ve anlayışlı bir tutum sergilemek anlamına geldiği sonucuna ulaşılmaktadır. Çalışmalarda kendisine karşı anlayışlı olan bireylerin daha mutlu, yaşam doyumlarının, öznel iyi oluşlarının ve psikolojik iyi oluşların daha yüksek, daha az kaygı ve depresyon deneyimledikleri görülmüştür (Neff, 2004; Yang vd., 2016). Bununla birlikte depresyon bilişsel duyuşsal ve davranışsal boyutları olan bir yapıya sahiptir. Ayrıca depresyon genetik yapısı ve ilerleyişi açısından oldukça farklı bir yapı arz eder. Bireyden bireye farklı seyri olan ruhsal bir durumdur (Hisli,1989).

Beck'e (1970) göre depresyonun; duyuşsal, bilişsel ve davranışsal boyutlarının yanı sıra bireyin, motivasyonu ve fiziki yapı ile ilgili belirtileri de içeren bir yapısı vardır. Bu belirtilerin içerisinde bilişsel yön en önemli rolü üstlenir. Depresyondaki bireyde üç olumsuz düşünce yapısı hakimdir. Birincisi, depresyondaki birey kendini olumsuz algılar ve eleştirir. İkincisi, dünya algıları olumsuzdur. Son olarak, gelecek algıları da olumsuz yödedir (Leahy, 2018). İnsan ve çevre, karşılıklı etkileşim içerisinde. İnsan, çevresini algılar, yorumlar ve çeşitli biyopsikososyal faktörlerle etkileşime girer. Aynı şekilde, çevre de insanın davranışlarını, duygusal durumunu ve genel sağlığını etkiler. Bu etkileşim, bireyin fiziksel, psikolojik ve sosyal iyilik hali üzerinde belirleyici bir rol oynar. Depresyonun nedenleri araştırıldığında biyolojik olarak; dopamin, serotonin ve norepinefrin nörotransmitterlerinin azalması ya da eksik olması durumunda depresyon açığa çıkabilmektedir; sosyal olarak, kültürel ve sosyal değişiklikler, ekonomik şartların yetersizliği, stres içerikli, yorucu ve zorlayıcı yaşam olayları ve kayıpların olması depresyona yol açabilmektedir (Öztürk, 2004 ; Geçtan, 2012; Türkçapar, 2018). Bu nedenler incelendiğinde bireyin sosyal bir varlık olduğu; sosyal nedenlerin bireyin depresyona girmesinde etkili olduğu görülmektedir. Kişinin kendisine olan şefkatli davranma eğilimi ile ilgili olarak toplumsal etkilerin olduğunu göstermektedir. Bu bağlamda, depresyon gibi duygusal zorluklarla başa çıkma sürecinde öz anlayışın önemli bir rol oynadığı belirtilmektedir. Bu süreçte, kişinin kendisine karşı şefkatli olması, olumsuz deneyimleri kabul etmesi ve pozitif bir bakış açısına sahip olması depresyonla baş etmede etkili olduğu görülmektedir. Bu konu ile ilgili yapılan çalışmalarda araştırılan diğer bir kavram ise sosyal onay ihtiyacıdır. Sosyal onay, bireyin sosyal çevresindeki diğer kişilerin beklenti ve değerlendirmelerini önemseyebilme kapasitesini ifade eder. Bu kavram, bireyin sosyal uyum süreçlerindeki davranışlarını şekillendiren önemli bir etkidir. Aynı zamanda sosyal onay, bireyin sosyal ilişkilerde uyum sağlama ve kabul görme ihtiyacının bir yansıması olarak görülmektedir (Karaşar ve Öğülmüş, 2016).

Sosyal onay ihtiyacı sosyal yönden kabul görme ve başkalarının düşüncelerine uyum sağlama ihtiyacı ve iyi biri olarak görülme ihtiyacı şeklinde ifade edilmektedir (Değirmenci ve Demirli, 2019). Sosyal onaylanma ihtiyacına sahip olan bireylerin bu onaya sahip olduklarında daha iyi hissettikleri daha az depresif belirtiler gösterdikleri belirtilmiştir (Canlı ve Karaşar, 2021). Sosyal onay ihtiyacına sahip olan bireyler, değerli olmak için çevresindekilerin onayına bağlı kalıp ve işlevsel olmayan davranışlar sergilemektedirler. Bu davranışlar sonrasında ise depresyona neden olan davranışlar gelişmektedir (Dobson ve Dozois, 2011).

Konuya ilişkin literatür incelendiğinde, sosyal onay ihtiyacı ile depresyon arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalar genellikle bu iki değişken arasında pozitif bir bağlantı olduğunu ortaya koymaktadır. Bu bağlamda yapılan araştırmalara göre, bireylerin sosyal onay ihtiyacının artması depresyon riskini olumlu yönde etkilemektedir (Karaşar ve Öğülmüş, 2016; Canlı ve Karaşar, 2021; Karaşar, 2021; Quinlan, vd., 1995). Depresyon ve öz anlayış arasında ise olumsuz ilişki olduğu görülmektedir (Krieger vd., 2013; Krieger vd., 2016; Pullmer vd., 2019).

Araştırma için kullanılan model , depresyonun öz anlayış ve sosyal onay ihtiyacı arasında aracılık rolü oynadığını öngörmektedir. Bu durum uzaktan eğitimdeki öğrenci psikososyal sağlığını etkileyebileceğini varsaymaktadır. Elde edilen bulgular, uzaktan eğitimdeki öğrenci deneyimlerini daha iyi anlamamıza ve bu

bağlamda pedagojik stratejiler geliştirmemize yardımcı olarak, eğitim alanında bu önemli konulara ışık tutacaktır.

Araştırmanın amacı, uzaktan eğitim gören bireylerde sosyal onay, öz anlayış ve depresyon arasındaki ilişkileri incelemektir. Yapılan analizler, uzaktan eğitim gören bireylerde sosyal onayın ve öz anlayışın depresyon düzeyleri üzerindeki etkilerini değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Bu model, doğal afetlerin özellikle depremlerin yol açtığı travma ve değişen sosyal koşulların, öğrencilerin psikolojik sağlığı üzerindeki etkilerini anlamak amacıyla kurulmuştur. Model, özellikle deprem sonrası zorunlu uzaktan eğitim alan üniversite öğrencilerinin sosyal koşullardaki bu değişiminin etkilerini analiz etmektedir. Ayrıca, öğrencilerin sosyal onay ihtiyacı ve öz anlayışlarının bu süreçlerle nasıl ilişkilendiği ve bu ilişkilerin depresyon üzerindeki etkileri de modelde ele alınmaktadır. Uzaktan eğitim sürecindeki öğrencilerin yaşadığı zorluklar ve psikolojik etkileri anlamak için önemli olan bu model, öğrencilerin psikolojik sağlığını anlamada kritik bir rol oynamaktadır. Elde edilen bulgular, uzaktan eğitim gören bireylerde depresyonun, öz anlayış ve sosyal onay arasındaki ilişkide kısmi aracılık rolüne sahip olduğunu göstermiştir. Bu bağlamda, uzaktan eğitim gören bireylerdeki depresyon düzeylerinin öz anlayış ve sosyal onayı etkileyerek anlamlı bir aracılık rolü oynadığı belirlenmiştir.

Genel amaç doğrultusunda araştırma soruları aşağıdaki gibidir

1. Üniversite öğrencilerinin öz anlayış, sosyal onay ihtiyacı ve depresyon düzeyleri cinsiyete ve yaşa göre farklılaşmakta mıdır?
2. Üniversite öğrencilerinin öz anlayışları ile sosyal onay ihtiyaçları ve depresyon düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?
3. Sosyal onay ihtiyacı ve öz anlayış arasındaki ilişkide depresyonun aracı rolü var mıdır?

2. Yöntem

2.1. Araştırma Modeli

Bu çalışmada, değişkenlerin dağılımını ve birbirleriyle olan ilişkilerini incelemek için kesitsel bir model kullanılmıştır. Kesitsel bir çalışma, belirli bir zamandaki sonuçların yaygınlığını ve potansiyel risk faktörlerine maruziyeti değerlendiren önemli bir metodolojik yaklaşımdır. Çalışma tasarımı, kesitsel çalışma tasarımlarının uygulanmasını yönlendiren epidemiyolojik araştırmaların temel prensipleri tarafından desteklenmektedir. Rothman ve diğerlerinin, kesitsel çalışmaların planlanması, uygulanması ve analiz edilmesi için kapsamlı bir metodolojik çerçeve sunmaktadır (Rothman vd., 2008). Ayrıca, bu araştırmanın temel metodolojik yaklaşımlarından biri olan Bradford Hill'in nedensellik kriterleri de kullanılmıştır (Hill, 1965). Araştırma, belirli bir zaman dilimi ve coğrafya üzerinde, araştırma popülasyonunu temsil eden bir örnekle gerçekleştirilmiş olup, veri toplama sürecinde standartlaştırılmış anketler ve mevcut veri kaynakları kullanılmıştır.

Bu çalışmada, Hayes'in mediasyon modeli kullanılarak bağımsız ve bağımlı değişkenler arasındaki ilişkinin mediatör değişken aracılığıyla nasıl şekillendiği incelenmiştir (Hayes, 2018). Modelde, bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki etkisini mediatör değişken aracılığıyla ölçmek için bootstrap yöntemi tercih edilmiştir. Bu yöntem, mediasyon etkisinin doğrudan bir şekilde tahmin edilmesine izin verir ve veri seti normal bir dağılımı takip etmiyorsa bile güvenilir sonuçlar sağlar.

Araştırma modelimiz şu şekildedir: Bağımsız değişkenin mediatör üzerindeki etkisi (yol a). Mediatörün bağımsız değişkeni kontrol ederken bağımlı değişken üzerindeki etkisi (yol b). Bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki toplam etkisi (yol c). Mediatörü kontrol ederken bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki doğrudan etkisi (yol c'). Bu modelde, yol a ve yol b'nin çarpımı ($a*b$), mediasyon etkisini temsil eder. Bootstrap yöntemi, bu etkinin istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığını test etmek için kullanılmıştır.

2.2. Çalışma Grubu

Bu çalışmada karma örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Araştırmacı, Nisan 2023 tarihinde Selçuk Üniversitesi Eğitim Fakültesi'nde öğrenim gören 335 üniversite öğrencisinden oluşan çalışma grubunu belirlerken, hem uygun örnekleme hem de hedefli örnekleme stratejilerini bir araya getirmiştir. Çalışma

grubunun 187 kadın ve 148 erkek bulunmaktadır. Kadınların yaş ortalaması 19.64 ± 1.27 iken, erkeklerin yaş ortalaması 20.77 ± 2.00 olarak hesaplanmıştır. Toplam örneklemdaki yaş ortalaması ise 19.98 ± 1.61 olarak belirlenmiştir. Tekrar test yapılan grubun analizi incelendiğinde, bu grupta 84 kadın ve 20 erkek olmak üzere toplamda 104 kişi bulunmaktadır. Kadınların yaş ortalaması 19.68 ± 0.84 , erkeklerin yaş ortalaması ise 19.71 ± 1.15 olarak hesaplanmıştır. Bu tekrar test yapılan grubun toplam yaş ortalaması 19.69 ± 0.90 olarak bulunmuştur. Ulaşılabilirliği artırmak adına, araştırmacı 6 Şubat depremi sonrasında zorunlu uzaktan eğitim alan öğrencilere öncelik vermiştir. Bu karma örnekleme stratejisi, çalışma grubunu belirlerken hem pratik hem de odaklanılan popülasyonun önemli özelliklerini içermeye yönelik bir yaklaşım sunmuştur (Karasar, 2018).

2.3. Veri Toplama Araçları

2.3.1. Kişisel Bilgi Formu: Araştırmacı tarafından hazırlanan kişisel bilgi formu, örneklemin cinsiyet ve yaş düzeylerini ölçmek için kullanılacaktır.

2.3.2. Öz Anlayış Ölçeği: Neff (2003a) tarafından geliştirilmiş ve Türkçeye Deniz vd. (2008) tarafından uyarlanmıştır. Bu ölçek, yirmi dört maddeden oluşan ve tek bir boyuta odaklanan beşli Likert tipinde bir değerlendirme aracıdır. Ölçeğin iç tutarlılık katsayısı olarak hesaplanan Cronbach alfa değeri .89'dur, ayrıca test-tekrar test korelasyonu .83 olarak belirlenmiştir. Bu sonuçlar, ölçeğin güvenilirliğini ve istikrarını desteklemektedir.

2.3.3. Sosyal Onay İhtiyacı Ölçeği: Karasar ve Öğülmüş (2016) tarafından geliştirilen bu ölçek, toplamda yirmi beş madde içermektedir ve üç farklı alt boyuttan oluşmaktadır. Bu alt boyutlar şunlardır: birincisi, başkalarının değerlendirmelerine duyarlılık; ikincisi, olumlu bir izlenim bırakma; üçüncüsü ise sosyal geri çekilme. Ölçek, beşli Likert tipinde bir değerlendirme aracıdır ve öğrencilerin derecelendirmeleri "tamamen katılıyorum" ile "kesinlikle katılmıyorum" arasında değişmektedir. "Ölçeğin alt boyutları için Cronbach alfa iç tutarlılık katsayıları .80 ve .83 arasında bulunmuştur. Genel ölçek için ise Cronbach alfa iç tutarlılık katsayısı .90 olarak hesaplanmıştır. Bu sonuçlar, ölçeğin güvenilirliğini ve iç tutarlılığını desteklemektedir.

2.3.4. Beck Depresyon Envanteri: Katılımcıların depresyon düzeylerini değerlendirmek amacıyla, Beck vd., (1961) tarafından geliştirilen ve Hisli (1989) tarafından Türkçeye uyarlanan Üniversite Öğrencileri İçin Beck Depresyon Envanteri kullanılmıştır. Envanterin güvenilirlik analizi yarıya bölme tekniğiyle ve madde analiziyle incelenmiştir. Ölçeğin madde analizi değeri $r=.80$ yarı test güvenilirliği ise $r=.74$ olarak bulunmuştur. Geçerlilik katsayısı ise $r=.50$ olarak bulunmuştur. Bu envanter, 0 ile 3 arasında dört dereceli bir yapıya sahip olan yirmi bir madde içermektedir. Bu maddeler, depresyonla ilgili ifadelerden olumsuz depresyonla ilgili ifadelere doğru sıralanmıştır. Her madde, depresyona özgü davranışsal bir durumu ifade eden kendini değerlendirme cümlesi içermektedir. Kendini değerlendirme, azdan çoğa doğru bir sıralamayı içermektedir. Ölçeğin iç tutarlılık katsayısı olarak hesaplanan Cronbach alfa değeri .82'dir, ayrıca test-tekrar test korelasyonu .81 olarak belirlenmiştir. Bu sonuçlar, ölçeğin güvenilirliğini ve istikrarını desteklemektedir.

2.4. Verilerin Analizi

Araştırma verilerinin analizi SPSS 26 programı kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Verilerin normallik varsayımlarını karşılaması dikkate alınarak, bağımsız gruplar için t-testi uygulanacak ve depresyon, öz anlayış ve sosyal onay arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla korelasyon analizi gerçekleştirilmiştir. Uzaktan eğitim alan üniversite öğrencilerinin depresyon ve öz anlayışları üzerindeki etkilerinde sosyal onay aracı rolünü test etmek amacıyla bootstrap yöntemiyle regresyon analizi gerçekleştirilmiştir. Bu analizlerde Process makrosu kullanılmıştır.

2.5. Etik İzin

Çalışmanın yürütülmesi için Selçuk Üniversitesi Eğitim Fakültesi Yerel Etik Kurulu'ndan etik onay alındı (E-16343714-605.99-491381, 22.03.2023). Veriler toplanmadan önce tüm katılımcılara çalışmanın amacı hakkında bilgi verildi ve çalışmaya başlamadan önce sözlü onamları alınmıştır.

3. Bulgular

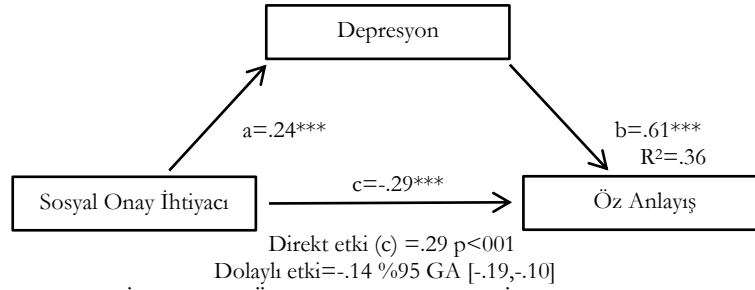
Üniversite öğrencilerinin yaşa ve cinsiyete göre yapılan t-testleri sonucunda araştırma değişkenleri açısından gruplar arasında anlamlı farklılık bulunmamıştır ($t=-.674$; $p>0.05$; $F=1.718$; $p>0.05$).

Tablo1. Depresyon, Öz Anlayış ve Sosyal Onay Arasındaki İlişki

Değişkenler	1.	2.
1. Öz anlayış		
2. Depresyon	-.46***	
3. Sosyal onay ihtiyacı	-.53***	.37***

$p<.05$ *, $p<.01$ **, $p<.001$ ***

Tablo1’de görüldüğü üzere uzaktan eğitim alan öğrencilerde depresyon ve öz anlayış ($r=-.46$; $p <.001$) arasında negatif yönde anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Öz anlayış ile sosyal onay ihtiyacı ($r =-.53$; $p <.001$) negatif yönde anlamlı ilişki vardır. Depresyon ve sosyal onay ihtiyacı ($r = .37$; $p <.01$) ve arasında pozitif yönde anlamlı ilişki bulunmaktadır.



Şekil 1. Sosyal Onay İhtiyacı ve Öz anlayış Arasındaki İlişkide Depresyonun Aracı Rolü

Şekil 1’de sunulan uzaktan eğitim alan öğrencilerin sosyal onay, öz anlayışları aracılığıyla depresyonu etkilemesinde yapılan aracılık modelinde tüm yol katsayılarının anlamlı olduğu görülmektedir.

Sosyal onay ihtiyacı depresyonu pozitif yönde ($\beta = .24$, $p <.001$), sosyal onay ihtiyacı, öz anlayışı negatif yönde ($\beta =-.29$, $p <.001$), depresyon, öz anlayışı negatif yönde ($\beta =-.61$, $p <.001$) yordamaktadır. Dolaylı etki incelendiğinde ise (Dolaylı etki=-.14 %95 GA [-.19,-.10]) olduğu görülmüştür.

Sonuç olarak yukarıdaki değerler göz önüne alındığında üniversite öğrencilerinin sosyal onay ihtiyacı ve öz anlayış düzeyleri arasındaki ilişkide depresyonun kısmi aracı rolü olduğu görülmüştür. Buradan hareketle üniversite öğrencilerinin sosyal onay ihtiyacı ve depresyon düzeyleri arttıkça öz anlayışın azalacağı söylenebilir. Aynı zamanda öz anlayış arttıkça depresyon ve sosyal onay ihtiyacını azaltacağı da söylenebilir. Ayrıca bootstrapping güven aralıklarının alt ve üst sınırlarına ilişkin bulgular Tablo 2’de yer almaktadır.

Tablo 2. Sosyal Onay İhtiyacı ile Öz Anlayış Arasındaki İlişkide Depresyonun Aracılık Testi Sonuçları

Değişkenler	Depresyon				Öz anlayış				
	β	SH	Alt sınır	Üst sınır	B	SH	Alt sınır	Üst sınır	
Sosyal onay ihtiyacı (X)	.24***	.0326	.1717	.3001	-.29***	.0444	-.3722	-.1977	
Depresyon (M)					-.61***	.0693	-.7459	-.4731	
	R ² =.1360				R ² =.3590				
	F(1;332) 52.2455;p<.001				F(2;331) 92.6921;p<.001				
	Sosyal onay ihtiyacı → Depresyon → Öz anlayış								
Bootstrap dolaylı etki		$\beta=-.14$ % 95 GA [-.19, -.10]							

* $p<.05$, ** $p<.01$, *** $p<.001$, n=334, SH= Standart Hata

Üniversite öğrencilerinin sosyal onay ihtiyacı ve öz anlayış düzeyleri üzerindeki etkisinde depresyonun aracı rolünü test etmek amacıyla bootstrap yöntemiyle regresyon analizi yapılmıştır. Analizlerde Hayes (2018) tarafından geliştirilen Process makro kullanılmıştır. Analiz sonuçları Tablo 2’ de verilmiştir. Buna göre depresyon düzeyinin öz anlayış üzerinde dolaylı etkisinin anlamlı olduğu bulunmuştur. Buradan hareketle depresyonun, öz anlayış ve sosyal onay arasındaki ilişkiye aracılık ettiği tespit edilmiştir. Dolaylı

etki=-.14 % 95 GA [-.19,-.10]. Bootstrap güven aralığı değerleri “0”ı kapsamaktadır. Dolayısıyla araştırmanın hipotezi desteklenmiştir.

4. Tartışma

Bu araştırma, özellikle 6 Şubat depremi sonrasında zorunlu uzaktan eğitim alan üniversite öğrencileri üzerinde gerçekleştirilmiştir. Uzaktan eğitim alan üniversite öğrencilerinin yaşa ve cinsiyete göre yapılan t-testleri sonucunda araştırma değişkenleri açısından gruplar arasında anlamlı farklılık bulunmamıştır. Uzaktan eğitim alan öğrencilerin bireylerin depresyon ve öz anlayış arasında negatif yönde anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

Uzaktan eğitimin giderek yaygınlaşmasıyla birlikte, bu çalışma, öğrencilerin bu yeni paradigmadaki deneyimlerini anlamayı amaçlamaktadır. Deprem nedeniyle eğitim sistemlerinde yaşanan değişikliklerin, öğrencilerin geleneksel sınıf ortamlarından uzaklaşarak sanal sınıflara yönelmeleri üzerindeki etkilerini incelemek, bu çalışmanın temel amacını oluşturmaktadır. Literatürdeki çalışmalara dayanarak, uzaktan eğitimdeki bu değişimlerin öğrencilerin psikososyal iyilik hallerini önemli ölçüde etkilediği görülmüştür (Zhang vd., 2023; He vd., 2023; Abbott vd., 2023).

Bu bağlamda, araştırma sosyal onay ihtiyacı, öz anlayış ve depresyon gibi temel psikolojik faktörlerin uzaktan eğitimdeki rolünü anlamaya yönelik önemli bir adım olarak karşımıza çıkmaktadır. Literatürdeki çalışmalar da bu faktörlerin öğrencilerin eğitim deneyimleri üzerinde belirleyici olduğunu göstermektedir (Chen vd., 2023; Wójtowicz-Szeffler vd., 2023; Akimoto vd., 2023). Özellikle, eğitimin sanal ortamlarda gerçekleşmesi, öğrencilerin bu ortamlarda sosyal onay ihtiyacını nasıl karşıladığı ve bu dinamiklerin öz anlayışları ve depresyon düzeyleri üzerindeki etkileri, çalışmanın ana vurgularını oluşturmaktadır.

Depresyon ile sosyal onay ihtiyacı arasında pozitif yönde anlamlı ilişki bulunmuştur. Öz anlayış ve sosyal onay ihtiyacı ve arasında negatif yönde anlamlı ilişkiler bulunmuştur. Alanyazın incelendiğinde sosyal onay ihtiyacı ile depresyon çalışmaları; pozitif yönlü ilişki olduğunu bildirmektedir (Karaşar ve Ögülmüş, 2016; Canlı ve Karaşar, 2021; Karaşar, 2021; Quinlan vd., 1995).

Alanyazın taramasının sonuçları, benzer bir odak noktasına sahip birçok çalışmanın bulunduğunu göstermektedir. Bu makaleler, depresyon ile öz anlayış arasında negatif yönde bir ilişkiyi destekleyen benzer bulgulara ulaşmıştır. Bu bağlamda, literatürdeki pek çok çalışma, depresyon düzeyinin arttıkça bireylerin öz anlayışının olumsuz yönde etkilendiğini göstermektedir. Bu durum, özellikle benzer değişkenler üzerinde yapılan araştırmalarda ortak bir anlayışa ulaşıldığını ortaya koymaktadır. Bu nedenle, elde edilen sonuçların, literatürdeki diğer benzer çalışmalarla paralellik gösterdiği ve bu alandaki genel bulgulara katkıda bulunduğu söylenebilir. (Krieger vd., 2013; Krieger vd., 2016; Pullmer vd., 2019).

Sınırlılıklar

Araştırmanın bazı sınırlılıkları bulunmaktadır. Bunlar arasında belirli bir üniversitenin uzaktan eğitim alan öğrencilerine odaklanması yer almaktadır. Aynı zamanda verilerin belirli bir zaman diliminde toplanması ve bu nedenle zaman içindeki değişimleri değerlendirmede sınırlamalar mevcuttur. Bunun yanında ölçümlerin öz bildirim dayalı olması bir diğer sınırlılıktır.

Öneriler

Araştırma kapsamında öneriler şu şekilde sıralanabilir: Çok merkezli bir araştırma yaparak farklı coğrafi bölgelerden ve üniversitelerden uzaktan eğitim alan öğrencileri içermek, genelleme potansiyelini artırabilir. Zaman içindeki değişimleri anlamak için boylamsal bir tasarım kullanılabilir. Potansiyel etkileyen değişkenleri daha etkili bir şekilde kontrol etmek amacıyla demografik faktörler, öğrenme tarzları ve çevresel etkiler gibi çeşitli kontrol değişkenlerini dahil etmek önemlidir. Nitel araştırmalarla desteklenen çalışmalar, uzaktan eğitim alan öğrencilerin deneyimlerini daha derinlemesine anlamak için kullanılabilir ve daha kapsamlı bir perspektif sunabilir.

5. Extended Abstract

The trauma caused by natural disasters and changing social conditions profoundly impacts individuals' psychological well-being. Events like earthquakes negatively affect students' sense of security, weaken their bonds with family and friends, and adversely affect their overall quality of life. Students' need for social approval and self-understanding will be negatively affected in such challenging circumstances.

Earthquakes not only result in physical health issues but also lead to various psychological disorders such as depression, anxiety, and post-traumatic stress disorder (Peleg- Popko, 2002). These psychological disorders are among the widespread consequences of earthquakes and can sometimes persist for many years (Aker, 2006). Among earthquake victims, earthquakes that cause loss of life and property will not only affect those directly affected but also cause psychological problems in individuals who receive news of the earthquake (Sumer, vd., 1999). Earthquakes causing significant loss of life and property have long-term effects on societies (Erdoğan & Aksoy, 2020).

Additionally, even those living far from earthquake zones may have to cope with the anxieties and fears of the earthquake. Such emergencies force educational systems to change and transform rapidly. Particularly, extraordinary situations like the COVID-19 pandemic have compelled many countries to close educational institutions and transition to remote learning. In Turkey, following decisions made after February 6th, universities must transition to remote learning. As remote education redefines students' engagement in learning, understanding the role of fundamental psychological factors such as the need for social approval, self-concept, and depression in this process is becoming increasingly important (Chen et al., 2023; Wójtowicz-Szefler et al., 2023; Akimoto et al., 2023). Mainly, how social connections are established in virtual environments, how students fulfill their need for social approval in these environments, and the impact of these dynamics on their self-concepts and levels of depression constitute the focal points of this study. Self-concept involves a tendency for individuals to treat themselves with compassion rather than self-criticism. It also encompasses accepting negative experiences as a natural part of life.

The research model predicts that depression plays a mediating role between self-concept and the need for social approval. This assumption suggests that depression could affect the psychosocial health of students in distance education. The findings obtained will shed light on a better understanding of the experiences of students in distance education and aid in developing pedagogical strategies in this context, thereby illuminating these significant issues in the field of education.

The research aims to examine the relationships between social approval, self-concept, and depression in individuals undergoing distance education. The analyses conducted aim to assess the effects of social approval and self-concept on levels of depression in individuals undergoing distance education. This model is established to understand the impacts of natural disasters, especially earthquakes, and changing social conditions on the psychological health of students. Specifically, the model analyzes the effects of this change in social conditions on university students compelled to undergo distance education following earthquakes. Additionally, the model addresses how students' need for social approval and self-concept are related to these processes and the effects of these relationships on depression. This model, crucial for understanding the challenges and psychological impacts experienced by students in distance education, plays a critical role in understanding their psychological health. The findings indicate that depression in individuals undergoing distance education has a partial mediating role in the relationship between self-concept and social approval. In this context, it is determined that the levels of depression in individuals undergoing distance education significantly mediate self-concept and social approval.

In line with the general aim, the research questions are as follows:

Do university students' self-concept, need for social approval, and levels of depression differ according to gender and age?

Is there a significant relationship between university students' self-concepts, need for social approval, and levels of depression?

Does depression play a mediating role in the relationship between the need for social approval and self-concept?

This research was conducted specifically on university students who underwent mandatory remote education, especially after the February 6 depression. T-tests based on age and gender revealed no significant differences between groups regarding research variables. There is a significant negative relationship between depression and self-compassion among students receiving remote education. With the increasing prevalence of distance education, this study aims to deeply understand students' experiences in this new paradigm. Due to global events, this research focuses on examining the effects of radical

changes in the education systems, leading students to shift from traditional classroom settings to virtual classrooms. Building on studies in the literature, it is observed that these profound changes significantly affect students' psychosocial well-being (Zhang et al., 2023; He et al., 2023; Abbott et al., 2023). In this context, our study emerges as a significant step towards understanding the role of fundamental psychological factors such as the need for social approval, self-compassion, and depression in distance education. Existing studies in the literature also indicate that these factors play a decisive role in students' educational experiences (Chen et al., 2023; Wójtowicz-Szeffler et al., 2023; Akimoto et al., 2023). Particularly, the establishment of social connections in virtual environments, how students fulfill their need for social approval in these environments, and the impact of these dynamics on their self-compassion and levels of depression constitute the main emphases of our study.

The aim of the research was to examine the relationships between social approval, self-compassion, and depression in individuals undergoing distance education. The analyses aimed to evaluate the effects of social approval and self-compassion on depression levels in individuals undergoing distance education. The findings revealed that depression in individuals undergoing distance education plays a partial mediating role in the relationship between self-compassion and social approval. In this context, it was determined that the depression levels in individuals undergoing distance education significantly mediate self-compassion and social approval. The results of the literature review indicate the existence of many academic articles with a similar focus. These articles have reached similar findings supporting a negative relationship between depression and self-compassion. In this regard, many studies in the literature demonstrate that as the level of depression increases, individuals' self-compassion is negatively affected. This trend reflects a consensus perspective reached in research on similar core variables. Therefore, it can be said that the obtained results parallel other similar studies in the literature and contribute to general findings in this field (Krieger et al., 2013; Krieger et al., 2016; Pullmer et al., 2019).

Keywords: Mediation, Depression, Self-Compassion, Need for Social Approval.

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.

Kaynakça

- Abbott, E., Oh, W., Dai, Y., Feuer, C., Chan, L., Carr, B. G., & Nadkarni, G. N. (2023). Joint modeling of social determinants and clinical factors defines subphenotypes in out-of-hospital cardiac arrest survival (Preprint). <https://doi.org/10.2196/preprints.51844>
- Aker, AT (2006). 1999 Marmara depremleri epidemiyolojik bulgular ve toplum ruh sağlığı politikaları üzerine bir inceleme. *Türk Psikiyatri Dergisi*, 17 (3), 204. <https://www.turkpsikiyatri.com/PDF/C17S3/en/1999Marmara.pdf>
- Akimoto, K., Asano, S., Satoh, Y., & Yokogushi, K. (2023). Changes in respiratory, physical, and mental conditions in moderate and severe COVID-19 cases at our convalescent rehabilitation ward. *Japanese Journal Of Comprehensive Rehabilitation Science*, 14, 10–15. <https://doi.org/10.11336/jjcrs.14.10>
- Allen, A., Goldwasser, E. & Leary, M., (2012). Self-compassion and well-being among older adults. *Self and Identity*, 11, 428–453. <https://doi.org/10.1080/15298868.2011.595082>
- Beck, A. T., Ward, C. H., Mendelson, M., Mock, J., & Erbauch, J. (1961). Beck Depression Inventory [dataset]. In *PsycTESTS Dataset*. American Psychological Association (APA). <https://doi.org/10.1037/t00741-000>
- Beck, A. T. (1970). Cognitive therapy: Nature and relation to behavior therapy. *Behavior Therapy*, 1(2), 184–200. [https://doi.org/10.1016/s0005-7894\(70\)80030-2](https://doi.org/10.1016/s0005-7894(70)80030-2)
- Bowlby, J. (1969). Attachment and loss: Vol. 1. Attachment. Basic Books.
- Canlı, D. & Karaşar, B. (2021). Predictors of major depressive disorder: the need for social approval and self-esteem. *Alpha Psychiatry*, 22(1), 38-42. <https://doi.org/10.5455/apd.97683>
- Chen, B., Li, M., Zhao, H., Liao, R., Lu, J., Tu, J., Zou, Y., Teng, X., Huang, Y., Liu, J., Huang, P., & Wu, J. (2023). Effect of multicomponent intervention on functional decline in chinese older adults: a multicenter randomized clinical trial. *The Journal Of Nutrition, Health & Aging*, 27(11), 1063–1075. <https://doi.org/10.1007/s12603-023-2031-9>
- Chiba, T., Iketani, S., Han, K., & Ono, A. (2009). A comprehensive model of anxiety in gift giving. *International Review Of Business Research Papers*, 5(4), 322-334.
- Değirmenci, E. ve Demirli, C. (2019). Çekirdek veya Geniş Ailede Yetişen Bireylerde Sosyal Onay İhtiyacı ile Benliğin Farklılaşması Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Akademik Platform Eğitim ve Değişim Dergisi*, 2(1), 79-95. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/apjec/issue/50946/664688>
- Deniz, M.E., Kesici, Ş. & Sümer, A.S. (2008) The validity and reliability of the turkish version of the self-compassion scale. *Social Behavior And Personality*, 36(9), 1151-1160. <https://doi.org/10.2224/sbp.2008.36.9.1151>
- Dobson, K. S., & Dozois, D. J. (Eds.). (2011). Risk factors in depression. Elsevier.
- Erdoğan, C. N., & Aksoy, Ö. N. (2020). Deprem stresi ile baş etme stratejileri Balıkesir örneği. *Sosyal Bilimler Akademik Dergisi*, 3(2), 88-103. <https://doi.org/10.38004/sobad.704072>
- Flynn, C. F. (2020). Facilitating Civility in Distance Education. In *Socioeconomics, Diversity, and the Politics of Online Education* (pp. 1-16). IGI Global.
- Geçtan, E. (2012). *Psikanaliz ve Sonrası*. İstanbul: Metis Yayıncılık.
- Hayes, J. (2018). Process models of change. *The Theory and Practice of Change Management*, 4–19. https://doi.org/10.1057/978-1-352-00132-7_1
- He, F., Qi, X., Feng, Q., Zhang, Q., Pan, N., Yang, C., & Liu, S. (2023). Research on augmented reality navigation of in vitro fenestration of stent-graft based on deep learning and virtual-real registration. *Computer assisted surgery (Abingdon, England)*, 28(1), 2289339. <https://doi.org/10.1080/24699322.2023.2289339>
- Hill, A. B. (1965). The environment and disease: Association or causation? *Proceedings of the Royal Society of Medicine*, 58(5), 295–300. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC1898525/>
- Hisli, N. (1989). Beck depresyon envanterinin üniversite öğrencileri için geçerliği ve güvenilirliği. *Psikoloji Dergisi*, 7(23), 3-13.
- Karasar, N. (2018). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*. Nobel Yayınları.

Karaşar, B. (2021). Karşılıklı bağımlılık: depresyon, sosyal onay ihtiyacı ve kendini sevme/özyeterlik açısından bir değerlendirme. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 29(1), 117-126. <https://doi.org/10.24106/kefdergi.738845>

Karaşar, B., & Ögülmüş, S. (2016). Need for social approval scale: the validity and reliability. *Ege Journal of Education*, 17(1), 84-104.

Krieger, T., Altenstein, D., Baettig, I., Doerig, M. ve Holtfort, N. (2013). Self-compassion in depression: associations with depressive symptoms, rumination, and avoidance in depressed outpatients. *Behavior Therapy*, 44(3), 501-513. <https://doi.org/10.1016/j.beth.2013.04.004>

Krieger, T., Berger, T. ve Holtforth, M. (2016). The relationship of self-compassion and depression: Cross-lagged panel analyses in depressed patients after outpatient therapy. *Journal of Affective Disorders*, 20(2), 39-45. <https://doi.org/10.1016/j.jad.2016.05.032>

Leahy, R., (2018), *Bilişsel Terapi ve Uygulamaları*, İstanbul: Litera Yayıncılık,

Clarke, J., & Morley, C. (2022). Risk assessments and critical social work. In *Practice Skills in Social Work and Welfare* (pp. 141-154). Routledge.

Neff, K. (2004). Self compassion and psychological well-being. *Constructivism in The Human Science*, 9(2), 27-37.

Neff, K. D. (2003a). The development and validation of a scale to measure selfcompassion. *Self and Identity*, 2(3), 223-250. <https://doi.org/10.1080/15298860309027>

Neff, K. D. (2003b). self-compassion: An alternative conceptualization of a healthy attitude toward oneself. *Self and Identity*, 2(2), 85-101. <https://doi.org/10.1080/15298860309032>

Neff, K. D. (2021). Öz şefkat: Kendine nazik olmanın kanıtlanmış gücü (1. Baskı) (E. Güldemler, Çev.) *Diyojen Yayıncılık*

Neff K, Germer C. The role of self-compassion in psychotherapy. *World Psychiatry*. 2022;21(1):58-59. <https://doi.org/10.1002/wps.20925>

Öztürk, M.O. (2004). *Ruh sağlığı ve bozuklukları*, Nobel Yayın Dağıtım, İstanbul.

Papouli, E., Chatzifotou, S., & Tsairidis, C. (2020). The use of digital technology at home during the COVID-19 outbreak: Views of social work students in Greece. *Social Work Education*, 39(8), 1107-1115. <https://doi.org/10.1080/02615479.2020.1807496>

Pauley, G. & McPherson, S., (2010). The experience and meaning of compassion and self-compassion for individuals with depression or anxiety. *psychology and psychotherapy. Theory, Research and Practice* Volume, 83(2). <https://doi.org/10.1348/147608309X471000>

Peleg-Popko, O. (2002). Bowen theory: A study of differentiation of self, social anxiety, and physiological symptoms. *Contemporary Family Therapy*, 24(2), 355-369. <https://doi.org/10.1023/A:1015355509866>

Pullmer, R., Chung, J., Samson, L., Balanji, S. ve Zaitsoff, S. (2019). A systematic review of the relation between self-compassion and depressive symptoms in adolescents. *Journal of Adolescence*, 74, 210-220. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2019.06.006>

Blatt, S. J., Quinlan, D. M., Pilkonis, P. A., & Shea, M. T. (1995). Impact of perfectionism and need for approval on the brief treatment of depression: the National Institute of Mental Health Treatment of Depression Collaborative Research Program revisited. *Journal of consulting and clinical psychology*, 63(1), 125-132. <https://doi.org/10.1037//0022-006x.63.1.125>

Rothman, K. J., Greenland, S., & Lash, T. L. (2008). *Modern epidemiology* (Vol. 3). Wolters Kluwer Health/Lippincott Williams & Wilkins.

Selçuk, E. B., Demir, A. Ç., Erbay, L. G., Özcan, Ö. Ö., Gürer, H., & Dönmez, Y. E. (2021). Anxiety, depression and post-traumatic stress disorder symptoms in adolescents during the COVID-19 outbreak and associated factors. *International Journal of Clinical Practice*, 75(11). Portico. <https://doi.org/10.1111/ijcp.14880>

Sumer, N., Karanci, A. N., Berument, S. K., & Gunes, H. (2005). Personal resources, coping self-efficacy, and quake exposure as predictors of psychological distress following the 1999 earthquake in Turkey. *Journal of Traumatic Stress*, 18(4), 331-342. Portico. <https://doi.org/10.1002/jts.20032>

Tajfel, H., & Turner, J. C. (1979). An integrative theory of intergroup conflict. In W. G. Austin & S. Worchel (Eds.), *The social psychology of intergroup relations* (pp. 33-47). Brooks/Cole.

Türkçapar, H. M. (2018). *Bilişsel Davranışçı Terapi*. 11. Baskı. İstanbul: Epsilon Yayınevi.

Wójtowicz-Szeffler, M., Grzankowska, I., & Deja, M. (2023). The mental condition of Polish adolescents during the COVID-19 pandemic and war in Ukraine. *Frontiers in public health*, 11, 125-138. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2023.1257384>



Yang, Y., Zhang, M. ve Kou, Y. (2016). Self-compassion and life satisfaction: the mediating role of hope. *Personality and Individual Differences*, 98, 91-95. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2016.03.086>

Yılmaz, S. & Arık, R.S. (2019). *Eğitimde araştırma yöntemleri*. Ankara: Pegem Akademi.

Zhang, Y., Fang, X., Huang, W., Li, Q., Hu, F., & Liu, H. (2023). Record resolution of nanometal surface energy transfer optical nanoruler projects 3d spatial configuration of aptamers on a living Cell Membrane. *Nano letters*, 10.1021/acs.nanolett.3c04322. Advance online publication. <https://doi.org/10.1021/acs.nanolett.3c04322>.

Zhang, D., Li, X., & Xue, J. (2015). Education Inequality between Rural and Urban Areas of the People's Republic of China, Migrants' Children Education, and Some Implications. *Asian Development Review*, 32(1), 196–224. https://doi.org/10.1162/adev_a_00042

The Perception of The Laz People in *Ekşi Sözlük*: Patriotic, Intelligent and Humorous People

Musa Yavuz ALPTEKİN* 
Sümeyye YAZICI** 

ABSTRACT

In this study, the researchers have tried to determine what the perception of the Laz people by the Turkish society was. Although the ethnic origins of the Laz people in the past might be different; in the last millennium the Laz people have not only become culturally close to the Turks but also they have become ethnically united through marriages. In this process, the Laz people and Turks came to share the same religious and similar cultural codes and finally became relatives. Almost all Laz people in İstanbul and in other big cities have social, political and cultural integration with other Anatolian peoples, and this integration is evident in all its dimensions, even in Rize and Artvin, the homeland of the Laz people. In this study, the perception of the Laz people by the Turkish society was studied in 247 comments on the articles regarding the Laz people and the concept of Laz in *Ekşi Sözlük*. The entries were separated and analyzed as positive and negative comments. Consequently, it was understood that the perception of the Laz people by the Turkish society was predominantly positive and the Turkish people perceived the Laz people as patriotic, intelligent and humorous people.

Anahtar Kelimeler: Laz People, Social Perception, Laz Perception, Turkey, Ekşi Sözlük.

Ekşi Sözlükte Laz Algısı: Vatansever, Zeki ve Komik İnsanlar

ÖZ

Bu çalışmada Türk Toplumunun Laz algısının ne olduğu belirlenmeye çalışılmıştır. Lazlar Anadolu'nun kuzey-doğusunda yaşayan bir halktır. Lazların tarihi geçmişteki etnik kökeni farklı olabile de son bin yılda Lazlar Türklerle sadece kültürel olarak yaklaşmakla kalmamışlar, evlilikler yoluyla aynı zamanda etnik olarak da birleşmişlerdir. Bu süreçte Lazlarla Türkler aynı dini ve benzer kültürel kodları paylaşır hale gelmişler ve nihayet akraba olmuşlardır. İstanbul ve diğer büyük şehirlerdeki Lazların hemen hepsi diğer Anadolu halklarıyla sosyal, siyasal ve kültürel entegrasyona geçtikleri gibi, Lazların anavatanı konumundaki Rize ve Artvin'de bile bu entegrasyon hemen bütün boyutlarıyla belirgindir. Bu çalışmada Ekşi Sözlük'te *Laz* ve *Lazlar* maddelerine yazılan 247 yorumda Türk toplumunun Laz algısı çalışılmıştır. Girdiler olumlu ve olumsuz yorumlar olarak ayrılmış ve incelenmiştir. Sonuçta Türk toplumunun Laz algısının olumlu yönde ağırlık kazandığı ve onları vatansever, zeki ve komik insanlar olarak gördüğü anlaşılmıştır.

Keywords: Lazlar, Toplumsal Algı, Laz Algısı, Türkiye, Ekşi Sözlük.

1. Introduction

As it is the case in all countries, there are also various different social groups in Turkey at the subcultural level. The Laz people in Turkey are one of them and may be one of the most interesting ones. In this study the perceptions and thoughts of the citizens of the Republic of Turkey regarding the Laz people are analyzed. For this analysis, the necessary data set is obtained from *Ekşi Sözlük*.

The Laz people have spread and lived in the easternmost part of East Black Sea Region in sub provinces of Pazar and Çamlıhemşin of the province of Rize and some regions of the province of Artvin. Although it is indicated that their population ranges between 300 thousand and 1 million, the psychological spread of the concept of Laz is more far reaching. In many places of Turkey, the entire Eastern Black Sea Region, and even the Black Sea Region itself is characterized as composed of Laz people. In short, persons who moved or migrated from the Black Sea Region to other regions and cities of

* **Corresponding Author/Sorumlu Yazar**, Assoc. Prof. Dr., Journalism and Mass Communication University, Department of Sociology, Tashkent, Uzbekistan/ Karadeniz Technical University, Department of Sociology, Trabzon, Türkiye, m.yavuzalptekin@gmail.com

** Indep. Res., Karadeniz Technical University, Trabzon, Türkiye, sumeyyeyazici53@gmail.com

Makale Gönderim ve Kabul Tarihleri/Article Submission and Acceptance Dates: 20.12.2023-01.06.2024

Citation/Atf: Alptekin, M. Y., Yazıcı, S. (2024). The perception of the laz people in ekşi sözlük: patriotic, intelligent and humorous people. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 54, 45-60. <https://doi.org/10.52642/susbed.1407195>



Turkey are described as the Laz (Alptekin, 2016; Sarı, 2017). Indeed, the Ottoman Empire described an administrative unit named *Lazistan* in Eastern Black Sea Region (Aleksiva, 2022). Perhaps this was done with reference to the fact that the expression of Laz, which has been valid since the Ottoman times, has been affiliated with the region or this administrative disposal has led to the affiliation of the expression of Laz to the region and perhaps this has allowed the reinforcement of this image.

In this study, the perceptions and opinions of the Turkish society regarding the expression of Laz and Laz people are classified, analyzed and interpreted by addressing the *Ekşi Sözlük* comments which have been made from 1999 until 2021. Although certain analyses have been conducted previously on the Gypsies, Chinese and Syrians by using the *Ekşi Sözlük* data, no analysis has been made regarding the Laz so far. In this regard, this study is the first one.

2. Method and Data Collection Techniques of the Study

In this study, the content analysis method has been used. Content analysis is a social science method that accepts newspapers, magazines, various written materials, and texts and inputs from the internet as data, and attempts to reveal the dominant message, purpose, and direction of the text by counting, frequency, and ratio of certain topics, messages, words, concepts, and symbols within specific categories and classifications (Aziz, 1990; Yıldırım & Şimşek, 2005). In accordance with this definition, comments under the “Lazlar” (Laz people) topic on Ekşi Sözlük, an online platform, were taken as data, classified, categorized, and recurring messages on specific topics were grouped together. Consequently, the weight of positive, negative, and neutral opinions about the Laz people by Ekşi Sözlük contributors was quantitatively derived and qualitatively interpreted and discussed.

On the other hand, the technique of obtaining the data of this study is a technique which is less frequently used, however it becomes popular increasingly. The data of this study is obtained by organizing the comments made under the articles of Laz and the Laz people in Ekşi Sözlük which is the oldest and the biggest online dictionaries in Turkey with open access*. Ekşi Sözlük is a cyber-dictionary and a website which is the product of the new media about all kinds of subject matters and concepts including the comments of registered writers in the style of a participatory dictionary. At Ekşi Sözlük, a total of 247 comments were made until 2021 regarding the two articles mentioned above, the oldest of which was made in 1999. This study is prepared based on the positive or negative classifications of the related comments in various categories (Gürel & Yakın, 2007).

It is believed that examining the comments on websites is much more efficient and healthy when compared to questionnaires and interviews, because beyond the fact that this choice makes it easier to have access to the related sample, its superior aspect when compared to questionnaires and interviews is the fact that the commentator does not make the comment upon the request of the researcher or the request or direction of an external factor just for the purpose of making a comment, but makes the comment by self-motivation and voluntarily in full as the commentator perceives doing this as a need. Therefore, the data may be regarded as the subjective opinions of the persons that are revealed in a free setting completely.

3. Regarding “Ekşi Sözlük” Which is the Source of Data

Ekşi Sözlük (2021a) which constituted the first example of the participatory dictionaries both in Turkey and around the world and became popular very fast after being established by Sedat Kapanoğlu in 1999, is a website which allows its registered users to freely express their opinions, make comments or provide information regarding any phenomenon, subject matter or person that they want without any limitation by using their nicknames (Gürel & Yakın, 2007). According to the current statistics included in the documentary which was prepared in 2019 especially for the 20th anniversary of *Ekşi Sözlük*, there are 115.852 authors in *Ekşi Sözlük* in total and there are also about 36 million entries created by those authors (Pena, 2019). *Ekşi Sözlük*, which labels itself as the “holy source of information” allows its every member to create an entry and make comments under those entries within the rules determined by it. The

* Ethics Committee Statement: Ethics committee permission is not required since there is no survey or interview study in the article and the data is open access over the internet.

comments included under the created entries may be in various different styles such as encyclopedic information, definition, comment, experience, observation, joke, humor, questionnaire, poem and lyrics; they may also include url links which are references to other online sources. Additionally, *Ekşi Sözlük* also allows making references to any other entry or comment in the dictionary with the links provided as “*bknş*” (“see”). The fact that new comments may be made for the entries created by the users allow the subject matter to remain current and contribute into the creation of an ever expanding comment pool in the dictionary and make *Ekşi Sözlük* an important source of reference (Gürel & Yakın, 2007, pp. 204-205). Indeed, the entered comments under the entries created by the authors in the dictionary have a great significance in terms of drawing a general framework regarding the mindset of the society and understanding the dominant trends regarding the subject matter.

Table 1. Ekşi Sözlük Statistics

Number of Authors	115.852
Number of Entries	35.133.544
Number of Monthly Single Users	35.759.823
Monthly Views	480.104.714

Source: (Pena, 2019)

4. Findings

The titles of “Laz” (Ekşi Sözlük, 2021b) and “Laz people” (Ekşi Sözlük, 2021c) are selected by the purposeful sampling technique among the entries in Ekşi Sözlük determined by the search engine on the website for the purpose of the research. Through the entries under the mentioned titles, the perception of the Turkish society towards the Laz people is subjected to examination through content analysis. There are 188 entries under the title of “Laz” while there are 59 entries under the title of “Laz people”. It was observed that the first entry under the title of “Laz” was made on the date of 11 December 1999, and the first entry under the title of “Laz people” was made at a relatively newer date which is 13 September 2011. It is striking that the authors of Ekşi Sözlük first inclined towards the abstract, concept, image and identity under the title of Laz and wrote texts about theory and definition, and later by the title of Laz people, they put the concrete aspect in their agendas which is the concrete view of the concept and started to create descriptive texts. If this approach is not incidental and this is also a trend which may be observed for other entries in Ekşi Sözlük, this may be well interpreted that the intellectual accumulation of the participants of this platform won over the populism of mass communication. Contrary to what is claimed and assumed, it may be thought that the approach of “means is message” is not an absolute reality and it may have gradual exceptions. Finally, in the study the entries that are created by the authors of Ekşi Sözlük who are still active under the titles of Laz and Laz people until August of 2021 were also included into the scope of the study. Additionally, the researchers also observed that the length of the comments in the entries varied between a few words or sentences and a few paragraphs except excerpts taken from other sources.

Table 2. Language of Shared Entries

	Number	Percentage
Turkish	245	99.2%
Lazuri	2	0.9%
Total	247	100%

When the language of the entries located under the titles of “Laz” and “Laz people” is considered, it would be seen that 99.2% of them are in Turkish, and 0.9% of them are in Lazuri. This situation may be interpreted in a manner that the Laz people prefer to express themselves in Turkish by moving from the assumption that most of the authors who wrote the entries were Laz. This interpretation is a compatible interpretation with the social integration, nation building and patriotism which will be emphasized below.

Table 3. State of Being Indicated as a Reference in the Entries

	Number	Percentage
No Reference Was Used	165	66.8%
Reference to another Title in Ekşi Sözlük	58	23.5%
Reference outside of Ekşi Sözlük	18	7.3%
Both	6	2.4%
Total	247	100%

In the content analysis, which was carried out regarding whether another reference is made to the related subject matter in the entries determined within the scope of the research, it was observed that the entries were mostly written (66.8%) without indicating any other source as a reference, and thusly most of the entries were unique. On the other hand, it was observed that the comments made in 23.5% of the contents were associated with another title or titles created in *Ekşi Sözlük*, and 7.3% of them were supported by a source which is outside of *Ekşi Sözlük*. Among the sources that are indicated as a reference outside of *Ekşi Sözlük*, the sources such as books, songs, news and website links are striking quantitatively. And the entries for which a title/source both inside and outside of *Ekşi Sözlük* are indicated as a reference constitute 2.4% of the total contents. The comments that indicate a reference to a source inside or outside of *Ekşi Sözlük* should not be thought as non-genuine. On the contrary, it may be thought that those comments were written with a methodological concern and may be more intellectual comments. Not using a reference emphasizes genuineness while making references emphasizes having sources and bases or being intellectual.

4.1. Characteristics of Expressions in Entries

Studying the Laz title on *Ekşi Sözlük* involves generating a sort of societal typology or concretizing this typology based on data from *Ekşi Sözlük* (See for related studies: Aydemir, 2016; Öztürk, 2018). The aim of this study is to establish a Laz typology by utilizing data from *Ekşi Sözlük*. 247 entries under the titles of “Laz” and “Laz people” in *Ekşi Sözlük* are divided into and studied under the categories of “Descriptive”, “Based on Conveyance”, “Positive”, “Negative” and “Other”. It was observed during the content analysis that the majority of the entries included more than one expression category. Therefore, in the event that there is more than one expression category in the same entry, those kinds of entries are separately included into each determined category and then analyzed accordingly. The categories that are determined within the scope of the analysis and the corresponding numbers and percentages are indicated in Table 4.

Table 4. Characteristics of Expressions in Entries

	Number	Percentage
Descriptive Expressions	106	38.5%
Expressions Based on Conveyance	20	7.2%
Positive Expressions	40	14.5%
Negative Expressions	29	10.5%
Other	80	29.0%

247 entries under the titles of “Laz” and “Laz people” in *Ekşi Sözlük* are basically divided into and studied under the categories of “Descriptive”, “Based on Conveyance”, “Positive”, “Negative” and “Other”. Out of all entries under the mentioned titles, it was evaluated that 106 of them (38.5%) were descriptive, 80 of them (29.0%) were other, 40 of them (14.5%) were positive, 29 of them (10.5%) were negative and 20 of them (7.2%) were based on conveyance. The entries in the descriptive category are evaluated to be the content which provided encyclopedic information regarding the Laz ethnic identity and were defining the Laz ethnic identity and displaying instructional characteristics. In the entries under the category of expressions based on conveyance, there are incidents, memories, jokes and similar texts that were personally experienced or heard regarding the Laz people. The entries in the positive category included positive comments regarding the Laz identity while the entries in the negative category included negative and critical entries regarding the Laz people. Lastly, the category of other included entries which

did not include any comment and provided a reference to another title in Ekşi Sözlük, which were not related to the mentioned title or were not included in any one of the determined categories and entries including swears or curses.

4.2. Descriptive Expressions

When the entries subjected to content analysis within the scope of the research are examined, it was revealed that the highest amount of comments included descriptive expressions (38.5%). Majority of those entries provided encyclopedic information regarding the Laz identity. It is possible to find the answers of questions in those entries such as “Who are the Laz people? Where do the Laz people live? Who are the ancestors of the Laz people? Which language do the Laz people speak?” and the like. For instance:

“Lazika people. Throughout history, the Lazika people maintained their freedom sometimes by having good relations with the Persians and sometimes by remaining as friends with the Romans; however they are also a people which suffered significantly. Their place of settlement is not the whole Black Sea Region; it is rather the region which is eastern part of Rize. Lazuri is a different language including words from many different languages such as Latin and Italian...” (K14, Laz 20.06.2001).

“It is a nation which established a state in the 7th century B.C. named Lazica and whose history goes back to the old times.” (K86, Laz people, 24.03.2012)

“It is the Caucasian people living in In the coastal region in the eastmost edge of the Black Sea, in the eastern part of Rize (beyond Çayeli) and in the coastal region of Artvin. The sub provinces of Pazar (Atina), Ardeşen, Fındıklı (Viçe), Arhavi and Hopa are considered as the motherland of the Laz people...” (K65, Laz people, 11.08.2017)

In addition to the expressions above, in the entries having descriptive statements, the authors clarified matters with an almost “complaining” rhetoric regarding the matters which are assumed as correct among the society, but actually are wrong. The first one of the wrong assumptions regarding the Laz identity mentioned by the authors of *Ekşi Sözlük*, is the idea that all people from Eastern Black Sea Region belong to the Laz ethnic identity. According to Avcı (2002, p. 7), (the basic reason of this confusion is the use of the concept of Laz as a regional label, not as an ethnic/cultural category which is different from the widespread cultural elements. The second reason is the insufficient information among the people about the characteristics of the language spoken by the Laz people and thusly the perception of Lazuri as a dialect of Turkish. As Kolivar (2006) indicated in her article titled “Language of Fadime and Temel”, it is believed by outside observers that it was easy to understand and imitate Lazuri. However, this idea does not reflect the reality because with its alphabet containing 35 letters, Lazuri is a language which cannot be spoken and understood by those who do not know the language at all. The third reason is that people recall kemancha rather than bagpipe when they talk about musical instruments of the Laz people. For instance:

“One thing that some people still can’t understand: Being from Eastern Black Sea Region does not necessarily mean being Laz.” (K15, Laz, 01.09.2001).

“... When it comes to other facts (experience), in fact the Laz people does not speak such as “*videyrum, geleyrum* / I am going, I am coming – [with an accent]”. They are a skewed version of the Black Sea dialect – as a joke in a way -. It may be very difficult to understand the language of a real Laz (There are Lazuri-Turkish dictionaries in the market). Therefore, it is due to somewhat ignorance and laziness to label all Black Sea folks as Laz people (especially people from Eastern Black Sea Region - Trabzon)” (K22, Laz, 28.07.2004).

“Besides Turkish spoken by the Laz people, there is also Lazuri, it is not just “*celandim, cittum* / I came, I went – [with an accent]” there is a separate language...” (K11, Laz, 11.12.1999).

“They are identified with the kemancha. However there are especially a lot of people who are born in Giresun and grow up with kemancha and they have nothing to do with being Laz, and there are also a lot of Laz people who have never seen or listened a live kemancha performance in their whole lives. I am calling on the authorities from here: the authentic instrument of the Laz people is the bagpipe before kemancha.” (K36, Laz, 13.01.2009).

“... We dance with the bagpipe, we don’t even think about the kemanca. The Laz people do not dance with the kemanca, indeed, they don’t even like it. Every person from the Black Sea Region is not a Laz. Do not deceive other people by saying that you are Laz. You are just from the Black Sea Region. If there is someone who claims that he/she is Laz, then he/she needs to speak Lazuri” (K70, Laz, 28.06.2018).

As it may be seen, some of the comments regarding the Laz identity in the entries are far away from historical facts and rather than being informative, they include hearsay and wrong information.

4.3. Expressions Based on Conveyance

20 entries included in the category of expressions based on conveyance include the personal memories of authors with persons having the Laz identity and the events/jokes that they heard from other persons or read from other sources. In the consequence of the analyses conducted regarding whether the event or situation included in the entries in this category is actually based on a real experience or hearsay information, it was concluded that 13 situations or incidents that are about the Laz people in the related entries were addressed in relation to an experience, and 7 of them were based on hearsay information or information read from some source.

“... It was June 28th on Friday, and around 3:00 in the afternoon, and there is a busy street, and an empty spot for one car but you may squeeze in there or not by an inch. After a few maneuvers, I heard a voice in the back: “*sa yap cel sa yap cell hooopp* – turn right and come, turn right and come, stop! [With an accent]” I had a smile on my face due to the accent, and I was able to park the car back and forth hardly in that tight spot. I get off the car and thanked the guy to my fellow townsman with a similar accent. He said you are welcome; he got into the car right in front of me and took off. Oh my God, the car in front of me was yours then why did I struggle so much just to park. Then people ask where the jokes about the Black Sea Region come from.” (K186, Laz, 02.07.2013).

“... For instance, I waited for a mechanic, who claimed to be Laz, to repair the trunk lid, and when the work was done, he said to me “they made the opening button of this trunk lid 5 centimeters down” and I almost died laughing. In fact, the mentioned opening button is a standard part which did not move from its place for 10 years.” (K193, Laz, 14.05.2008).

“... They are the people who I believe that their funny situations are in their natural character and in their genes. For instance: You go and visit your friend but you don’t know which floor your friend lives, you call your friend and ask for the floor number. You learn that it was the 3rd floor and you ring the doorbell. Later you continue the conversation over the intercom. My dear friend, just say “open the door” directly on the phone!...” (K177, Laz, 04.11.2007).

As it may be seen from the expressions above, the comments in this category reveal the funny, prankster and interesting aspects of the Laz people, who are thought to represent the generality of the people living in the Eastern Black Sea Region and who have frequently become the main characters of jokes of the Turkish folk literature, which became the subject matter of common jokes.

“... It was June 28th on Friday, and around 3:00 in the afternoon, and there is a busy street, and an empty spot for one car but you may squeeze in there or not by an inch. After a few maneuvers, I heard a voice in the back: “*sa yap cel sa yap cell hooopp* – turn right and come, turn right and come, stop! [With an accent]” I had a smile on my face due to the accent, and I was able to park the car back and forth hardly in that tight spot. I get off the car and thanked the guy to my fellow townsman with a similar accent. He said you are welcome; he got into the car right in front of me and took off. Oh my God, the car in front of me was yours then why did I struggle so much just to park. Then people ask where the jokes about the Black Sea Region come from.” (K186, Laz, 02.07.2013).

“... For instance, I waited for a mechanic, who claimed to be Laz, to repair the trunk lid, and when the work was done, he said to me “they made the opening button of this trunk lid 5 centimeters down” and I almost died laughing. In fact, the mentioned opening button is a standard part which did not move from its place for 10 years.” (K193, Laz, 14.05.2008).

“... They are the people who I believe that their funny situations are in their natural character and in their genes. For instance: You go and visit your friend but you don't know which floor your friend lives, you call your friend and ask for the floor number. You learn that it was the 3rd floor and you ring the doorbell. Later you continue the conversation over the intercom. My dear friend, just say “open the door” directly on the phone!...” (K177, Laz, 04.11.2007).

As it may be seen from the expressions above, the comments in this category reveal the funny, prankster and interesting aspects of the Laz people, who are thought to represent the generality of the people living in the Eastern Black Sea Region and who have frequently become the main characters of jokes of the Turkish folk literature, which became the subject matter of common jokes.

4.4. Positive References Regarding Laz Identity

In some previously made studies, the people of the Eastern Black Sea Region, including the Laz people, were generally described as patriotic, nationalistic, hardworking, self-confident, and humorous. In the study that belongs to Alptekin and Cerit (2018) which is one of those studies, and whose data is obtained by questionnaires from students of Black Sea Technical University who come to the city outside of the Eastern Black Sea Region, the characteristic traits of people of the Eastern Black Sea Region in general and of Trabzon in particular appeared compatibly with the data of this study. The characteristic traits in the related study are nationalist (15.7%), patriotic (11.8%), courageous (13.7%), hardworking (11.4%), supporting fellow townsmen (9.4%) and outspoken (9%) respectively.

The data included in this study and obtained from *Ekşi Sözlük*, verify the previously made studies. Indeed, 40 entries in the positive expressions in *Ekşi Sözlük* were subjected to content analysis and the positive references in those expressions were determined and further separated into categories among them. It was revealed that the authors of *Ekşi Sözlük* used positive references regarding the Laz identity in 22 different categories. Those categories are included in Table 5.

Table 5. Positive References Regarding Laz Identity

Order No:	Positive Characteristic	Number	Order No:	Positive Characteristic	Number
1	Pleasant Sympathetic	3	12	Good Person Good-willed	2
2	Bright Quick Learner Smart Intelligent	8	13	Nationalist Loves Country Not Divisive Not Separatist	11
3	Funny Humorous Prankster Sense of Humor	4	14	Free Spirited	2
4	Reliable	1	15	Democrat	2
5	Hardworking	3	16	Man of His Words	1
6	Self-confident	3	17	Frank	2
7	Courageous	1	18	Hospitable	1
8	Educated Knowledgeable	2	19	Creative Inventor	2
9	At Peace With Oneself	1	20	Calms Down Fast	2
10	Cheerful	2	21	Warm-blooded	1
11	Unique	1	22	Has Good Genes	1

As it may be noticed in the listed positive references, it is seen that the category which was repeated the most (11 times) was “Nationalist / Loves Country / Not Divisive / Not Separatist”. The salience of this category in the positive references regarding the Laz identity is not incidental and the reason for this situation was explained in the following manner in one of the entries under the mentioned titles: “There is no other sub identity embracing the supra identity as much as them.” (K28, Laz, 18.04.2007). As it is seen in this comment and also indicated by Serdar (2015, p. 93), while many Laz people perceive themselves as having a different ethnic identity than their neighbors' ethnic identity at the local level in certain aspects,

they perceive themselves in Turkish nationalism and Turkism in terms of embracing the Turkish nation, being Turkish and siding with Turkey and finally the political identity of the nation state. In other words, the Laz people position being Laz as a local culture, not as a national culture (Taşkın, 2016, p. 63) and this local culture for them is completed by being connected to the Turkish identity. As Ernest Renan stated, *nation is an everyday plebiscite* and the Laz people are connected with the national through bringing forward their local characteristics by jokes and various similar narratives at the national level every day and thusly they are integrated with the national. Although the Laz people are criticized and blamed by some of the *Ekşi Sözlük* authors for losing their identity and even being assimilated due to their positioning in terms of the Turkish identity, they are deemed worthy of praise by some authors. The following statements are examples for the latter:

“...The fact that they are not divisive and they protect their language and culture needs to be appreciated...” (K126, Laz, 13.03.2005).

“... I don't know why, but they live long and they love the country and the reason for this situation is very clear.” (K8, Laz, 21.05.2004).

“... They are loyal to the homeland, I have never seen a separatist Laz but if they see a separatist Laz, they take care of the situation, they have such a habit. However it is a place where one can live fabulously, it has water, beaches, ports, all of that, but the Laz people do not want to get separated and do not say that their freedoms were restricted...” (K142, Laz, 14.01.2017).

Additionally, in the entries under those categories, it is striking that the Laz identity is compered by the authors of *Ekşi Sözlük* with the Southeastern identity which is another local component of the Turkish nation and by comparison, the Laz identity is glorified. In the comments in the entries, while the Laz people are glorified, it is striking that the indicated examples included justifications such as their love for the homeland, nationalistic attitudes and the fact that they are not separatist. The following statements are examples of this situation:

“...The Laz people are concerned about earning their living, experiencing their culture and living their lives to the fullest extent... They have no concern for establishing a Lazistan Republic. I know many Laz people who are involved with politics, none of them are separatists. If a Laz becomes a separatist like a ..., first other Laz people laugh at him/her. The Laz people speak Lazuri, but they do not dream about having education in a high school lecturing in Lazuri. Sometimes, the Laz people are separated from their lands due to economic problems, but they do not revolt because of that, they work and then return to their villages. The Laz people may not like the government and the manner of administering the state affairs, but for this reason they do not become ...; they vote; they express their thoughts; they try to change what is out there...” (K130, Laz, 28.06.2010).

“The Laz people do not hide the fact that they were Laz, it is okay, this is also necessary, but first they manage to say that they were Turks.” (K129, Laz, 28.06.2010).

“We cannot fully say that the Laz people are Kurds living by the side of the sea, because they do not betray the state... Also, the Laz people who migrate to the Aegean and Mediterranean regions do not fail to adapt to their environment and do not upset peace there like the ...” (K146, Lazlar, 07.01.2016).

Among the positive references regarding the Laz identity the category of “Bright / Quick Learner / Smart / Intelligent (8 times)” comes in the second place. The striking point in the entries in this category is the fact that the comments regarding that the Laz people were smart and intelligent were made with a stance which expressed “what is contrary to the popular belief”. In that case, the first question that comes to mind is the question of which characteristics the typology carries when we talk about the Laz people. The answer of this question lies in the representation of the Laz typology that we encounter frequently in the traditional Turkish theatre, jokes or contemporary series/movies. The Laz typology that we frequently encounter especially in the jokes is a typology that cannot reason, communicate correctly with the interlocutor or does not allow the interlocutor to speak (Aksamaz, 2014). The Laz, who is occasionally mocked due to those characteristics, is laughed at by everyone around. However, the real reason for everyone to laugh at the Laz lies in the characteristics of “being feeble-minded”, because “as the minds of

the Laz people work completely different than those of other people, they are described by a characteristic stupidity that would allow their behavior to deviate from what is reasonable” (Aksoy Sheridan, 2007, p. 97). In a similar manner, Taşkın (2006) states that the expression of Laz no longer means a name, it has turned into an adjective which is used as “being feeble-minded” or “illogical”. In fact, due to this reason, the Laz people are always expected to display a “feeble-minded” or “illogical” act or attitude. However, contrary to this widespread opinion, the authors of *Eksi Sözlük* point out that the Laz people are smarter and more intelligent than what is indicated or known. For instance:

“...Contrary to what is known, we may say that the Laz people, who have a witty character, have a very wide local culture” (K1, Laz people, 03.01.2016).

“It is a group of people who have a wittier mind than what is displayed in the series or movies...” (K125, Laz, 14.01.2009).

“Their most salient characteristics is their cleverness which works for all affairs...” (K8, Laz, 21.05.2004).

“... They are brave, true to word, humorous, quick learner and smart people” (K10, Laz, 27.05.2004).

The third positive reference category of “Funny / Humorous / Prankster / Sense of Humor” (4 times) points out the humorous aspect of the persons with the Laz identity.

“To begin with, they have a high sense of humor. They greatly make fun of each other and also of other people...” (K142, Laz, 14.01.2017).

“... I am pretty sure that they are the people whose humorous state is in their natural characteristics and genes...” (K177, Laz, 04.11.2007).

“It is a group of friendly people who are known for their courage, industriousness, jokes, inventions, famous dialect that everyone likes...” (K121, Laz, 01.01.2010).

On the other hand, in the table of positive references, it is seen that the Laz people were described as “pleasant/sympathetic (3 times)”, “hardworking (3 times)”, “self-confident (3 times)”, “educated/knowledgeable (2 times)”, “cheerful (2 times)”, “good person/good-willed”, “free spirited (2 times)”, “democrat (2 times)”, “frank (2 times)”, “creative/inventor (2 times)”, “calms down fast (2 times)”. Additionally, the expressions of “trustworthy”, “courageous”, “at peace with oneself”, “unique”, “man of his words”, “hospitable”, “warm-blooded” and “with good genes” are used for the Laz people.

4.5. Negative References Regarding Laz Identity

In the abovementioned study of Alptekin and Cerit (2018), the negative characteristics of the people especially from Trabzon and from the Eastern Black Sea Region in general were listed as follows: hasty (17.6%), nervous (17.3%), narrow-minded, (13.7%), blunt (13.7%), impetuous (12.2%) and uses obscene words and swears (11.8%). The data that this study obtained from *Eksi Sözlük* corresponded well with the literature. Indeed, 29 entries in the negative categories regarding the Laz people in *Eksi Sözlük* were subjected to content analysis and the negative references in those expressions were determined and later separated into categories. It was revealed that the authors of *Eksi Sözlük* used negative references regarding the Laz identity in 19 different categories. Those categories are included in Table 6.

Table 6. Negative References Regarding Laz Identity

Order No:	Negative Characteristics	Number	Order No:	Negative Characteristics	Number
1	Overhasty	2	11	Ignorant	1
2	Obstreperous	1	12	Nationalist	2
3	Loud-voiced	2	13	Unthankful	1
4	Interesting	1	14	Insistent	1
5	Stubborn	4	15	Nervous Tense	3
6	Hardheaded	3	16	Likes concrete Massacres nature Loves nature (!)	4
7	Dangerous Prone to crime Belligerent	4	17	Hyperactive Restless	2
8	Hot-blooded Short tempered Gets carried away easily	3	18	Mean	1
9	Combative Moody	3	19	Reactionary	1
10	Rebellious	1			

As it may be seen in the listed negative references, it was seen that the categories of (4 times) “Likes concrete / Massacres nature / Loves nature (!)”, “Stubborn” and “Dangerous / Prone to crime / Belligerent” were used most frequently. In the comments in the category of “Likes concrete / Massacres nature / Loves nature (!)”, the authors accused the Laz people for their failure to protect the nature and to live in harmony with the nature. Indeed, it is seen that the authors based their claims on the activity of the Laz people in the construction sector. For example:

“The ethnic group which invaded Istanbul for the first time and increased the fear of an earthquake among us with the buildings that they made...” (K154, Laz, 14.10.2004).

“They know that they live in one of the most beautiful places around the world, however they do not refrain from massacring or polluting the nature which they admire...” (K7, Laz, 02.05.2018)

“They have lived in harmony with the nature. It is bogus. While most contractors are among the Laz people and the people from the Eastern Black Sea Region, if you mention this fact, they beat you up without asking any question.” (K164, Laz people, 25.05.2017).

“It is a race which took an oath for collectively destroying a county for the love of money, for turning this country into hell and it is a race which is ravenous...” (K165, Laz people, 05.08.2021).

On the other hand, the following words in an entry under the mentioned titles indicate that the real source of the allegations should not be the Laz people and the wrong impression that people assume all people from the Eastern Black Sea Region were Laz people caused a wrongful generalization in this manner: “It is the ethnic group which is blamed for filling the whole country with concrete by those who assume that all people from the Eastern Black Sea Region were Laz people. Ignorance is a bad thing” (K103, Laz people, 06.08.2021). The prevalence of construction business in the Eastern Black Sea Region, especially in Trabzon is revealed in conducted studies.¹ However, there is no information regarding that those individuals belong to the Laz ethnic group. When it is considered that among the regions where the Laz people predominantly live (Fındıklı, Ardeşen, Pazar, Çamlıhemşin sub provinces of Rize and Hopa, Arhavi and Borçka sub provinces of Artvin), Trabzon ranked behind, we may conclude that those contractors do not belong to the Laz ethnic identity. As a contrary reality, the in their localities, the Laz people mostly became the voice of environmentalist movements by taking part in environmentalist social movements, and so far they continue to do so. With the slogans of “Say Stop to the Green Route!”, “Quit While the Road is Still Green!” and “Green Route is Dark Life!”, the Laz people committed to become defenders of the nature by rising against the project named the “Green Route” which went into effect in

¹ Alptekin and Karyelioğlu’s study (2015) is among the significant studies about this matter.

2014 and was planned to connect the Eastern Black Sea highlands with each other (Kural, 2015). In fact, the nature lovers who gathered for the purpose of opposing the mentioned project established the group named Storm Initiative (*Fırtına İnisyatifi*) and they have been continuing their activities under its umbrella. Besides, the people of Fındıklı rose against the initiative to build a hydroelectricity power plant in Fındıklı, which is one of the sub provinces where the Laz people predominantly live, and they organized various protests, signed petitions and maintained their struggle in the legal area (Çavuşoğlu, 2011). In fact, the campaign, which the people of the region initiated, has become the subject matter of the documentary named “A Handful of Courageous People (*Bir Avuç Cesur İnsan*)” (Vardar, 2011).

Among the negative references to the Laz identity, the category of “Dangerous / Prone to crime / Belligerent (4 times)” is in the second rank.

“... thank you and may you live longer, however they are dangerous people, many of them carry weapons and use weapons without thinking, this is not certainly for defensive purposes...” (K154, Laz, 14.10.2004).

“... the Laz people are praised by stupid descriptions by ethnic romantics, who cannot place the other in the place of someone, such as Laz-chopath and Laz-ripper so that the Laz people are prone to violence because they are a state within the state just like other communities in the region.” (K163, Laz, 22.08.2021).

“I tend to relate reason/intelligence to the anchovy and impatience and stubbornness to the geography. Also, there is also the subject matter of being belligerent and I think it is more about socio-economic reasons...” (K144, Laz people, 13.10.2017).

The negative reference category in the third rank highlights the “Stubborn (4 times)” character of the individuals with the Laz ethnic identity.

“It is a people to which my maternal origin is related and who generally live in Rize and Artvin and the surrounding areas, and are pleasant but stubborn people who like to act in an unruly manner” (K134, Laz people, 24.12.2013).

“About ninety percent of all Laz people whom I have met so far have been impatient, stubborn and smart people...” (K144, Laz people, 13.10.2017).

“... they are stubborn. We have been unable to solve this problem :) By knowing this issue, I have tried to educate myself a lot, I believe that I have displayed improvement, however there are still some people who tell me that I am stubborn :)...” (K142, Laz, 14.01.2017).

In addition to the abovementioned negative references, it has been observed that the Laz people have been described as “hardheaded (3 times)”, “hot-blooded / short tempered / gets carried away easily (3 times)”, “nervous / tense (3 times)”, “combative / moody (3 times)”, “over hasty (2 times)”, “loud-voiced (2 times)”, “nationalist (2 times)” and “hyperactive / restless (2 times)”. Additionally, the expressions of “obstreperous”, “rebellious”, “interesting”, “ignorant”, “insistent”, “unthankful”, “mean” and “reactionary” have also been used for the Laz people. The striking matter in the table of negative references is the fact that the expression of “nationalism”, which is striking in the table of positive references, also takes place in this table. However, while the Laz people were admired for their nationalism in the entries there, the Laz people were criticized by the authors in the table of negative references. For instance:

“Contrary to what people generally believe, the Laz people which are characterized as the secret enemy, have a weak aspect, which is supposing their ethnic identity as Turkish. In fact, many Laz people, young or old, refrain from stating that they were Laz people or hide this identity under Turkishness as a local cultural element. The nationalism policy which is applied in their locality has permeated them so much so that they perceive being Laz as a minor tradition and they reject their own ethnic identity. They reject it so far as they may state “we are within Turkishness” ...” (K173, Laz people, 26.03.2012).

“There are individuals among them who are swamped with nationalism and reactionism, so that they may blame the Alawites, who are originally Turks and who have become Muslims way before the Laz people, for being infidels and not Turks.” (K174, Laz people, 6.10.2012).

The matter which needs to be finally mentioned is the opinions of the authors of *Eksi Sözlük* regarding whether the Laz ethnic identity has been assimilated or not. It is possible to divide the opinions of the authors in the mentioned subject matter basically in two categories: While the first opinion accepts the opinion that the Laz people have been assimilated (5 authors), the second opinion claims that the Laz people have not been assimilated (1 author). The following are examples for each opinion:

“Not long, may be after one or two generations, there will be nobody around speaking Lazuri, but there are some people who defend even this, claim that this was something good and think that they have not been assimilated” (K83, Laz, 15.12.2020).

“They have not been assimilated. Since they are in the nation state, they have the Turkish identity... There is no limitation for them to speak or learn Lazuri. Since they also know that it would not be logical to make a language appealing to 50 or 100 thousand people as the language of instruction at schools or the official language, many Laz people do not have such a demand in this matter...” (K82, Laz, 15.12.2020).

The commenters, who accept the general opinion that the Laz people have been assimilated, have disagreements among themselves. While one of the commenters stated that the Laz people voluntarily assimilated, another commenter indicated that the Laz people were assimilated by the state. Besides those opinions, there was also another commenter who stated that the Laz people had to assimilate because their number was few and also there was another commenter who stated that the Laz people assimilated because they migrated. It is important to state that both commenters voiced those claims had the Laz ethnic identity. For instance:

“It is a group of Anatolian people who displayed one of the most characteristic examples of voluntary assimilation. The situation is that even in the villages people started not speaking Lazuri... In fact, they do not speak Lazuri because they are concerned about being ridiculed in places other than the sub provinces of Pazar, Ardeşen, Fındıklı, Arhavi and Hopa. Embrace your language at least in those sub provinces!...” (K96, Laz people, 13.10.2016).

“It is an assimilated and dead ethnic group to which I partially belong. It is an identity, language and culture that the assimilation and securitization policies of Turkey erased from history” (K81, Laz, 30.09.2020).

“The number of Mohti (Laz) people in the Black Sea Region has never reached several hundred thousand anytime. Therefore, it would not be fair to talk about a state sanctioned assimilation. They are not assimilated, because their number is few...” (K97, Laz people, 14.10.2016).

“We got assimilated, my family moved from the town of Sarp of Batum to Sapanca region and this happened approximately in 1910. We don't speak Lazuri right now. My knowledge of Lazuri consists of only a few words and it is only sufficient to understand the topic of conversation. It is very rare for migrant Laz people to lose their language and identity” (K84, Laz, 15.12.2020).

The voluntary assimilation claim may be associated with the concept of spatial mysticism within the context of nation building. The concept of *Spatial Mysticism* is a concept which is mentioned by Michael Billig (2002, p. 92) in his book titled *Banal Nationalism*, explained, interpreted and detailed by Alptekin and Amanet (2019) in their article within the context of the Black Sea Region. In the literature, the sense of belonging for the birthplace or the lands that a person may call “my homeland” is called as *topophilia* with its meanings which may be called love of or loyalty towards homeland (Tuan, 1974; Bachelard, 2013) and a spatial mysticism is created around this love. This concept may be described as encountering everything and enduring all kinds of difficulties for the love of homeland. Those difficulties include acting harmoniously and revealing differences by integrating with what is larger for the purpose of living peacefully in the hometown. Here, this concept may be revised as *regional* or *hometown mysticism*. In fact, the resemblance of spatial, homeland or city mysticism, which may be determined among the people from the Black Sea Region in general, and among the Laz people in particular, is not observed that much salient in the peoples of other regions. Many examples of this approach, which is about the fact that the land in the region is narrow, scarce and valuable, may be found in the Black Sea Region, and the Laz people are included in those examples.

In general, the autochthonous people of the Black Sea Region, and the Laz people among them do not see a problem in embracing each new political formation with the psychology of autochthonism provided by living in this reason for long centuries and may be for thousands of years, and thusly their right to live, regional position and prestige are more important and prioritized than emphasizing the difference of local identity from the supra identity. Although, embracing each new political formation is characterized today as assimilation or voluntary assimilation, for the Laz people, protection of traditional physical space and maintaining the right to live in this space is more important and prioritized. Continuance of the historical space on which the Laz people live as the living space today is located on the top levels when compared to emphasizing the difference of local identity in the hierarchy of needs, and the people of the region legitimize this preference and prioritization in their daily lives through *spatial mysticism*. The “voluntary assimilation” opinion and conceptualization of the *Ekşi Sözlük* authors regarding the Laz people remain in the background as an unimportant detail besides protecting the living spaces descended from the ancestors of the autochthonous people of the region; and the people of the region embrace an implicit integration with the supra identity as the guarantee for protecting their local identity, language, folklore and above all their physical living spaces. In the final analysis, the Laz people embrace spatial mysticism for the purpose of being able to protect their traditional physical living spaces, praise and glorify the living spaces in the Black Sea Region and in this context, they create a spatial mysticism, and through the mediation of this creation, they integrate with the national more easily and provide a specific original contribution to the nation building within the context of *nationalism of the Laz people*.

5. Conclusion

When the comments in *Ekşi Sözlük* are considered, we observe that there is a wide range of comments regarding the Laz people. Just like it is the case for all titles, here we have positive and negative comments. However, we observed that the positive comments come to the fore in terms of their numbers and gravity. The salient opinions of the *Ekşi Sözlük* authors regarding the Laz people are about the patriotism, intelligence and humorous aspects of the Laz people.

The socio-political positions, stances and patriotism of the Laz people in the Republic of Turkey in this context need to be explained by relating those characteristics with the concepts of nation, nationalism and nation building of the modern state. The Laz people living in Turkey provide the most typical examples of being a nation and nation building in the world. An important outcome that may be deducted from the patriotism emphasis of the comments in *Ekşi Sözlük* regarding the Laz people is that the Laz people are the most typical examples and the most successful component of the Turkish nation building process. The Laz people are an autochthonous people of Anatolia, a dynamic subject of the imperial periods and the brightest component of the nation building process of the Republic of Turkey. The fact that the Laz identity does not ignore its local culture, language, behavioral patterns but acts in an absolute harmony with the supra identity in day-to-day politics and at the level of national identity and does not have any reservations allowed the Laz people to become the most important example of the Turkish nation building process. As it is also mentioned in the comments, the Laz people speak their language however they do not expect to receive education in this language or to defend themselves in courts with this language. They learn the official language of the country enthusiastically, recognize it as their own language, take part in the national life through this language and embrace the national symbols and identity enthusiastically. While the emphasis placed by the Laz people on their local language, culture and symbols is completely apolitical, their identity at the level of national politics is intertwined with the national identity and the supra Turkish identity without any reservations. It is the most basic characteristics of the nation building process for what is local to be apolitical, and for what is political to match the national; and the Laz people in Turkey provide the best example of this formula. This example is the candidate to become one of the best and most successful examples of nation building processes in the world.

In the comments, the second important characteristic regarding the Laz people is that they are intelligent. It is indicated that the Laz people have a sharp and witty intelligence. We encounter this intelligence as a tool providing a practical ease in the daily life and a method providing high revenues in

the economic life. In the comments, the witty intelligence of the Laz people is mentioned alongside their ability to joke. In fact, the third and the most prominent characteristics of the Laz people is that they are humorous. Above all, the classical Laz typology is intelligent and funny and those two characteristics are combined in the Laz jokes which are also known as Temel jokes (Temel used to be a common male name which was mostly used by the Laz people and the people from the Eastern Black Sea Region). There is no doubt that the typology in Temel jokes is a Laz typology. The Temel jokes, with their humorous and thought provoking intelligence, are cultural products that reveal the humorous character of the Laz people and connect what is local to what is national.

The Ekşi Sözlük participants and commenters reveal pretty open, understandable comments, opinions and criticisms in almost all matters which may successfully provide the essence of any matter. The analysis of the Ekşi Sözlük Comments is believed to be a well-directed effort for the purpose of understanding what people in Turkey think about the Laz people. Many comments have been made regarding the Laz people in Ekşi Sözlük; however the most striking comments are about the fact that the Laz people are patriotic, intelligent and humorous people.

Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı / Contribution of Authors

Yazarların çalışmadaki katkı oranları Musa Yavuz ALPTEKİN %50/ Sümeyye YAZICI %50 şeklindedir.
The authors' contribution rates in the study are Musa Yavuz ALPTEKİN %50/ Sümeyye YAZICI %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.

References

- Aksamaz, A. İ. (2014). *Dil, Tarih, Kültür ve Gelenekleriyle Lazlar*. Belge Yayınları.
- Aksamaz, A. İ. (2019). *Lazlar-Lazca Laz Kimliği*. Sorun Yayınları.
- Aksoy Sheridan, R. A. (2007). Temel Fıkraları'nda 'Öteki'leştirme Boyutu. *Millî Folklor*, 19(75): 95-103.
- Aksoylu, K. (2009). *Laz Kültürü: Tarih, Dil, Gelenek ve Toplumsal Yapı*. Phoneix Yayınevi.
- Aleksiva, İ. Ç. (2022). *İki Osmanlı Aydınının Kaleminden Lazlar ve Lazistan*, Heyamola Yayınları.
- Alkumru, N. (2006). *Şimsir Kokardı Azlağa – Anılarda Laz Kültürü*. Chiviyazıları Yayınevi.
- Alkumru, N. (2011). *Laz Kültür Tarihi*. Lazika Yayın Kolektifi.
- Alp, H. (2016). Çingenelere Yönelik Nefret Söyleminin Ekşi Sözlük'te Yeniden Üretilmesi. *Ankara Üniversitesi İlef Dergisi*, 3(2): 143-172.
- Alptekin, M. Y., & Amanet, H. (2019). Trabzon'da Vatansever Olmak: Yerel Bölgesel ve Ulusal Boyutların Karşılaştırmalı Analizi. *KARAM- Karadeniz Araştırmaları Dergisi*, 16(63): 375-400.
- Alptekin, M. Y., & Cerit, N. (2018). Misafir Öğrenci Bakışıyla Ev Sahibi Halkın Değerlendirilişi: Doğu Karadeniz Bölgesi Dışından Gelen KTÜ Öğrencilerinin Trabzon Halkının Karakteristik Özellikleri Hakkındaki Görüşleri. İçinde M. Y. Alptekin (Ed.), *Doğu Karadeniz'de Toplumsal Yapı Kültür ve Gündelik Hayat* (s. 185-212), Serander Yayınları.
- Alptekin, M. Y. (2016). Trabzon Örneğinde Anadolu Nüfusunun Demografik Bileşimi Ve Türkiye'de Ulus-İnşası. *Karadeniz İncelemeleri Dergisi*, 11(21), 59-86.
- Alptekin, M. Y., & Karyelioğlu, S. (2016). *Sosyal ve Ekonomik Boyutlarıyla Trabzon'da Müteahhitlik*. Trabzon: Karadeniz Teknik Üniversitesi Yayınları.
- Avcı, İ. (2002). *Lazlarda Sosyokültürel Değişim*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Uluslararası İlişkiler Anabilim Dalı.
- Aydemir, M. A. (2016). Sosyal Alanın Tipleştirilmesi: Toplumsal Tipler, (Ed: M. Ali Aydemir). *Toplumsal Tipler içinde, Açılım Kitap Yayınları*.
- Aziz, A. (1990). *Araştırma Yöntemleri-Teknikleri ve İletişim*, İLAD Publications.
- Bachelard, G. (2013). *Mekânın Poetikası*. (A. Tümertekin, Çev.), İthaki Yayınları.
- Bilgin Ülken, F., & Yüce, N. (2020). Yeni Medyada Kadın Bedenine Yönelik Ayrımcılık: Ekşi Sözlük Örneği, *Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü e-Dergisi*, 3(2): 40-79.
- Billig, M. (2002). *Banal Milliyetçilik*. (C. Şişkolar, Çev.). Gelenek Yayıncılık.
- Çavuşoğlu, Ç. (2011, 24 Eylül). HES'e de ÇED'e de İzin Yok. Dereler Direnmeye Devam Ediyor. *Evrensel*. <https://www.evrensel.net/haber/14256/hese-de-cede-de-izin-yok>
- Çoşan, D., & Seçim, Y. (2020). Doğu Karadeniz Bölgesinde Yaşayan Laz Topluluklarının Dili, Gelenekleri ve Mutfak Kültürü Üzerine Bir Araştırma. *Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi*, 1(45): 129-142.
- Ekşi Sözlük (2021a). *Ekşi Sözlük - Kutsal bilgi kaynağı*. <https://eksisozluk.com>
- Ekşi Sözlük (2021b). *Laz*. <https://eksisozluk.com/laz--50601>
- Ekşi Sözlük (2021c). *Lazlar*. <https://eksisozluk.com/lazlar--272188>
- Eskibina, Y. (2021). Küreselleşme ve Mikro Milliyetçiliğin Megreller İle Lazlar Üzerindeki Etkisi. *Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi*, 1(50): 303-318.
- Gürel, E., & Yakın, M. (2007). Ekşi Sözlük: Postmodern Elektronik Kültür. *Selçuk İletişim*, 4(4): 203-219.
- Kolivar, A. (2006). Fadime ve Temel'in Dili. İçinde Ö. Asan (Ed.), *Temel Kimdir* (s. 208-217). Heyamola Yayınları.
- Kural, B. (2015, 8 Ekim). Çamlıhemşinliler 'Yeşil Yol'u Anlatıyor. *Bianet*. <https://m.bianet.org/bianet/toplum/168114-camlıhemşinliler-yesil-yol-u-anlatiyor>
- Öksüz, M. (2020). Siber Mekânda Suriyeli Mültecilere Yönelik Faşizm Halleri: Faşekşist, *Coğrafi Bilimler Dergisi*, 18(2): 246-275. <https://doi.org/10.33688/aucbd.744375>
- Öztürk, N. (2018). Toplumsal Bir Tıp Olarak "Ankaralı", (Basılmamış Doktora Tezi), Selçuk Üniv. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Pena. (2019). Ekşi Sözlük 20. Yıl Belgeseli 1. Bölüm: Başlangıç [Video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=XoJvWxp3CEM>

- Sarı, İ. (2017). Dil Tarih ve Gelenekleriyle Lazlar: Anadolu'da, Laz terimi, Karadeniz bölgesinde yaşayan bütün grupları ifade eden ortak bir addır (Vol. 22). noktaekitap.
- Serdar, A. (2015). Yerel ve Ulusal Ölçekte Lazlığın Etnik Sınırlarının Yeniden İnşası: Dil, Hafıza, Kültür. *Mülkiye Dergisi*, 39(1): 93-134.
- Söğüt, F. (2020). İnternet Sözlüklerinde Mekânsal Ötekileştirme Üzerine Bir Araştırma: Ekşi Sözlük'te Esenyurt Başlığı Örneği. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder)*, 8(1): 45-68. <https://doi.org/10.19145/e-gifder.636956>
- Şendeniz, Ö. (2020). *Kimdir Bu Lazlar? -Laz Kimliği ve Sanal Mekânda Lazça*. İletişim Yayıncılık.
- Tanış, A. H. (2017). *Türkiye'de Çokkültürlülük Bağlamında Müslüman Azınlıklar: Laz Örneği*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Uluslararası Ekonomi Politikası Anabilim Dalı.
- Tanju Aşlışen, E. H. (2021). Kültüre Özgü Çocuk Oyunlarının İncelenmesi Örnekleriyle Laz Kültürü: Rize Ardeşen Örneği. *Sosyal Politika Çalışmaları Dergisi*, 21(52): 605-630.
- Taşkın, N. (2006). Laz Fıkraları Üzerine. İçinde Ö. Asan (Ed.), *Temel Kimdir* (s. 296-317). Heyamola Yayınları.
- Taşkın, N. (2016). *Bu Bir İsyân Şarkısı Değil! Lazlar, Kimlik, Müzik*. İletişim Yayınları.
- Tuan, Y. F. (1974). *Topophilia*. Englewood Cliffs: Prentice Hall.
- Tunçer, Ç. P. (2020). Sosyal Medya ve Şiddet: Ekşi Sözlük'te Çinli Algısı. *İNSAN&İNSAN*, 7(25): 65-84.
- Uzun, R. (2020). *Rize İli Pazar ve Ardeşen İlçelerindeki Lazların Mutfak Kültüründeki Değişim*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı.
- Vanılış, M., & Tandilava, A. (1992). *Lazların Tarihi*, (H. Hayrioglu, Çev.), Ant Yayınları.
- Vardar, N. (2011, 21 Şubat). Bir Avuç Cesur İnsan'dan Mücadeleye Devam. *Bianet*. <https://m.bianet.org/bianet/toplum/128041-bir-avuc-cesur-insan-dan-mucadeleye-devam>
- Yaşa, H., & Öksüz, O. (2020). Nefret Söyleminin İnşasında Sosyal Medyanın Rolü: Ekşi Sözlük Örneği. *Erciyes İletişim Dergisi*, 7(2): 1383-1408. <https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.713467>
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2004). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, Seçkin Yayıncılık.

Aile Katılımlı Matematik Programının Çocukların Matematik Becerilerine Etkisi: Boylamsal Çalışma

Yasemin YÜZBAŞIOĞLU* 
Cengiz ÇELİK** 
Numan SARAÇ*** 

ÖZ

Araştırma, okul öncesi eğitim çağındaki ve okul öncesi eğitime devam eden çocuklara uygulanan Aile Katılımlı Matematik Programı'nın çocukların erken matematik becerisine etkisini incelemek amacıyla yapılmıştır. Çalışma grubunu 2021-2022 ve 2022-2023 eğitim öğretim yılında Konya ili Meram ilçesindeki MEB'e bağlı resmi ana sınıflarına devam eden çocuklar oluşturmaktadır. Çalışmada yarı deneysel model kullanılmıştır. Araştırma verilerinin toplanmasında "Genel Bilgi Formu" ve "Erken Matematik Yeteneği Testi-3 (TEMA - 3)" kullanılmıştır. Aile Katılımlı Matematik Programı, deney grubundaki çocuklarla 8 hafta süreyle uygulanmıştır. Aile Katılımlı Matematik Eğitim Programı okulda uygulanan 40 etkinlik ve hafta sonu velilere gönderilen pekiştirme etkinlikleri olan 16 etkinlik ile toplam 56 etkinliktir. Kontrol grubundaki çocuklar sadece okul öncesi eğitime dâhil olmuşlardır. Araştırma verilerinin analizi sonucunda, çalışma grubunu oluşturan çocukların uygulama öncesi erken matematik becerilerinin açısından anlamlı farklılık olmadığı belirlenmiştir. Deney grubundaki çocuklarla yürütülen "Aile Katılımlı Matematik Programı" uygulamaları sonrası, deney ve kontrol grupları, "TEMA 3" son test uygulaması yönünden anlamlı bir farklılık gösterdiği tespit edilmiştir ($t=4.053$; $p<.001$). Aynı çocuklar ilköğretim 1. Sınıfta da izlenmiş matematik becerileri değerlendirilmiştir. Deney grubuna uygulanan "Aile Katılımlı Matematik Eğitimi Programı"nın çocukların matematik becerilerini destekleyen, geliştiren etkili bir yöntem olduğu, eğitimi alan çocukların 1. sınıfta da matematik becerileri yönünden kontrol grubundaki çocuklara göre daha başarılı oldukları belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Okul Öncesi Eğitimi, Matematik Becerileri, Aile Katılımı.

The Effect of Mathematics Program with Family Participation on Children's Mathematics Skills: Longitudinal Study

ABSTRACT

This study was conducted to examine the effect of the Mathematics Program with Family Participation, which is applied to children who are at preschool age, on children's early mathematics skills. The study group consists of children attending official kindergartens affiliated with the Ministry of Education. A semi-experimental model was used in the study. "General Information Form" and "(TEMA-3)" were used to collect research data. Program was applied to the children in the experimental group for 8 weeks. Program consists of a total of 56 activities, 40 activities implemented at school and 16 activities sent to parents on the weekends as reinforcement activities. After program applications carried out with the children in the experimental group, the experimental and control groups show a significant difference in terms of the "TEMA 3" post-test application ($t=4.053$; $p<.001$). The same children were monitored in the first grade of primary school and mathematical skills were evaluated. As a result, the program applied to supports children's early mathematics skills, is an effective method that increases mathematical skills, and that children who received the training were more successful in terms of mathematics skills in the first grade.

Keywords: Preschool Education, Mathematics Skills, Family Involvement.

1. Giriş

Çocukların erken çocukluk döneminde geliştirmeleri beklenen matematik becerileri, okul öncesi yıllarda kapsamlı bir gelişim gösterir, hayatları boyunca kullanacakları matematik becerilerin temeli bu süreçte atılır

* **Corresponding Author/Sorumlu Yazar**, Dr./Ph.D., Milli Eğitim Bakanlığı, Konya, Türkiye/ Ministry of Education Konya, Türkiye, yaseminyuzbasioglu@hotmail.com

** Dr./Ph.D., Selçuk Üniversitesi, Konya, Türkiye/ Selçuk University, Konya, Türkiye, celik7642@gmail.com

*** Uzman/Pro., Milli Eğitim Bakanlığı, Konya, Türkiye/ Ministry of Education Konya, Türkiye, numansarac42@gmail.com

Makale Gönderim ve Kabul Tarihleri/Article Submission and Acceptance Dates: 21.12.2023-28.04.2024

Citation/Atf: Yüzbaşıoğlu, Y., Çelik, C., Saraç, N. (2024). Aile katılımlı matematik programının çocukların matematik becerilerine etkisi: boylamsal çalışma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 54, 61-73. <https://doi.org/10.52642/susbed.1407792>



ve bu gelişim diğer dönemler için belirleyicidir. Erken çocukluk dönemi matematik, okuma ve yürütücü işlev becerileri değerlendirildiğinde daha sonraki okul başarısı için önemli belirleyiciler olduğu belirlenmiştir (Huntsinger, Jose & Luo, 2016). Erken çocuklukta ölçülen matematik becerileri ve bilgisi, özellikle, daha sonraki yıllardaki okul başarısının en belirleyicisidir. Erken dönem becerileri okul ve bilgileri daha sonraki yıllardaki akademik başarı için çok önemlidir (Claessens vd., 2013; Duncan vd., 2007; NAEYC, 2002; NCTM, 2007; Nguyen vd., 2016). Erken çocukluk döneminde matematik becerileri değerlendirildiğinde kavram öğrenimi ile yakından ilişkilidir. Çocuklar yaparak yaşayarak, somut deneyimleri ile öğrenirler ve aynı yolu kullanarak pekiştirmelerle öğrenilen bilgilerin kalıcı olmasını sağlarlar. Erken dönem matematik becerileri karşılaştırma ve eşleme kavramı ile başlayarak, sınıflama, gruplama, sıralama, örüntü, rakam tanıma, ölçme, grafik yapma ve okumaya kadar devam eden bir süreçtir. Bu kavram ve konular temel matematik beceriler olarak kabul edilmektedir. Bu temel becerilerin zamanında ve çok yönlü kazandırılması çocukların özgüven kazanmalarından akademik becerilere kadar geniş bir yelpazede pek çok kazanıma olanak vermektedir (Akman vd., 2000, s. 45). Erken ve orta çocukluk dönemi boyunca, çocuklar aynı tür matematik becerileri geliştirirler ve bu beceriler gelişimin bir parçasıdır. Daha sonra, giderek daha karmaşık matematiksel beceriler için bu temel beceriler gereklidir (Claessens & Engel, 2013).

Matematik becerilerinin erken dönemde kazanılması ve geliştirilmesi pek çok kazanımı da beraberinde getirmektedir. Matematik kavramına olumlu tutum geliştirmenin ve matematik konusunda güçlü olmanın sosyal duygusal alandan akademik performansa kadar pek çok katkısı olduğu yapılan araştırmalarla kanıtlanmıştır (Kroesbergen vd., 2009). Uzun vadede hedeflenen bu kazanımlar için erken çocukluktan itibaren planlanarak verilecek matematik eğitimi önemlidir. Çocuklar öğrenirken somut yaşantılardan, görsel uyarıcılardan, tekrarlama ve pekiştirmelerden öğrenirler. Çocukların bu öğrenme özellikleri matematik becerilerini geliştirmek için de kullanılmalıdır. Çocukların matematik becerilerini desteklemek ve üst seviyeye ulaştırmak için planlı, zenginleştirilmiş, güncel teknolojiler ile harmanlanmış, somut yaşantılarla bütünleştirilmiş, öğrenilenleri kalıcı hale getirmeye yarayan aile katılım uygulamalarını da içeren yöntem, metot ve uygulamalara ihtiyaç vardır (Atlı, 2013; Kaçan & Halmatov, 2017; Starkey vd., 2004; Tezel Şahin & Ünver, 2005). Farklı ülke programlarını, yapılan araştırmaları, matematikte başarı kat etmiş ülkelerin programları incelendiğinde erken çocukluk döneminden itibaren matematik eğitimine verdikleri önem, matematik becerileri destekleyen programlara rastlanmaktadır. Bu konuda pek çok çalışma yapılmakta, erken çocukluk dönemindeki çocukların matematik becerilerini geliştirmeye yönelik yapılan çalışmaların sayısında artışlar görülmektedir. Pek çok ülkede bu bilimsel çalışmaların bulgu ve sonuçları baz alınarak matematik programları, müfredat ve standartları geliştirilmektedir. Uygulanan bu müfredat ve programlara örnek olarak; Big Math for Little Kids (Ginsburg vd., 2003), Number World (Griffin, 2004), GEMS (GEMS California, 1984) ve Building Blocks (Sarama & Clements, 2004) verilebilir.

Çocukların akademik başarıları sadece okulda aldıkları eğitimden değil, aynı zamanda evde ebeveynleriyle geçirdikleri zaman ve yaşantılarından da etkilenmektedir. Bu durum özellikle erken çocukluk döneminden itibaren belirgin hale gelmektedir. Aile içi etkileşim çocukların bilişsel ilk deneyimlerinin temelini oluşturur ve bilişsel gelişimlerini şekillendirir. Aile içindeki bu etkileşim çocukların yaşam hakkında bilgi edinmelerini ve farklı beceriler elde etmelerini sağlayarak zihinsel olarak desteklenmelerine olanak tanır (Yazıcı, 2002, s. 155). Çocuklar okul öncesi eğitime başladıkları zaman çeşitli matematik becerileri ile donanmış bir şekilde okula gelirler. Ailelerin çocuklara matematik becerileri kazandırmada önemli rolleri mevcuttur. Erken dönem matematik becerilerindeki değişkenlik, evde deneyimlenen matematik öğrenme fırsatlarındaki farklılıklardan kaynaklanabilir. Evde matematikle ilgili etkinliklerle meşgul olma veya ebeveyn-çocuk konuşmaları sırasında matematiksel ifadelerden yararlanma ve matematiksel ifadelerle maruz kalma yoluyla evde matematik öğrenmenin artığına dair çalışmalar mevcuttur (Galindo vd., 2019; Lombardi & Dearing, 2020; Thippana vd., 2020). Bunlardan bir tanesi Thippana vd. (2020)'nin yaptığı çalışmadır. Bu çalışmada laboratuvar içi ve ev içi oyun oturumları sırasında 97 ebeveyn-çocuk ilişkisi ölçülmüştür. Sonuçlar, matematik becerileri ile ailenin ev etkinlikleri arasında bağlantı olduğunu göstermektedir. Araştırmada yapılan gözlemler sırasında matematik kavramları ile yapılan ev içi etkinliklere ayrılan zamanın doğru orantılı olduğu, evde matematik için ayrılan zaman arttıkça matematik becerilerde artış olduğu görülmüştür. Çalışmadan elde edilen sonuçlara göre matematikle ilgili olmayan

etkinlikler sırasında, daha yüksek eğitim düzeyine sahip ebeveynlerin ve babaların, daha düşük eğitim seviyesine sahip ebeveynlere ve annelere göre daha fazla sayı konuşması kullandıkları görülmüştür. Ancak matematikle ilgili etkinlikler sırasında, sayı kavramı ile ilgili konuşmalarda böyle bir eğitimsel veya cinsiyet farkı görülmemiştir. Bu sonuçlar, özellikle ailelerin evlerinde matematik öğrenimini artırmak için müdahaleler tasarlarlarken, çocukların matematik öğrenme fırsatlarını etkileyen bağlamsal etkileri ve kısıtlamaları dikkate alınmanın önemini vurgulamaktadır. Ayrıca okul öncesi dönemde çocuklar öğrenmeyi duyuları aracılığı ile yapmaktadır, öğrendiklerini ise oyun yolu ile pekiştirerek, evde aile ortamında tekrarlayarak kalıcı hale getirirler. Çocuklara kazandırılmak istenen, matematik kavram eğitimi dâhil tüm kavram ve hedeflerin bu özellik unutulmadan yapılması önemlidir. Erken çocukluk döneminin özelliklerini, gelişimin ilklerini gözeterek seçilecek yöntemler ve eğitimde aile desteğini alarak planlanan eğitim metotları başarıya ulaştığı görülmektedir (Cohen & Anders, 2020; Erdem & Kaya, 2020; Gross vd., 2020; MacDonald & Murphy, 2021; Thippa vd., 2020). Nitelikli bir ev ve okul ortamında büyüyen çocuklar, daha fazla destek, kaynak ve öğrenme fırsatlarına sahip olabilirler. Bu durum da matematikte başarılı olmak için yaşitlarına göre daha avantajlı hale gelmelerine sebep olabilir (Starkey vd., 2004). Bu anlamda çocuklara eşit eğitim fırsatları sağlamak adına içinde buldukları matematik öğrenme ortamlarının zenginleştirilmesi gerekmektedir (Gürgah Oğul & Aktaş Arnas, 2020).

Erken çocukluk döneminde çocukların matematik eğitimiyle meşgul olmalarına ilişkin artan uluslararası araştırma kanıtları vardır. Ancak, bu kanıtların çoğu dört yaş ve üzeri çocuklardan alınmıştır. Makalelerin çoğu ya eğitimcilerin bilgisi, tutumları ve stratejileri ya da çocukların matematiksel yeterlilikleri üzerine odaklanmıştır. Alan yazın, çocukların matematik eğitimine dört yaşından önce başladıklarına ve pek çok matematiksel yetkinliğe sahip olduklarına dair ikna edici kanıtlar sunmaktadır. Bulgular, eğitimcilerin etkili eğitim metot ve yöntemlerini kullanarak çocukların matematik becerilerini şekillendirdiği, ailelerin ise çocukların matematiksel meraklarını teşvik ederek, okulda öğrenilenleri evde pekiştirerek ve öğrenme deneyimlerine katkı sağlayarak çocukların matematiksel gelişim serüvenini şekillendirdiklerini göstermektedir. Bu iş birliği çocukların matematiğe olumlu tutum geliştirmeleri, akademik başarıları, matematik becerileri için gerekli olduğu görülmektedir (MacDonald & Murphy, 2019; Thippa vd., 2020; Yüzbaşıoğlu & Tepeli, 2022). Bu bulgular ışığında bu çalışmada hem ailelerin katılımı ile pekiştirilen hem de okulda sunulan sistematik ve planlı matematik eğitim programının, okul aile iş birliğinin çocukların matematik becerilerine etkisi incelenmiştir. Çalışmada aynı çocuklar birinci sınıfta da izlenerek matematik becerilerinin kalıcılığı ve birinci sınıftaki matematik becerilerine etkisi incelenmiş ve aşağıda sıralanan sorulara yanıt aranmıştır.

- Deney ve kontrol grubunun program öncesi erken matematik beceri açısından değerlendirildiğinde anlamlı bir farklılık var mıdır?
- Aile Katılımlı Matematik Eğitimi Programı'nın okul öncesine devam eden çocukların erken matematik becerilerine katkısı var mıdır?
- Aile Katılımlı Matematik Eğitimi Programı'na dâhil olan çocukların birinci sınıftaki matematik becerilerine katkısı var mıdır?

2. Yöntem

2.1. Araştırmanın Modeli

Bu araştırma, deney ve kontrol gruplarına uygulama öncesi ve sonrası testlerin yapıldığı ön test son test kontrol gruplu deneysel model kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Araştırmaya ait bağımlı değişken okul öncesi dönem çocukların erken matematik becerileridir. Araştırmaya ait bağımsız değişken ise, okulda ve evde gerçekleştirilen Aile Katılımlı Matematik Eğitimi Programı'dır. Uygulamanın yapılacağı deney grubu ve sadece testlerin yapılacağı kontrol grubunun belirlendiği yöntem, ön test son test kontrol gruplu yarı deneysel model olarak adlandırılmaktadır. Amaçlı çalışma grubu yöntemi ile çalışma grubunun belirlenmesinden kaynaklı yöntem yarı deneysel olarak adlandırılmaktadır (Karasar, 1986).

2.2. Çalışma Grubu

Bu araştırmanın çalışma grubu, Konya ilinin Meram ilçesindeki Milli Eğitim Bakanlığına bağlı anasınıflarına giden çocuklardan oluşmaktadır. 2022-2023 eğitim-öğretim yılında ilçe merkezindeki iki

anasınıflı amaçlı örnekleme yöntemiyle seçilmiştir. Bu anasınıflarından birindeki 18 çocuk deney grubunu, diğerindeki 19 çocuk ise kontrol grubunu oluşturmuştur. Deney grubundaki çocukların anneleriyle (18 anne) aile destekli eğitim çalışmaları yapılmıştır. Araştırmaya katılan çocukların ve ebeveynlerinin demografik bilgileri Tablo 1’de verilmiştir. Deney ve kontrol grupları arasında gerek yaş gerekse sosyo-ekonomik durum gibi açılardan farklılık bulunmamaktadır. Araştırmada gönüllülük ilkesi gözetilmiştir. Çalışma başlamadan önce ailelerle bir toplantı düzenlenmiş, çalışmanın amacı, konusu ve içeriği anlatılmış ve evde nasıl destekleneceği konusunda bilgilendirme yapılmıştır. Çalışma grubunu oluşturan çocukların araştırmaya katılması için ailelerinden izin istenmiş ve katılmayı kabul eden ebeveynler "Araştırmaya Katılım İzin Formunu" imzalamışlardır.

Çalışmada yer alan çocukların cinsiyetlere göre dağılımı Tablo 1’de yer verilmiştir.

Tablo 1. Çalışmada Yer Alan Çocukların Cinsiyetlerine Göre Dağılımı

Grup	Cinsiyet	f	%
Deney	Kız	10	55.6
	Erkek	8	44.4
Kontrol	Kız	9	47.4
	Erkek	10	52.6

2.3. Veri Toplama Araçları

Araştırma kapsamında çalışma grubunun matematik becerilerini değerlendirmek amacıyla TEMA 3 Matematik Yetenek Testi (TEMA 3 Math Ability Test) ve demografik bilgileri için ise Genel Bilgi Formu kullanılmıştır.

Genel bilgi formu: Genel Bilgi Formunda çocuğa ve aileye ait bilgileri elde edebilmek için doğum tarihi, cinsiyeti, kardeş sayısı, anne babanın öğrenim durumu, gelir düzeyi bilgisinin yer aldığı bir form oluşturulmuştur. Bu form çocukların ebeveynleri tarafından doldurularak araştırmacıya teslim edilmiştir.

Erken Matematik Yeteneği Testi (Test of Early Mathematics Ability, TEMA-3): Ginsburg ve Baroody tarafından 1983 yılında geliştirilen Erken Matematik Yeteneği Testi (Test of Early Mathematics Ability, TEMA) üç yaş ile sekiz yaş on bir ay arasındaki çocukların matematik yeteneklerini değerlendirmektedir. Aynı test 1990 yılında revize edilerek TEMA-2 adıyla güncellenmiştir. 3 yıl sonra tekrar gözden geçirilen TEMA-2 testi geliştirilerek, güncellenerek TEMA-3 olarak son halini almıştır. TEMA-3’ün A ve B formu olan bu testte çeşitli materyaller, resimler, matematiksel semboller, sayılabilir küçük nesnelere kullanılarak çocukların matematik becerileri uygulamalarla değerlendirilmektedir. Sorulara başlamadan önce uygulama yapılacak çocuğun kronolojik yaşı hesaplanır. Kronolojik yaşa paralel gelen test sorusu çocuğa sorulur. Her madde 0 veya 1 puan olarak değerlendirilir. Testin sonlandırılması için çocuğun ardı ardına 5 sorudan 0 alması gerekmektedir. Çocukların doğru cevapları toplanarak ham puan elde edilir (Ginsburg & Baroody, 2003, s. 12). Test-tekrar test güvenilirliği çalışması kapsamında TEMA-3 Form A yüz çocuğa, Form B yüz çocuğa olmak üzere toplam iki yüz çocuğa uygulanmıştır. Testin birinci ve ikinci uygulamalarından elde edilen puanlar arasındaki korelasyon sonuçları (güvenirlilik katsayıları); Form A’dan Form A’ya .90, Form A’dan Form B’ye .88, Form B’den Form B’ye .90, Form B’den Form A’ya .90 olarak bulunmuştur. Testin güvenilirliğini test etmek amacıyla iç tutarlık katsayısı hesaplanmış ve iç tutarlılığa ilişkin KR-20 değeri Form A için .92, Form B için .93 olarak bulunmuştur. TEMA-3’ün ölçüt geçerliğini incelemek amacıyla, dış ölçüt olarak altı yaş grubundaki çocukların matematik yetenek düzeyleri alınmıştır. Öğretmen görüşlerine göre matematik yeteneği en iyi ve en zayıf olan otuzar çocuğa Form A ve Form B uygulanmıştır. Yapılan Mann Whitney U-Testi sonuçları öğretmen değerlendirmelerine göre matematik yeteneği en iyi düzeyde olan otuz çocuğun Form A ve Form B puanlarının, en zayıf düzeyde olan otuz çocuğun Form A ve Form B puanlarından anlamlı düzeyde yüksek olduğunu göstermiştir. Bu sonuç TEMA-3’ün matematik yeteneği iyi ve zayıf çocukları ayırt edebileceğini ortaya koymuştur. TEMA-3’ün standardizasyon, uyarılma, geçerlik ve güvenilirlik çalışmaları yapılan ölçeğin Türk çocukların matematik becerilerini ölçmek için uygun bir ölçek olduğu belirlenmiştir (Erdoğan, 2006; Şeker & Ali Sinanoğlu, 2017; Yüzbaşıoğlu, 2019). Ölçeğin kullanımı için gerekli eğitimler, sertifika ve kullanım izni alınmıştır.

2.4. Verilerin Toplanması ve Analizi

Bu çalışmada Aile Katılımlı Matematik Programının okul öncesi dönem çocukların matematik becerilerine etkisinin değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Program hazırlanırken alan yazın taranarak taslağı araştırmacılar tarafından hazırlanmış ve çocuk gelişiminde 5 uzmanın görüşü ve 5 okul öncesi öğretmenin görüşüne başvurulmuş, onların önerileri doğrultusunda son haline getirilmiştir. Programın uygulanması için gerekli tüm izinler (ölçek kullanım izni, veli izinleri gibi) ve etik onayı alınmıştır. Çalışma Selçuk Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Etik Kurulu tarafından bilimsel araştırma etiği açısından değerlendirilmiş olup 27.09.2023 tarihinde 2023/7 sayı numarası ile uygun” bulunmuştur. Ön test olarak Tema 3 testinin A formu hem deney hem de kontrol grubuna mart ayında uygulanmıştır. Nisan ve mayıs aylarında (8 hafta) ise deney grubuna Aile Katılımlı Matematik Programı uygulanmıştır. Program matematiğin temel konularından olan geometrik şekiller, sıralama, gruplama, örüntü, grafik oluşturma ve okuma, sayılar, basit işlemleri (toplama ve çıkarma işlemleri) içermektedir. Bu konular çocuklara oyun yoluyla ve diğer okul öncesi etkinlikleri ile bütünleştirilerek planlı ve sistematik olarak verilmektedir. Okulda öğrenilen matematik kavram ve becerilerin pekiştirilmesi için ailelerin desteği önemlidir. Bu program eğitime ailelerinde dâhil olmasını sağlayarak öğrenilen kavramların evde tekrarına, pekiştirilmesine, çocukların aileleri ile nitelikli vakit geçirmesine ve öğretmen ebeveyn iş birliğine dayanması güçlü olduğu bir yönüdür. Programda konuların ve kavramların işleyişi basitten zora ve çocukların bildikleri kavramlardan, günlük hayatta karşılaşacakları konulardan oluşmuştur ve gelişim ilkelerine dayanmaktadır. 8 haftadan oluşan eğitim programı her güne bir konunun bir etkinlikle çocuklarla gerçekleştirilmiştir. Program deney grubuna okul öncesi eğitime ek olarak uygulanmıştır. Program uygulama öncesinde ve uygulama süreci devam ederken velilere bilgilendirme yazıları ile velilere bilgilendirilmiştir. Evde yapılacak etkinlikler ebeveynlere anlatılmış ve velilerin yapılan etkinlikleri fotoğraflayarak araştırmacı ile paylaşılması istenmiştir. Aile Katılımlı Matematik Eğitim Programı okulda uygulanan 40 etkinlik ve hafta sonu velilere gönderilen pekiştirme etkinlikleri olan 16 etkinlik ile toplam 56 etkinlikten oluşmaktadır. Etkinlikler planlandıktan sonra 5 okul öncesi öğretmeni ve 5 çocuk gelişimi uzmanına sunulmuş, onların görüşleri alınarak program revize edilmiştir. 8 hafta süren eğitimde 8 konu kullanılmıştır. Bu konular sırasıyla geometrik şekiller, sıralama, gruplama, örüntü, grafik oluşturma ve okuma, sayılar, basit işlemleri (toplama ve çıkarma işlemleri)’dir. Örneğin ilk haftanın konusu olan geometrik şekiller ikinci haftanın konusu olan sıralama konularında yer verilerek ilk haftanın pekiştirmesi de yapılması amaçlanmaktadır. Konular birbirinin içinde yer alması ile çocukların kalıcı öğrenmelerine destek olunmuş, pekiştirmeleri sağlanmıştır. Haftanın konusu ile ilintili ev çalışmaları ile okulda öğrenilen bilgilerin evde tekrar edilmesi, eğitimin evde kesintiye uğramaması ve ebeveynlerin okul ile işbirliği içerisinde olması planlanmıştır. Örneğin örüntü konusunda iki öğeden oluşan örüntüdeki kuralı devam ettirebilme, iki öğeden oluşan bir örüntüde eksik bırakılan öğeyi tamamlayabilme, üç öğeden oluşan örüntüdeki kuralı devam ettirebilme, üç öğeden oluşan bir örüntüde eksik bırakılan öğeyi tamamlayabilme çalışmalarına yer verilmiştir.

Program uygulama süreci sona erince çalışma grubuna, deney ve kontrol grubuna Tema 3 Matematik Yetenek Testinin B formu uygulanmıştır. Çocuklar 1. Sınıfa başlayınca hem deney grubuna hem de kontrol grubuna Ekim ayında izleme testi olarak Tema 3 Ölçeğinin B formu uygulanmıştır. Toplanan tüm veriler SPSS programı ile analiz edilmiştir.

2.5. Etik Onayı

Çalışma Selçuk Üniversitesi Sağlık Bilimleri Etik Kurulu Komitesi tarafından bilimsel araştırma etiği açısından değerlendirilmiş olup 27.09.2023 tarih ve 2023/1030 karar numarası ile “uygun” bulunmuştur.

3. Bulgular

Bu bölümde araştırma boyunca elde edilen verilerin analizler sonucu ortaya çıkan bulgular sunulmuştur. Deney ve kontrol grubundaki çocukların TEMA 3 matematik testinden elde edilen ön test puan ortalamalarına ilişkin bağımsız örneklem t testi Tablo 2’de sunulmuştur.

Tablo 2. Erken Matematik Yeteneği Testi (TEMA-3) Ön-Test Puanları t-Testi Sonuçları

Gruplar	N	\bar{X}	SS	t	p
Deney	18	18.11	1.32	-.286	.777
Kontrol	19	18.26	1.85		

Tablo 2.'ye göre kontrol grubunun TEMA 3 testinden elde edilen ön test puan ortalaması 18.26, deney grubunun puan ortalaması ise 18.11 olarak hesaplanmıştır. Yapılan bağımsız örneklem t-testi sonucuna göre ($t=-.286$; $p>.05$) grupların TEMA 3 test puanları arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Dolayısıyla gruplar uygulama öncesinde TEMA 3 testinden elde edilen ön test puanları değerlendirildiğinde anlamlı bir fark olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Deney ve kontrol gruplarındaki çocukların TEMA 3 son test puanlarını karşılaştırmak için uygulanan bağımsız örneklem t-testi sonuçları tablo-3'te yer almaktadır.

Tablo 3. Deney ve Kontrol Grupları TEMA 3 Son Test Puanları t-Testi Sonuçları

Grup	N	\bar{X}	SS	t	p
Deney	18	20.78	1.59	4.053	<.001
Kontrol	19	18.53	1.78		

Tablo 3.'e göre kontrol grubunun TEMA 3 son test puan ortalaması 18.53, deney grubunun puan ortalaması ise 20.78 olarak hesaplanmıştır. Yapılan bağımsız örneklem t-testine göre deney grubu TEMA 3 son test puan ortalamasının kontrol grubuna göre 2.25 puan yüksek olduğu ve bu farkın istatistiksel olarak anlamlı olduğu ($t=4.053$; $p<.001$) sonucuna ulaşılmıştır.

Deney ve kontrol gruplarındaki çocukların TEMA 3'ü izleme testi puanlarını karşılaştırmak için uygulanan bağımsız örneklem t-testi sonuçları tablo-4'de yer almaktadır.

Tablo 4. Deney ve Kontrol Grupları TEMA 3 İzleme Testi Puanları t-Testi Sonuçları

Grup	N	\bar{X}	SS	t	p
Deney	18	25.78	1.63	5.235	<.001
Kontrol	19	23.53	.90		

Tablo 4.'e göre kontrol grubunun TEMA 3 izleme testi puan ortalaması 23.53, deney grubunun puan ortalaması ise 25.78 olarak hesaplanmıştır. Yapılan bağımsız örneklem t-testine göre deney grubu TEMA 3 izleme testi puan ortalamasının kontrol grubuna göre 2.25 puan yüksek olduğu ve bu farkın istatistiksel olarak anlamlı olduğu ($t=5.235$; $p<.001$) sonucuna ulaşılmıştır.

Deney grubunun TEMA 3 ön-test, son-test ve izleme testleri ortalamalarının değerlendirilmesi Tablo 5'te yer verilmiştir.

Tablo 5. Deney Grubu TEMA 3 Ön-Test, Son-Test ve İzleme Testleri Puanlarına İlişkin Tekrarlı Ölçümlerde ANOVA Sonuçları

	n	Ortalama	Standart Sapma	F	p	Fark*	η^2
Ön test	18	18.1111	1.32349	257.519	<.001	1-2	.938
Son test	18	20.7778	1.59247			1-3	
İzleme testi	18	25.7778	1.62899			2-3	

*Bonferroni testi yapılmıştır.

Deney grubuna dâhil olan çocukların TEMA 3 testinden elde edilen ön-test puan ortalamaları 18.1111, son-test ortalamaları 20.7778 iken izleme testi puan ortalamaları 25.7778'dir. Deney grubunda çocukların tekrarlayan TEMA 3 puan ortalamaları arasındaki farkın istatistiksel olarak anlamlı olduğu tespit edilmiştir ($F=257.519$; $p>.001$). Tespit edilen anlamlı farkın etki büyüklüğü Eta kare_{kısmi}($\eta_{kısmi}^2$)=.938 olduğu, farkın büyük bir etkiye sahip olduğu ve toplam varyansın %94 ünün faktör(uygulanan matematik programı) tarafından açıklandığını göstermektedir. Yapılan Bonferroni testi sonuçlarına göre ise tekrarlayan ölçüm düzeyleri puan ortalamalarının hepsinin birbirinden istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde farklılaştığı tespit edilmiştir.

Kontrol grubunun TEMA 3 ön-test, son-test ve izleme testleri ortalamalarının değerlendirilmesi Tablo 6’te yer verilmiştir.

Tablo 6. Kontrol Grubu TEMA 3 Ön-Test, Son-Test ve İzleme Testleri Puanlarına İlişkin Tekrarlı Ölçümlerde ANOVA Sonuçları

	n	Ortalama	Standart Sapma	F	p	Fark*	η^2
Ön test	19	18.2632	1.85119	276.087	<.001	1-3	.939
Son test	19	18.5263	1.77540			2-3	
İzleme testi	19	23.5263	.90483				

*Bonferroni testi yapılmıştır.

Kontrol grubundaki çocukların TEMA 3 testi ön-test puan ortalamaları 18.2632, son-test ortalamaları 18.5263 iken izleme testi puan ortalamaları 23.5263’tür. Kontrol grubunda çocukların tekrarlayan TEMA 3 testi puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($F=276.087$; $p>.001$). Belirlenen bu farkın etki büyüklüğü Eta kare_{kısmi}($\eta^2_{kısmi}$)=.939 olduğu, farkın büyük bir etkiye sahip olduğu ve toplam varyansın %94 ünün faktör tarafından açıklandığını göstermektedir. Yapılan Bonferroni testi sonuçlarına göre ise ön-test ile izleme testi ve son-test ile izleme testi puan ortalamalarının istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde farklılaştığı tespit edilmiştir. Kontrol grubunda TEMA 3 ön-test ile son-test puan ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır.

4. Sonuç, Tartışma ve Öneriler

Bu çalışmada Aile Katılımlı Matematik Programına dâhil olan okul öncesi eğitime devam eden çocukların matematik becerilerine etkisi ve programın 1. sınıf matematik becerilerine etkisinin devam edip etmediği incelenmiştir.

Araştırmada çalışma grubundan elde edilen ön-test puanlarına göre deney ve kontrol grubu çocukların puanlarının birbirine denk olduğu belirlenmiştir. Bu sonuca göre çocukların matematik becerilerinin birbirlerine yakın olduğu, benzer matematik becerilere sahip olduğu söylenebilir. Deney ve kontrol grubunun son test puanları karşılaştırıldığında, deney grubu çocukların TEMA 3 testi puan ortalamalarının kontrol grubu çocukların puan ortalamalarına göre daha yüksek olduğu görülmüştür. Bu sonuç “Aile Katılımlı Matematik Programının” okul öncesi dönem çocuklarının matematik becerilerine katkı sağladığını göstermektedir. Bu sonuç erken çocukluk dönem matematik becerileri geliştirmek için yapılmış çalışmalar ile benzerlik göstermektedir (Guha, 2002; Clements & Sarama, 2008; Çavdarıcı & Ünal, 2021; Çelik & Kandır, 2013; Karakuş, 2020; Yüzbaşıoğlu & Tepeli, 2022). Çocuklara çocukların yaş ve ilgilerine uygun olarak, oyun merkezli olarak hazırlanmış ve planlı ve sistematik olarak sunulmuş matematik programlarının çocuklarının matematik becerilerini geliştirdiği ve matematik puanlarında artış oluşmasına katkı sağladığı görülmektedir. Aile Katılımlı Matematik Programında hazırlanan etkinliklerin okul öncesi programında yer alan etkinliklere paralel olarak, somut deneyimlere sahip olmalarına fırsat vererek hazırlanmış olup, yaparak yaşayarak ve somutlaştırarak, oyun yolu ile matematik becerileri geliştirilmesi ve pekiştirmeleri sağlanmıştır. Çocuklar doğdukları andan itibaren matematik ve matematiğe ait kavramlarla karşılaştıkları, matematiği günlük hayatlarında kullandıkları, matematiğin günlük hayatın ayrılmaz bir parçası olduğu bir gerçektir. Yapararak, yaşayarak, oyunlaştırarak matematiğin öğretilmesinin yetişkinlere ve eğitimcilerle düşen bir görevdir. Çocukların matematiğe karşı olumlu bir turum geliştirmesi ancak bu yolla mümkündür (Dinçer & Ulutaş 1999; Wortham, 2006). Aile Katılımlı Matematik Programının başarısının diğer bir sebebi de aile katılımını sağlaması ve ailelerin evde çocukları ile kolaylıkla uygulayabileceği, okulda öğrenilen konu ve kavramların pekiştirilmesini sağlayacak etkinliklere yer verilmiş olmasıdır. Aile Katılımlı Matematik Programının çocukların matematik becerilerini desteklemekte ayırıcı rolünün aile ile iş birliği içinde olmaktan kaynaklandığı düşünülmektedir. Alan yazında bunu destekleyen pek çok çalışmaya rastlanmıştır (Cohen & Anders, 2020; Kaya, 2002; Savacool, 2011; Uzun, 2013; Hendershot, 2012; İrkörücü, 2006; Uzun, 2013; Yaşar Ekici, 2013). Kaya (2002) ailelerin eğitime katılım durumlarının etkisini incelediği araştırmada, ebeveynlerin okul öncesi eğitim kurumlarında uygulanan programlar ve etkinliklere katılımlarının pek çok açıdan (aile, çocuk ve öğretmen) faydalı olduğu sonucuna ulaşmıştır. Çavdarıcı & Ünal (2021) yılında yaptığı çalışmada ailelerin eğitime dâhil olmasının çocukların matematik becerilerini

olumlu katkı sağladığı belirlenmiştir. Susperreguy vd. (2022)'nin yaptığı çalışmada okul öncesine devam eden ve ilkökul 1.,2., ve 3. Sınıf öğrencilerin matematik performansları ile evde aileleri ile yaptıkları matematik aktivitelerinin bağlantıları incelenmiştir. Evde yapılan matematik etkinliklerin sıklığı ile çocukların matematik performansları arasında pozitif bir ilişkinin olduğu belirlenmiştir. Akıncı-Çoşgun & Tezel-Şahin (2022) 21 çocuk ve 21 annenin katıldığı çalışmada “Home-Based Number and Operation Training Program” Ev Temelli Sayı ve İşlem programı uygulamışlardır. 13 hafta süren eğitimden sonra alınan ölçümlerle programın çocukların matematik becerilerine katkı sağladığı belirlenmiştir. Çocukların anneleri ile ilişkilerinin pozitif yönde değişim gösterdiği programın sonuçları arındadır. Program sonrasında anne görüşleri alınmıştır. Anneler, eğitim programının çocuklarına en önemli katkılarının “sayıları tanımak, sayı öğrenmek, geometrik şekilleri öğrenmek, grupta gösterilen nesne sayısını bilmek, yeni oyunlar öğrenmek ve aile üyeleriyle oyun oynamak” olduğunu belirtti. Ayrıca, onlar için en önemli kazanımların “çocuklarıyla daha iyi ilişki ve kaliteli zaman ve günlük yaşamda matematik kullanımı” olduğunu belirtmişlerdir.

Hem deney grubu çocukları hem de kontrol grubu çocukları boylamsal olarak izlenmiş, 1.sınıfta da çocuklar matematik becerileri yönüyle değerlendirilmişlerdir. Bulgular değerlendirildiğinde deney grubu çocukların 1.sınıfta matematik becerilerinin kontrol grubu çocuklardan yüksek olduğu belirlenmiştir. Kontrol grubu çocuklarında da belli bir artış olmuştur, gelişimsel olarak büyümeleri ve olgunlaşmaları, matematik becerilerinin de artış olmasını sağlamıştır. Aile Katılımlı Matematik Programına dâhil olan deney grubu çocuklarında bu artışın daha fazla olması programın etkililiğini, programa dahil olan annelerin matematik konusunda ilgisinin artması ve evde nasıl etkinlikler yapacakları konusunda farkındalıklarının artmış olması deney grubu çocukların matematik puanlarındaki artışa sebep olduğu düşünülmektedir. Bu bulgular okul öncesi dönemde verilen eğitimlerin ilkökul döneminde, akademik becerileri kazanma konusunda önemli olduğunu göstermektedir. Passolunghi ve Lanfranchi (2011), yılında yaptıkları çalışmada 70 çocukla çalışmışlardır. Okul öncesi dönemde çocukların matematik ve bilişsel yeterlilikleri ölçülmüş ve aynı çocuklar ilkökul yıllarında da aynı becerileri ölçülmüştür. Okul öncesi dönemde matematik becerileri konusunda daha başarılı çocukların ilkökul döneminde aynı başarılarını artırarak devam ettirdikleri belirlenmiştir. Bu sonuç okul öncesi dönemde verilecek tüm eğitimlerin onların uzun dönem akademik başarılarına etki ettiğini göstermektedir. Çalışmamız da verilen matematik eğitiminin çocukların sadece okul öncesi dönem matematik başarılarını artırmamış aynı zamanda ilkökul birinci sınıf matematik başarısına da katkı sağlamıştır. Unutkan (2007), çocuklar okulöncesi dönemdeki matematik, sayısal ve bilişsel yeterliliklerinin birinci sınıftaki matematik, bilişsel yeterliliklerine etkisi incelenmiştir. Okul öncesi dönemde bu konularda daha iyi gelişim gösteren çocukların ilkökul yıllarında daha başarılı oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Okul öncesi eğitime dâhil olma ile matematik becerileri arasında okul öncesi eğitime dahil olma değişkeni lehine anlamlı bir ilişki olduğu sonucu elde edilmektedir. Okul öncesi eğitime dâhil olan çocukların matematik becerilerinin anlamlı oranda yüksek olduğu görülmektedir (Unutkan, 2007).

Bu çalışmada uygulanan Aile Katılımlı Matematik Eğitimi Programı'nın çocukların erken matematik beceri gelişimini desteklediği, olumlu katkılar sunduğu, matematik puanlarının arttırdığı görülmüştür. Çalışmanın bulguları ve elde edilen sonuçlar ışığında eğitimcilere, araştırmacılara ve ebeveynlere aşağıdaki öneriler sunulmaktadır.

Aile Katılımlı Matematik Programının farklı sosyo-ekonomik ve kültürel gruplardaki çocuklar üzerindeki etkisi incelenebilir.

Aile Katılımlı Matematik Programının çocukların matematik becerilerinin yanı sıra, matematik tutumları, öz yeterlikleri, problem çözme becerileri gibi diğer değişkenler üzerindeki etkisi de araştırılabilir.

Aile Katılımlı Matematik Programının ailelerin matematik becerileri, tutumları, öz yeterlikleri, problem çözme becerileri ve çocuklarıyla matematik etkinlikleri yapma sıklığı gibi değişkenler üzerindeki etkisi de değerlendirilebilir.

Aile katılımı, ailelerin eğitimini ve ev ortamını zenginleştirilmesini merkeze alan farklı konularda programların geliştirilip farklı alanlardaki etkililiği de sınırlanabilir. Aile katılımı matematik programlarının sürekli ve düzenli bir şekilde yürütülmesi sağlanmalıdır. Programın devamlılığı için ailelerin motive edilmesi, katılımının teşvik edilmesi ve gerektiğinde destek alabilecekleri bir iletişim kanalının oluşturulması önemlidir. Ailelere programın içeriğine ve uygulama sürecine katkı sağlama fırsatı

verilmelidir. Ailelerin çocuklarıyla birlikte matematik etkinlikleri yapmaları, onları desteklemeleri ve ödevlerine yardımcı olmaları teşvik edilmelidir. Ayrıca, ailelerin programın değerlendirilmesine ve geliştirilmesine katkıda bulunmaları için düzenli geri bildirim toplantıları düzenlenebilir.

5. Extended Abstract

Developing and acquiring mathematical skills at an early age brings many benefits. It has been proven by research that developing a positive attitude towards the concept of mathematics and being strong in mathematics contributes many things, from social emotional areas to academic performance. High mathematics performance, which positively affects academic success, is directly related to students finishing school with good grades, higher employment rates and professional success (Kroesbergen et al., 2009). For these long-term targeted gains, mathematics education that should be planned and given from early childhood is important. When children learn, they learn from concrete experiences, visual stimuli, repetition and reinforcement. These learning characteristics of children should also be used to improve their mathematical skills. In order to support children's mathematics skills and bring them to a higher level, there is a need for methods, methods and practices that are planned, enriched, blended with current technologies, integrated with concrete experiences, and including family participation practices that help make what has been learned permanent (Atlı, 2013; Baroody & Wilkins, 1999; Kaçan & Halmatov, 2017; Starkey et al., 2004; Tezel Şahin & Ünver, 2005).

This research was carried out using an experimental model with a pre-test, post-test control group, in which pre- and post-application tests were performed on the experimental and control groups. The dependent variable of the research is the early mathematics skills of preschool children. The independent variable of the research is the Family Participated Mathematics Education Program carried out at school and at home. The method in which the experimental group in which the application will be carried out and the control group in which only the tests will be conducted are determined is called the quasi-experimental model with pre-test post-test control group. The method is called quasi-experimental because the study group is determined by the purposeful sampling method (Karasar, 1986). This study aimed to evaluate the effect of the Family Participated Mathematics Program on the mathematics skills of preschool children. While preparing the program, the literature was reviewed, the draft was prepared by the researchers and it was finalized by taking expert opinions. As a pretest, form A of the TEMA 3 test was applied to both the experimental and control groups in March. In April and May, the Family Participated Mathematics Program was applied to the experimental group. The program includes geometric shapes, sorting, grouping, patterns, creating and reading graphs, numbers, and simple operations (addition and subtraction), which are the basic subjects of mathematics. These subjects are taught to children in a planned and systematic way, through games and by integrating them with other pre-school activities. Support from families is important to reinforce mathematical concepts and skills learned at school. One of the strengths of this program is that it is based on the repetition and reinforcement of the concepts learned at home by ensuring that families are involved in education, children spend quality time with their families, and teacher-parent cooperation.

In this study, the effect of the Mathematics Program with Family Participation on the mathematical skills of children attending pre-school education and whether the program continues to have an effect on 1st grade mathematics skills were examined. According to this result, it can be said that the children's mathematical skills are close to each other and they have similar mathematical skills. When the post-test scores of the experimental and control groups were compared, it was seen that the TEMA 3 test average scores of the experimental group children were higher than the control group children's average scores. This result shows that the program contributes to the mathematics skills of preschool children. This result is similar to studies conducted to develop early childhood mathematics skills. In our study, the mathematics education provided not only increased children's mathematics achievement in the pre-school period, but also contributed to their mathematics success in the first grade of primary school.

It was observed that the Mathematics Program with Family Participation implemented in this study supported children's early mathematics skill development, made positive contributions and increased their

mathematics scores. In light of the findings and results of the study, the following recommendations are offered to educators, researchers and parents. The effect of program on children in different socio-economic and cultural groups can be examined. The effect of the Family Participation Mathematics Program on variables such as families' mathematical skills, attitudes, self-efficacy, problem-solving skills and the frequency of doing mathematical activities with their children can also be evaluated. Programs on different subjects that center on family participation can be developed and their effectiveness in different areas can be tested.

Keywords: Preschool Education, Mathematics Skills, Family Involvement.

Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı / Contribution of Authors

Yazarların çalışmadaki katkı oranları Yasemin YÜZBAŞIOĞLU %45/ Cengiz ÇELİK %45/ Numan SARAÇ %10 şeklindedir.
The authors' contribution rates in the study are Yasemin YÜZBAŞIOĞLU %45/ Cengiz ÇELİK %45/ Numan SARAÇ %10 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.

Kaynakça

- Akman, B., Yükselen, A. İ., & Uyanık, G. (2000). *Okul öncesinde matematik etkinlikleri*. İstanbul: Epsilon Yayınları
- Akıncı-Coşgun, A., & Tezel-Şahin, F. (2022). Examination of home-based number and operation training program on early mathematics ability and mother-child relationship. *International Electronic Journal of Elementary Education*, 14(3), 319-333. (<https://doi.org/10.26822/iejee.2022.247>)
- Atlı, S. (2013). Türkiye’de ve Avrupa birliği ülkelerinde uygulanan okul öncesi eğitim programları. *Eğitimde Politika Analizi*, 2(2), 56-76. (<https://dergipark.org.tr/en/pub/epa/issue/48310/611622>)
- Claessens, A., & Engel, M. (2013). How important is where you start? Early mathematics knowledge and later school success. *Teachers College Record*, 115(6), 1–29. <https://doi.org/10.1177/016146811311500603>
- Clements, D. H., & Sarama, J. (2008). Experimental evaluation of the effects of a research-based preschool mathematics curriculum. *American educational research journal*, 45(2), 443-494. <https://doi.org/10.3102/0002831207312908>
- Cohen, F., & Anders, Y. (2020). Family involvement in early childhood education and care and its effects on the social-emotional and language skills of 3-year-old children. *School Effectiveness and School Improvement*, 31(1), 125-142. <https://doi.org/10.1080/09243453.2019.1646293>
- Çavdarci, T., U, Ünal, F. (2021). The effects of family supported maths education programme’s on the preschool children’s early maths ability//aile destekli matematik eğitimi programının okul öncesi dönem çocuklarının erken matematik becerisine etkisi. *International Journal of Current Approaches in Language, Education and Social Sciences*, 3(2), 244-264. (<https://doi.org/10.35452/caless.2021.13>)
- Çelik, M., & Kandır, A. (2013). 61-72 aylık çocukların matematik gelişimine “Küçük Çocuklar için Büyük Matematik (Big Math for Little Kids)” eğitim programının etkisi. *Kuramsal Eğitimbilim Dergisi*, 6(4). (<https://dx.doi.org/105578/keg.6712>)
- Dinçer, Ç., & Ulutaş, İ. (1999). Okul öncesi eğitimde matematik kavramları ve etkinlikler. *Yaşadıkça Eğitim*, 62(6), 11. (<https://acikerisim.iku.edu.tr/entities/publication/44a29b18-db64-40b0-9764-1765edefcc15>)
- Duncan, G. J., Dowsett, C. J., Claessens, A., Magnuson, K., Huston, A. C., Klebanov, P., & Japel, C. (2007). School readiness and later achievement. *Developmental Psychology*, 43(6), 1428–1446. <https://doi.org/10.1037/0012-1649.43.6.1428>
- Erdem, C., & Kaya, M. (2020). A Meta-Analysis of the Effect of Parental Involvement on Students' Academic Achievement. *Journal of Learning for Development*, 7(3), 367-383. <https://eric.ed.gov/?id=EJ1280652>
- Erdoğan, S. (2006). Altı yaş grubu çocuklarına drama yöntemi ile verilen matematik eğitimin matematik yeteneğine etkisinin incelenmesi (Yüksek lisans tezi). Ankara Üniversitesi, *Fen Bilimleri Enstitüsü*, Ankara. (<https://dspace.ankara.edu.tr/xmlui/>)
- Galindo, C., Sonnenschein, S., Montoya-Avila, A. (2019). Latina mothers’ engagement in children’s math learning in the early school years: Conceptions of math and socialization practices. *Early childhood research quarterly*, 47(2), 271-283 <https://doi.org/10.1016/j.ecresq.2018.11.007>
- GEMS California (1984). <https://lawrencehallofscience.org/past-programs-projects/gems/> adresinden 30.10.2023 tarihinde alınmıştır.
- Ginsburg, P.H. ve Baroody, A.J. (2003). *Test of early mathematics ability examiner’s manual*. Texas: Pro-ed Publised.
- Ginsburg, H. P., Greenes, C., & Balfanz, R. (2003). *Big math for little kids* (program overview). Dale Seymour Publications. New Jersey: Pearson Learning Group.
- Gürgah Oğul, İ., & Aktaş Arnas, Y. (2020). Erken dönemde matematik konuşmaları. *Yaşadıkça Eğitim*, 34(1), 186-199. (<https://doi.org/10.33308/26674874.2020341171>)

Griffin, S. (2004). Building number sense with Number worlds: a mathematics program for young children. *Early Childhood Research Quarterly*, 19(1), 173-180. (<https://doi.org/10.1016/j.ecresq.2004.01.012>)

Gross, D., Bettencourt, A. F., Taylor, K., Francis, L., Bower, K., & Singleton, D. L. (2020). What is parent engagement in early learning? Depends who you ask. *Journal of Child and Family Studies*, 29, 747-760. (<https://doi.org/10.1007/s10826-019-01680-6>)

Guha, S. (2002). Integrating mathematics for young children through play. *Young Children*, 57(3), 90-93. (<https://eric.ed.gov/?id=EJ658023>)

Hendershot, S. M. (2012). Young children's mathematics references during free play in family child care settings (Yüksek lisans tezi). Utah State University, *Utah*.

Huntsinger, C. S., Jose, P. E., & Luo, Z. (2016). Parental facilitation of early mathematics and reading skills and knowledge through encouragement of home-based activities. *Early Childhood Research Quarterly*, 37, 1-15. (<https://doi.org/10.1016/j.ecresq.2016.02.005>)

İrkörücü, S. (2006). Okul öncesi eğitim kurumuna devam eden altı yaşındaki çocuklara uygulanan ev odaklı matematiksel destek programının çocukların matematiksel kavram edinimine etkisinin incelenmesi (Yüksek lisans tezi). Gazi Üniversitesi, *Ankara*.

Kaçan, M. O., & Halmatov, M. (2017). Türkiye'de uygulanan okul öncesi eğitim programında matematik: planlama ve uygulama. *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 42(42), 149-161. (<https://dx.doi.org/10.9779/PUJE844>)

Karakuş, H. (2020). "Okul Öncesi Matematik Programı"nın çocukların matematik becerilerine etkisi (Doktora tezi). Hacettepe Üniversitesi, *Eğitim Bilimleri Enstitüsü*, Ankara.

Kaya, Ö. M. (2015). Okulöncesi eğitim kurumlarında uygulanan programlara ailelerin ilgi ve katılımları ile okulöncesi eğitim kurumlarının aile eğitimine katkısı konusunda anne baba görüşleri (Doktora tezi). Anadolu Üniversitesi, *Türkiye*.

Kroesbergen, E. H., Van Luit, J. E. H., Van Lieshout, E. C. D. M., Van Loosbroek, E., & Van de Rijt, B. A. M. (2009). Individual differences in early numeracy: The role of executive functions and subitizing. *Journal of Psychoeducational Assessment*, 27(3), 226-236. (<https://doi.org/10.1177/0734282908330586>)

Lomabardi, C. M., & Dearing, E. (2020). Maternal Support of Children's Math Learning in Associations Between Family Income and Math School Readiness. *Society for Research in Child Development*, 92(1), 39-55. (<https://doi.org/10.1111/cdev.13436>)

MacDonald, A., & Murphy, S. (2021). Mathematics education for children under four years of age: A systematic review of the literature. *Early Years*, 41(5), 522-539. (<https://doi.org/10.1080/09575146.2019.1624507>)

National Association for the Education of Young Children and National Council of Teachers of Mathematics (NAEYC and NCTM). (2002). Early childhood mathematics: Promoting good beginnings (Position Statement). ([Http://www.naeyc.org/positionstatements/mathematics](http://www.naeyc.org/positionstatements/mathematics))

National Council of Teachers of Mathematics (NCTM). (2007). What is important in early childhood mathematics? (Position Statement). ([Http://www.nctm.org/about/content.aspx?id=12590](http://www.nctm.org/about/content.aspx?id=12590))

Passolunghi, M. C., & Lanfranchi, S. (2012). Domain-specific and domain-general precursors of mathematical achievement: A longitudinal study from kindergarten to first grade. *British Journal of Educational Psychology*, 82(1), 42-63. (<https://doi.org/10.1111/j.2044-8279.2011.02039.x>)

Sarama, J., & Clements, D. H. (2004). Building blocks for early childhood mathematics. *Early Childhood Research Quarterly*, 19(1), 181-189. (<https://doi.org/10.1016/j.ecresq.2004.01.014>)

Savacool, J. L. (2011). Barriers to Parental Involvement in the Pre-Kindergarten Classroom. Online Submission. (<https://eric.ed.gov/?id=ED519173>)

Starkey, P., Klein, A., & Wakeley, A. (2004). Enhancing young children's mathematical knowledge through a pre-kindergarten mathematics intervention. *Early Childhood Research Quarterly*, 19(1), 99-120. (<https://doi.org/10.1016/j.ecresq.2004.01.002>)

Susperreguy, M. I., Burr, S. D. L., Douglas, H., Xu, C., LeFevre, J. A., del Río, M. F., & Salinas, V. (2022). Home mathematics environment and math performance of Chilean students in kindergarten and

Grades 1 to 3. *Early Childhood Research Quarterly*, 59, 84-95. (<https://doi.org/10.1016/j.ecresq.2021.11.0024>)

Şeker, P. T., & Alisınanoğlu, F. (2017). Erken matematik yeteneği testi (tema-3) geçerlik güvenirlik çalışması. *Social Science Studies*, 5(5), 644-654. (<https://dergipark.org.tr/en/pub/researcher/issue/66627/1042492>)

Tezel Şahin, F., & Özyürek, A. (2011). *Anne baba eğitimi ve okul öncesinde aile katılımı*. İstanbul: Morpa.

Thippana, J., Elliott, L., Gehman, S., Libertus, K., & Libertus, M. (2020). Parents' use of number talk with young children: Comparing methods, family factors, activity contexts, and relations to math skills. *Early Childhood Research Quarterly*, 53(4), 249-259. (<https://doi.org/10.1016/j.ecresq.2020.05.002>)

Unutkan, Ö. P. (2007). Okul öncesi dönem çocuklarının matematik becerileri açısından ilköğretime hazır bulunuşluğunun incelenmesi. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 32(32), 243-254. (<https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/87621>)

Uzun, A. (2013). Aile katılımı odaklı matematiksel destek programının okul öncesi eğitim kurumuna devam eden 60-72 aylık çocukların matematiksel kavram edinimine etkisinin incelenmesi (Yüksek lisans tezi). Çanakkale On sekiz Mart Üniversitesi, *Çanakkale*.

Yaşar Ekici, F. (2013). Okul öncesi eğitim kurumlarındaki aile katılım çalışmalarına katılan ve katılmayan ailelerin çocuklarının sosyal beceriler açısından karşılaştırılması. *İZÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 2013/Güz, 2(3), 167-186. (<https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=641135>)

Yüzbaşıoğlu, Y., & Tepeli, K. (2022). Küçük Çocuklar İçin Büyük Matematik (Big Math For Little Kids) Eğitim Programının 36-48 Aylık Çocukların Matematik Becerilerine Etkisinin İncelenmesi. *Kalem Akademi*, 12(1), 171-191. (<https://doi.org/10.23863/kalem.2021.209>)

Zippert, E. L., & Rittle-Johnson, B. (2020). The home math environment: More than numeracy. *Early Childhood Research Quarterly*, 50(3). (<https://doi.org/10.1016/j.ecresq.2018.07.009>)

Wortham, C. S. (2006). *Early childhood curriculum, developmental bases for learning and teaching* (4th ed.). New Jersey: Pearson/ Merrill/Prentice Hall.

Muhasebe Eğitiminde Ters Yüz Edilmiş Sınıf Modeline Yönelik Sağlık Yönetimi Bölümü Öğrencilerinin Tutumlarının İncelenmesi

Emre AKGÜN* 
Seyhan ÇİL KOÇYİĞİT** 

ÖZ

Bu çalışma, meslek hayatlarında muhasebe ile sıkı bir ilişkisi olması beklenen sağlık yönetimi bölümü öğrencilerinin, muhasebe eğitiminde ters yüz edilmiş sınıf modeline yönelik tutumlarını belirlemeyi amaçlamaktadır. Araştırmanın evrenini 2022-2023 eğitim-öğretim yılı bahar döneminde Bayburt Üniversitesi Sağlık Yönetimi Bölümü'nde öğrenim gören 175 öğrenci oluşturmaktadır. Çalışmaya katılmayı kabul eden 161 öğrenci üzerinde çalışma yürütülmüştür. Çalışmada öğrencilerin muhasebe eğitiminde ters yüz edilmiş sınıf modeline yönelik tutumlarının yüksek düzeyde olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca, öğrencilerin tutumlarının öğrenim programları, sınıf düzeyleri ve not ortalamalarına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık gösterdiği tespit edilmiştir ($p<0.05$). İkinci öğretimde okuyan, sınıf düzeyi 4. sınıf olan ve not ortalaması düşük olan öğrencilerin, ters yüz edilmiş muhasebe eğitimine yönelik tutumlarının daha yüksek olduğu bulunmuştur. Sonuç olarak, bu çalışma, muhasebe eğitiminde ters yüz edilmiş sınıf modelinin sağlık yönetimi bölümü öğrencileri üzerinde uygulanabilir olduğunu göstermektedir. Benzer araştırmaların farklı üniversitelerdeki sağlık yönetimi öğrenci grupları üzerinde yapılması ve sonuçların karşılaştırılması önerilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Ters Yüz Edilmiş Sınıf Modeli, Muhasebe Eğitimi, Sağlık Yönetimi.

Examination of the Attitudes of Health Management Department Students Towards the Flipped Classroom Model in Accounting Education

ABSTRACT

This study aims to determine the attitudes of health management department students, who are expected to have a close relationship with accounting in their professional lives, towards the flipped classroom model in accounting education. The universe of the research consists of 175 students studying in the Health Management Department of Bayburt University during the spring semester of the 2022-2023 academic year. The study was conducted on 161 students who agreed to participate. It has been determined that the students' attitudes towards the flipped classroom model in accounting education are high. Additionally, it has been found that there is a statistically significant difference in students' attitudes according to their curriculum programs, class levels, and grade point averages ($p<0.05$). Students who study in the evening education program, are in the 4th class level, and have lower grade point averages, have higher attitudes towards the flipped accounting education. Consequently, this study demonstrates that the flipped classroom model in accounting education is applicable to students in the health management department. Conducting similar research on health management student groups at different universities and comparing the results is recommended.

Keywords: The Flipped Classroom Model, Accounting Education, Health Management.

1. Giriş

Teknolojik ilerlemeler, modern dünyada hemen her sektörü derinden etkileyen bir anahtar faktördür. Bu bağlamda, eğitim sektörünün, çağın gerekliliklerine cevap veren enformasyon teknolojisi çözümlerini

* **Corresponding Author/Sorumlu Yazar,** Arş. Gör./Res. Asist., Bayburt Üniversitesi, Bayburt, Türkiye/ Bayburt University, Bayburt, Türkiye, emre.akgun069@gmail.com

** Prof. Dr., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Ankara, Türkiye/ Ankara Hacı Bayram Veli University, Ankara, Türkiye, seyhan.cil@hbv.edu.tr

Makale Gönderim ve Kabul Tarihleri/Article Submission and Acceptance Dates: 27.12.2023-21.05.2024

Citation/Atıf: Akgün, E., Çil Koçyiğit, S. (2024). Muhasebe eğitiminde ters yüz edilmiş sınıf modeline yönelik sağlık yönetimi bölümü öğrencilerinin tutumlarının incelenmesi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 54, 74-87. <https://doi.org/10.52642/susbed.1410166>

uygulanarak, yenilikçi eğitim modellerine ayak uydurması ve böylece eğitim kalitesini küresel ölçekte kabul gören standartlara çıkarmanın stratejilerini bulması gerekmektedir (Kurniawan & Adiwijaya , 2018).

Öğrenmenin kişiselleştirilmiş bir süreç olarak anlaşılmasına başlaması, sınıfın dışındaki eğitim fırsatlarına ulaşmanın zorunluluğunu ortaya koyduğunda, eğitimde teknoloji kullanımının önemi artmıştır (Kara, 2016). Bu noktada, öğretim programları, öğretim yöntemleri ve teknikleri gibi eğitim süreçlerinin tamamının, çağın taleplerine uygun, 21. yüzyıl yetenekleri ve değerleri ışığında yeniden biçimlendirilmesi gerekmekte olduğu görülmüştür (Gençer, 2015; Turan Z. , 2015). Bu çerçevede, ders dışı öğrenme ve ön hazırlık sürecinin başlatıldığı ve sınıf içindeki daha karmaşık bilişsel aktivitelere daha fazla zaman ayrılmasına olanak sağlayan ters yüz edilmiş sınıf modeli (TYSM), yeni bir öğrenme yaklaşımı olarak öne çıkmaktadır (Akbulut, 2019).

Etkili bir muhasebe eğitimi için sadece teorik bilgilerin öğrencilere sunulması yeterli olmamaktadır. Öğrencilerin bu bilgileri kullanabilme becerilerinin geliştirilmesi, muhasebe alanındaki yeniliklerin izlenmesi ve bunların uygulamalar aracılığıyla aktarılması da gereklidir (Erol & Erkan, 2008). Ayrıca, kapsamlı bir muhasebe eğitimi, teorik bilgilerle birlikte öğrencilere zaman yönetimi, problem çözme, iletişim ve takım çalışması gibi yeteneklerin kazandırılmasını da gerektirir (Kutlu, 2010). Bunun yanı sıra, muhasebe eğitiminde kalitenin ve niteliğin artırılması, eğitimin içeriğinin genişliği ve yeterliliği, eğitimcinin bilgi düzeyi, anlatım tekniği, ders materyalleri ve donanımları ve teknolojik altyapı gibi bir dizi faktöre bağlıdır (Köse & Acar, 2017).

Muhasebe, teorik ve pratik olmak üzere iki temel bileşenden oluşur ve bu nedenle sınıf içerisinde geniş çeşitlilikte örnekler ve uygulamalar yapılması önerilir. Ancak, haftalık ders saatleri genellikle bu tür çok sayıda örnek ve uygulamanın yapılması için yetersiz kalır ve bu durum genellikle ödevlerle telafi edilmeye çalışılır. Ancak, TYSM muhasebe eğitimine uygulandığında, dersin teorik bölümünün sınıf dışında öğrenilmesi ve sınıf içinde daha fazla ve çeşitli örnek vakalar üzerinde pratik yapılması mümkün hale gelir. Bu durum, öğrencilere daha geniş bir uygulamalı deneyim sağlar. (Serçemeli, 2016).

Bu doğrultuda bu çalışmanın amacı muhasebe dersi alan sağlık yönetimi bölümü öğrencilerinin TYSM'ye yönelik tutumlarının belirlenmesidir. Bu çalışma, iki temel nedenle yapılmıştır. Birincisi, sağlık yönetimi bölümü öğrencilerinin Ters Yüz Edilmiş Sınıf Modeli (TYSM) ile sunulan muhasebe eğitime yönelik tutumlarını belirlemek ve bu tutumları etkileyen faktörleri anlamaktır. İkincisi, bu öğrencilerin mezuniyet sonrası hastane ortamlarında karşılaşacakları muhasebe ile ilgili gerçek dünya senaryolarına daha etkin bir şekilde hazırlanmalarını sağlamak için eğitim metodolojisinde potansiyel iyileştirmeleri belirlemektir. Bu çalışmanın literatüre katkısı, özellikle iki yönden önemlidir. İlk olarak, sağlık yönetimi öğrencileri üzerine bu tür bir çalışma literatürde nadiren ele alınmıştır, bu nedenle bu alanda bir boşluğu doldurabilir. İkinci olarak, TYSM'nin muhasebe eğitimi üzerindeki etkisi ve etkinliği konusunda yeni bilgiler sunarak, hem eğitim teorisi hem de pratiğinde yenilikçi yaklaşımların geliştirilmesine katkıda bulunabilir. Bu çalışma ayrıca, sağlık yönetimi eğitiminde uygulamalı ve interaktif öğrenme yöntemlerinin önemini vurgulayarak, gelecekteki eğitim stratejilerinin şekillendirilmesine yardımcı olabilir.

2. Ters Yüz Edilmiş Sınıf Modeli

Ters yüz edilmiş sınıf modeli (TYSM) terimi, İngilizce “Flipped Classroom Model” kavramının Türkçe'deki karşılığıdır ve bu model, Colorado'da bir lisede kimya öğretmeni olarak görev yapan Jonathan Bergmann ve Aaron Sams tarafından öne sürülen bir düşünceye dayanarak geliştirilmiştir. Bu iki eğitimci, derslere katılmayan öğrenciler için dersleri yeniden anlatmak yerine, derslerini kaydedebilecekleri bir yazılım satın almayı tercih etmişler ve böylece TYSM'yi oluşturmuşlardır (Bergmann & Sams, 2012).

TYSM, özellikle son dönemlerde kullanımı hızla artan bir öğretim stratejisi olarak öne çıkmaktadır. TYSM için genel bir tanım yapılacaksa, bugün gelinen noktada, geleneksel öğretimin tersine, ders konusunun öğrenciye sınıf dışında, elektronik bir ortamda sunulduğu ve ders süresinin, öğrencinin bu elektronik ortamda öğrendiklerini pekiştirmeye ayrıldığı bir modeldir (Kara, 2016). TYSM, harmanlanmış bir öğrenme modeli olarak, anlamlı öğrenme deneyimlerini desteklemeyi amaçlamaktadır. (Sırakaya, 2017) tarafından belirtilen bu modelde, ders öncesi aşamalar genellikle web tabanlı öğrenmeyle gerçekleşirken, sınıf içi süreçlerde yüz yüze eğitime odaklanılmaktadır. Öğrencilerin derslere önceden hazırlık yapmalarını

teşvik eden bu yaklaşım, sınıf içi etkileşimlerde çeşitli ve yenilikçi aktif öğrenme etkinlikleri sunarak, daha derinlemesine ve kalıcı bir öğrenme ortamı oluşturur.

TYSM, teknolojinin öğrenme sürecine dahil edilmesine olanak sağlaması, bilgiye erişimi ve geri bildirim hızlandırması, pratikleştirmesi ve öğretmenler ile öğrenciler arasında etkileşim oluşturması nedeniyle, üniversite eğitiminde artan bir şekilde benimsenen bir metod olarak görülmektedir (Jenkins, ve diğerleri, 2017). Bu modelde, eğitmenin değil öğrencinin merkezde olduğu öne çıkar (Cheng, Ritzhaupt, & Antonenko, 2019) ve öğrenme sürecinin sorumluluğunu öğrencinin üstlendiği kabul edilir (Bergmann & Sams, 2012). Ancak, TYSM'nin geleneksel öğretim metotlarını tamamen dışladığı düşünülmemelidir. Geleneksel ders anlatımları hala sınıf içi aktivitelerin bir parçası olarak entegre edilebilir; ancak bu metotlar genellikle ders öncesi süreçlere alınır. Bu durumda, öğrenci bilgi aktarımı, hatırlama ve anlama aşamalarını video ve diğer kaynakları kullanarak kendi başına gerçekleştirir. Daha karmaşık ve daha yüksek düzey bilişsel yetenekler gerektiren uygulama ve analiz gibi kısımlar ise, öğretmenin rehberliği altında yerine getirilir. (Kürüm & Akdemir, 2021).

TYSM çeşitli avantajlar sunmaktadır. Bu avantajlar içerisinde öne çıkanlar şunlardır: Öğrencilere, dersleri kendi uygun zaman ve mekanlarında takip etme esnekliği tanıyarak, öğrencilerin derslere en uygun zaman diliminde erişim sağlamalarına imkan verir. Aynı zamanda öğrencilere, müfredat düzenlemelerinde daha etkili olma fırsatı sunar ve öğrencilere daha etkileşimli bir öğretim süreci tasarlama olanağı tanır. Ayrıca, örgütlü küçük gruplarla çalışma imkanı sunarak öğrencilere işbirlikçi öğrenmenin avantajlarını deneyimleme fırsatı sağlar. Tüm bunların yanı sıra, öğrencilere sınıf içi ve dışındaki ortamlarda derslerle etkileşim kurma imkanı verir ve genel olarak öğrenci merkezli bir öğretim modelini benimser (Sakar & Uluçınar Sağır, 2017).

TYSM'nin bir dizi avantajının yanı sıra, bazı dezavantajları da bulunmaktadır. Bireysel öğrenme kapasitesinin farklılık gösterdiği durumlarda, bu model, öğrenme becerisi düşük olan öğrenciler için dezavantajlı olabilir. Ayrıca, öğrencilerin videoları izleyip izlemediklerini kontrol etmek zor olabilir ve bu durum, öğrencilerin konuyu öğrenirken öğretmenleriyle etkileşimde bulunma fırsatını kısıtlayabilir. Öğretmenin, öğrencinin dersi dinlerken gösterdiği tepkileri takip etmesi güçleşebilir ve öğrencinin dikkati dağılma riskiyle karşılaşabilir. Bilgisayar ve internetle ilgili sorunlar da bu modelin dezavantajları arasında sayılabilir (Gençer ve diğerleri, 2014). Ayrıca eğitmenin, alışkanlıklarını değiştirip tüm eğitim süreçlerini yeniden düzenleme ve yeni içerikler oluşturma ihtiyacı, ders öncesi hazırlık için kullanılabilir araçların sınırlı olması, teknoloji ve internet bağlantısının kısıtlı veya engellenmiş olması ve katılımcıların derse hazırlıksız gelmeleri gibi durumlar, bu yöntemin uygulanmasını zorlaştıran faktörler arasında yer almaktadır (Görü Doğan, 2015).

2.1. İlgili Çalışmalar

Literatürde son yıllarda önem kazanan ters yüz edilmiş muhasebe eğitimi üzerine yapılmış çalışmalardan bazıları aşağıda verilmiştir;

Yapılan bir çalışmada, yönetim muhasebesi dersinde ters yüz sınıf modelini Western Sydney Üniversitesi'nde denemiştir. Çalışmanın bulguları, birinci dönem öğrencilerinin bu modele üçüncü dönem öğrencilerinden daha olumlu bir yaklaşım sergilediğini göstermiştir (Du & Taylor, 2013).

Başka bir çalışmada, meslek yüksekokullarında muhasebe dersinde TYSM'nin nasıl uygulanabileceğine odaklanılmışlardır. Araştırma sonucunda TYSM'nin daha etkili bir şekilde uygulanabilmesi ve ders düzenini bozmasını engellenmesi için bazı önlemlerin alınması gerektiğine ve modelin kullanması gerektiği vurgulanmıştır (Hao & Xuqin, 2015).

Finansal Muhasebe dersinde uygulanan TYSM modeli kapsamında, öğrencilerin dersi algılayış biçimleri ve zaman yönetimleri incelenmiştir. Bu çalışmada, TYSM sistemi altında öğrencilerin dersi daha etkili bir şekilde yönettikleri belirlenmiştir (Lubbe, 2016).

TYSM'ye dair farkındalık oluşturmayı amaçlayan araştırmanın sonucunda, bu öğretim yaklaşımının muhasebe eğitimi ile entegre şekilde uygulanması konusunda bazı önerilerde bulunmuştur. Bu öneriler, muhasebe eğitiminin verilme şeklini geliştirmeyi ve öğrenci katılımını artırmayı amaçlamaktadır (Serçemeli, 2016).

Aynı müfredat içeriğine sahip iki farklı lisans düzeyindeki muhasebe dersinde 78 öğrenci üzerinde yapılan çalışmada TYSM'nin öğrenciler için uygun bir öğrenme yöntemi olduğu sonucuna varmışlardır (de Oliveira Neto, de Sousa Gomes, & Tilton, 2017).

Muhasebe dersi alan üniversite öğrencileri üzerinde TYSM'nin uygulanabilirliği incelenen araştırma sonuçlarına göre, öğrenciler genel olarak TYSM'ye olumlu bir bakış açısı sergilemişlerdir (Köse & Acar, 2017).

Muhasebe eğitiminde TYSM'nin kullanılabilirliği hakkında öğrenci görüşlerini analiz etmeyi amaçlamayan çalışmanın sonuçları, öğrencilerin modelin başarılı bir şekilde uygulanabilmesi için gereken internet, akıllı telefon ve bilgisayar gibi teknolojik araçlara sahip olduklarını, modelin genel olarak ders başarılarını artırabileceğini düşündüklerini ve muhasebe eğitiminde bu modelin kullanılmasıyla ilgili tutumlarının oldukça olumlu olduğunu göstermiştir (Kurnaz & Ağgöl, 2018).

Muhasebe eğitimi alan üniversite öğrencilerin TYSM'ye karşı tutumları incelenen araştırmanın sonuçlarına göre, öğrencilerin genel olarak TYSM'ye karşı yüksek düzeyde olumlu bir tutum sergiledikleri belirlenmiştir (Temelli & Karcıoğlu, 2021).

TYSM yaklaşımının muhasebe derslerindeki etkinliği değerlendirilen çalışmada, öğrencilerin katılımı esas alınarak, akademik başarılarında gözlemlenen artış, TYSM metodunun etkili bir yöntem olduğunu göstermiştir (Niekerk & Delpert, 2022).

Muhasebe eğitimi alan lise öğrencilerinde TYSM'nin kullanımının etkileri araştırılan araştırma sonucunda TYSM uygulanan muhasebe derslerine öğrencilerin daha istekli yaklaştıkları, derslerden zevk aldıkları ve akademik başarılarının arttığı sonucuna varılmıştır (Turan & Özdemir, 2021).

Son olarak (Kurt, Çil Koçyiğit, & Baskan, 2022) çalışmalarında muhasebe eğitimde TYSM kullanımına yönelik akademisyenlerin bakış açılarını incelemiştir. Çalışmaya katılan akademisyenler TYSM kullanımının eğitimciler, öğrenciler ve kurumlarla ilgili ifadelerle yüksek düzeyde katılım göstermişlerdir. Ayrıca çalışmada, TYSM'nin muhasebe dersinde kullanımının katılımcıların unvanına ve yaşına göre farklılık gösterdiği tespit edilmiştir.

3. Yöntem

Bu bölümde araştırmanın modeli, çalışmada kullanılan ölçekler, verilerin analizi, araştırmanın amacı ve soruları, araştırmanın sınırlılıkları, araştırmanın etik boyutu ve evren ve örneklem hakkında bilgi verilmiştir.

3.1. Araştırmanın Modeli

Araştırma nicel bir çalışmadır. Araştırmanın modeli ise nicel araştırma modellerinden olan kesitsel tasarımdır. Kesitsel tasarım belli zaman dilimindeki verilerin incelenmesine odaklanmaktadır. Sabit ya da belirlenmiş bir noktada olayın durumunu açıklamayı, tanımlamayı ya da olaylar arasındaki ilişkileri açıklamayı amaçlamaktadır (Nahcivan, 2015).

3.2. Araştırmanın Amacı ve Soruları

Bu araştırmanın amacı Bayburt Üniversitesi Sağlık Yönetimi Bölümü'nde öğrenim gören öğrencilerin ters yüz edilmiş muhasebe eğitimine yönelik tutumlarının incelenmesidir. Bu doğrultuda araştırmanın soruları şöyledir;

- 1-Öğrencilerin ters yüz edilmiş muhasebe eğitimine yönelik tutumları ne düzeydedir?
- 2-Öğrencilerin ters yüz edilmiş muhasebe eğitimine yönelik tutumları tanımlayıcı özelliklerine göre farklılaşmakta mıdır?

3.3. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini 2022-2023 eğitim-öğretim yılı bahar döneminde Bayburt Üniversitesi Sağlık Yönetimi bölümünde okuyan öğrenciler oluşturmaktadır. Araştırmaya katılan öğrencilerin hepsi muhasebe dersi almıştır. Bu doğrultuda toplamda 175 kişi araştırmanın evrenini oluşturmaktadır. Araştırmada örneklem hesaplamasına gidilmemiş evrenin tamamına ulaşılmaya çalışılmıştır. Toplamda 161 öğrenci araştırmaya katılım sağlamıştır.

3.4 Araştırmanın Sınırlıkları

Araştırma, 2022-2023 bahar döneminde Bayburt Üniversitesi Sağlık Yönetimi Bölümü'nde eğitim gören öğrencilerle sınırlıdır. Bu durum, elde edilen bulguların yalnızca bu özel öğrenci grubuna özgü olabileceğini ve bu nedenle genel sağlık yönetimi öğrenci popülasyonuna genelleştirilemeyeceğini göstermektedir. Ayrıca, çalışmada kullanılan anket yöntemi, öğrencilerin Ters Yüz Edilmiş Sınıf Modeline (TYSM) ilişkin tutumlarını ölçmek için seçilmiştir. Ancak, anketlerin kendine özgü sınırlamaları vardır; örneğin, katılımcıların cevaplarının subjektif doğası veya anket tasarımının kapsamadığı belirli tutum ve algılar. Bu, araştırmanın sonuçlarını etkileyebilecek önemli bir faktördür. Son olarak, araştırmaya katılan öğrencilerin TYSM ile önceki eğitim deneyimlerinin eksikliği, onların bu eğitim modeline ilişkin algılarını ve tutumlarını sınırlayabilir. Öğrencilerin bu yaklaşımı ilk kez deneyimlemeleri, onların yanıtlarını yeni ve alışılmadık bir eğitim yöntemine yönelik ilk izlenimler olarak şekillendirebilir. Bu durum, araştırmanın bulgularının yorumlanmasında göz önünde bulundurulmalıdır.

3.5 Veri Toplama Yöntemi

Araştırmada, veri toplama yöntemi olarak anket formu tercih edilmiştir. Kullanılan anket, iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde, öğrencilerin tanımlayıcı bilgilerine ilişkin sorular yer almaktadır. İkinci bölümde ise (Temelli & Karcioğlu, 2021)'in (Roach, 2014), (Butt, 2014), (Musib, 2014), (Akgün & Atıcı, 2017) ve (Kurnaz & Ağgöl, 2018)'in çalışmalarından yararlanarak geliştirdiği "Ters Yüz Sınıf Modeline Yönelik Tutum Ölçeği" kullanılmıştır. Yazarlar tarafından ölçeğin geçerli ve güvenilir bir ölçek olduğu tespit edilmiştir (Temelli & Karcioğlu, 2021). Ölçek, toplamda 19 madde içermekte olup, hayır (1), kararsızım (2) ve evet (3) seçeneklerinden oluşan 3'lü likert tipindedir. Yüksek puan alan öğrencilerin, ters yüz edilmiş eğitim modeline yönelik olumlu bir tutum sergilediği vurgulanmaktadır. Veriler toplanırken ders öncesinde öğrenciler sınıflarda bilgilendirilerek, daha hızlı veri toplamak amacıyla online ortama aktarılan anket formu öğrenci gruplarına gönderilmiş ve bu sayede öğrencilerin çalışmaya katılımı sağlanmıştır.

3.6 Verilerin Analizi

Verilerin analizi sırasında çeşitli istatistiksel yöntemler kullanılmıştır ve analizler SPSS programı aracılığıyla gerçekleştirilmiştir. İlk olarak, verilerin normal dağılıp dağılmadığını belirlemek amacıyla normallik testi uygulanmıştır. Normallik testi sonuçları, verilerin basıklık ve çarpıklık değerlerinin -1,96 ile +1,96 arasında olduğunu gösterdiğinden, verilerin normal dağıldığı kabul edilmiştir (Ghasemi & Zahediasl, 2012). Bu nedenle, araştırmada parametrik testlerden yararlanılmıştır.

Parametrik testler arasında, bağımsız gruplarda t testi ve bağımsız gruplarda tek yönlü varyans analizi (ANOVA) tercih edilmiştir. Ayrıca, ANOVA testi sonuçlarından elde edilen gruplar arasındaki farklılıkları belirlemek amacıyla post-hoc analizi olarak LSD testi uygulanmıştır. Araştırmada ayrıca, ortalama, standart sapma ve yüzde dağılımı testleri de kullanılmıştır. Anket formunun güvenilirliğinin tespit edilmesi amacıyla iç tutarlılık katsayısına bakılmıştır. Yapılan analiz sonucunda iç tutarlılık katsayısı olan Cronbach Alpha değerinin 0.970 olduğu saptanmıştır.

3.7 Araştırmanın Etik Boyutu

Araştırma için Bayburt Üniversitesi Etik Kurulu'ndan 29.03.2023 tarihli ve E-64446339-020-126289 sayılı etik kurul onayı alınmıştır. Ayrıca öğrencilerden araştırmaya katılım göstermeleri hususunda onam alınmıştır.

4. Bulgular

Bu bölümde araştırma soruları doğrultusunda yapılan analizler yer almaktadır. Öncelikle tablo 2'de katılımcılarının tanımlayıcı özelliklerine yönelik bulgulara yer verilmiştir.

Tablo 1. Öğrencilerin Tanımlayıcı Özellikleri

Değişkenler	Gruplar	Frekans (N)	Yüzde (%)
Cinsiyet	Kadın	111	68,9
	Erkek	50	31,1
Sınıf	1.Sınıf	22	13,7
	2.Sınıf	7	4,3
	3.Sınıf	61	37,9
	4.Sınıf	71	44,1
Program	Birinci Öğretim	94	58,4
	İkinci Öğretim	67	41,6
Not Ortalaması	2.50'den az	55	34,1
	2.51-3.00 arası	63	39,1
	3.01 ve üzeri	43	26,8
Teknolojik Cihaz Sahipliği	Akıllı Telefon	79	49,1
	Bilgisayar	2	1,2
	Hepsi	80	49,7
İnternete Bağlanma Şekli	Kişisel Bilgisayar	9	5,6
	Akıllı Telefon	149	92,5
	Okul, Yurt, İnternet Kafe, Arkadaş Bilgisayarı	3	1,9
İstenildiği Zaman İnternete Bağlanabilme	Evet	117	72,7
	Hayır	44	27,3
Geleneksel Yöntemle İşlenen Muhasebe Dersleri Kaç Dakika Olmalıdır?	30 dk'dan az	31	19,3
	30-40 dk arası	99	61,4
	41 dk ve üzeri	31	19,3
Muhasebe Dersiyile İlgili Hangi Yöntemi Tercih Edersiniz?	Dersleri online ortamda takip etmek	47	29,2
	Okula gelerek derslere katılabilmek	89	55,3
	Uygulamaları okula gelerek yapmak ve geri kalan kısmı online ortamda takip etmek	25	15,5
Okula Gitmeden Dersleri Online Ortamda Takip Etmek İstemenin Gerekçesi Nedir?	Dersleri Uygun Olduğu Zamanlarda Alabilmeyi İsterim	48	29,8
	Her Zaman Derslere Gelemiyorum	20	12,4
	Dersler Sıkıcı Oluyor	17	10,6
	Derslere Konsantre Olamıyorum	36	22,4
	Çalışıyorum	20	12,4
	Diğer Sebepler	20	12,4
Muhasebe Dersini Sadece Online Ortamda Takip Etmenin Sakıncası Ne Olabilir?	Her Zaman İnternete Ulaşamamak	55	34,2
	Teknik Sorunlarla Karşılaşmak	35	21,7
	Sosyal Ortamdan Uzak Kalmak	13	8,1
	Anlaşılmayan Konuları Soramamak	50	31,1
	Diğer Durumlar	8	4,9
Muhasebe Dersinin Teorik Kısmı Online Ortamda Yapılacak Olsaydı Süresi Ne Kadar Olmalı?	5-10 dk arası	21	13,0
	11-15 dk arası	29	18,0
	16-20 dk arası	41	25,5
	21-25 dk arası	37	23,0
	26 dk ve üzeri	33	20,5
Muhasebe Derslerinin Desteklenmesi İçin Hangi Teknolojik Ders Materyallerinin Talep Edildiği	Projeksiyon Cihazıyla Yapılan Sunumlar	27	16,8
	Akıllı Tahta	42	26,1
	Muhasebe Paket Programları	43	26,7
	Video Kayıtları	49	30,4
Toplam		161	100

Tablo 1 incelendiğinde; araştırmaya katılan öğrencilerin %68,9'u kadındır. Öğrencilerin %44,1'i 4. Sınıf öğrencisidir ve %58,4 birinci öğretim programında eğitim görmektedir. Öğrencilerin not ortalamaları incelendiğinde %39,1'inin 2.51-3.00 arası ortalamaya sahip oldukları görülmektedir. Öğrencilerin hemen hemen hepsi bilgisayar ya da akıllı telefona sahiptir ve %92,5 internete bağlanmak için akıllı telefondan yararlanmaktadır. Öğrencilerin büyük çoğunluğunun istediği zaman internete bağlanabilme imkanının olmasına rağmen azımsanmayacak oranda (%27,3) öğrencinin istediği zaman internete bağlanabilme imkanının olmadığı görülmektedir. Öğrencilerin büyük çoğunluğu (%61,4) geleneksel yöntemle işlenen

muhasabe dersinin süresinin 30-40 dk arası olmasını istemektedir. Ayrıca yarıdan fazlası (%55,3) muhasabe dersini okula gelerek takip etmek istemektedir. Öğrencilerin %29,8'i okula gitmeden dersleri takip etmek istemenin gerekçesi olarak dersleri uygun oldukları zaman almak olarak belirtmişlerdir. Muhasebe dersini sadece online ortamda takip etmenin sakıncası ne olabilir sorusuna öğrencilerin %34,2'si her zaman internete erişim sağlayamama durumunu ön plana çıkarmıştır. Muhasebe dersinin teorik kısmının internet üzerinde olması durumunda süresinin ne kadar olacağına ilişkin verilen yanıtlarda öğrencilerin %25,5'i 16-20 dk arasında olması gerektiğini belirtmiştir. Son olarak öğrencilerin %30,4'ü muhasabe derslerinin teknolojik ders materyallerinden video kayıtlarıyla desteklenmesi istedikleri görülmektedir.

Tablo 2. Öğrencilerin Muhasebe Eğitiminde TYSM'nin Kullanımına Yönelik İfadelere Verdiği Cevapların Dağılımları

İfadeler	Hayır		Kararsızım		Evet		Ort.	Ss.
	N	%	N	%	N	%		
TYSM-1	28	17,4	52	32,3	81	50,3	2,329	0,756
TYSM-2	37	23,0	48	29,8	76	47,2	2,242	0,804
TYSM-3	29	18,0	52	32,3	80	49,7	2,316	0,761
TYSM-4	33	20,5	47	29,2	81	50,3	2,298	0,789
TYSM-5	31	19,3	48	29,8	82	50,9	2,316	0,778
TYSM-6	26	16,1	52	32,3	83	51,6	2,354	0,745
TYSM-7	26	16,1	52	32,3	83	51,6	2,354	0,745
TYSM-8	23	14,3	53	32,9	85	52,8	2,385	0,725
TYSM-9	17	10,6	45	28,0	99	61,5	2,509	0,681
TYSM-10	36	22,4	51	31,7	74	46,0	2,236	0,794
TYSM-11	28	17,4	53	32,9	80	49,7	2,323	0,755
TYSM-12	33	20,5	44	27,3	84	52,2	2,316	0,793
TYSM-13	24	14,9	47	29,2	90	55,9	2,409	0,737
TYSM-14	29	18,0	50	31,1	82	50,9	2,329	0,764
TYSM-15	20	12,4	47	29,2	94	58,4	2,459	0,707
TYSM-16	29	18	43	26,7	89	55,3	2,372	0,773
TYSM-17	31	19,3	50	31,1	80	49,7	2,304	0,774
TYSM-18	28	17,4	51	31,7	82	50,9	2,335	0,757
TYSM-19	27	16,8	49	30,4	85	52,8	2,360	0,754

(Ort: Ortalama, Ss.: Standart Sapma)

Öğrencilerin TYSM ölçeğine verdikleri cevapların dağılımı Tablo 2'de sunulmuştur. Öğrencilerin genel olarak TSYM ölçeğine ilişkin ifadeler yüksek düzeyde ($2,344 \pm 0,612$ (Min=1,00; Maks=3,00) katılım gösterdikleri bulunmuştur. İfadeler incelendiğinde, öğrencilerin en yüksek ortalamayla katıldıkları ifadeler ise sırasıyla şunlardır: "Muhasebe eğitiminde TYSM sayesinde video derslerini geri alma imkanı dersi öğrenmeme faydalı olabilir" ($2,509 \pm 0,681$), "Muhasebe eğitiminde TYSM ile video derslerine ulaşmak benim için oldukça kolaydır" ($2,459 \pm 0,707$), "Muhasebe eğitiminde TYSM sayesinde derste daha fazla uygulama yapılacağını düşünüyorum" ($2,409 \pm 0,737$).

En yüksek ortalamaya sahip sorulara verilen cevaplar incelendiğinde, öğrencilerin %61,5'i muhasabe eğitiminde TYSM sayesinde video derslerini geri alabilme imkanının olması öğrenmelerine faydalı olacağını ifade etmiştir. Ayrıca, öğrencilerin %58,4'ü muhasabe eğitiminde TYSM ile video derslerine ulaşmanın kendileri için oldukça kolay olacağını belirtmiştir. Son olarak, öğrencilerin %55,9'u muhasabe eğitiminde TYSM yaklaşımı sayesinde derste daha fazla uygulama yapılacağını düşünmektedir.

Tablo 3. Öğrencilerin TYSM'ye Yönelik Tutumların Bağımsız Değişkenlere Göre Karşılaştırılması

Değişkenler		Tysm Tutum
Öğrenim programı	N	Ort±Ss.
Birinci öğretim	94	2,225±0,651
İkinci Öğretim	67	2,512±0,511
t=-2,998		
p=0,005		
Sınıf düzeyi	N	Ort±Ss.
1.sınıf	22	2,110±0,676
2. sınıf	7	2,315±0,709
3.sınıf	61	2,253±0,622
4.sınıf	71	2,498±0,544
f=3,153		
p=0,027		
PostHoc(LSD) 4>1,3 (p<0.05)		
Muhasebe dersi için tercih edilen yöntem	N	Ort±Ss.
Dersleri online ortamda takip etmek	47	2,534±0,534
Okula gelerek derslere katılabilmek	89	2,207±0,642
Uygulamaları okula gelerek yapmak ve geri kalan kısmı online ortamda takip etmek	25	2,477±0,612
f=5,346		
p=0,006		
PostHoc(LSD) 2<1,3 (p<0.05)		
Not ortalaması	N	Ort±Ss.
2.50'den az	55	2,545±0,431
2.51-3.00 arası	63	2,263±0,671
3.01 ve üzeri	43	2,208±0,664
f=4,801		
p=0,009		
PostHoc (LSD) 1 >2,3 (p<0.05)		

Tablo 3'te gözlemlendiği üzere, öğrencilerin TYSM'ye yönelik tutum ölçeği ortalama puanları ile öğrenim programları arasında t testi analizi yapılmıştır. Yapılan analiz neticesinde ters yüz edilmiş muhasebe eğitimi ile öğrenim programı değişkeni arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilmiştir ($p<0.05$). Öğrenim programı ikinci öğretim olan öğrencilerin TYSM tutum ortalamaları daha yüksek bulunmuştur.

Tablo 3'te öğrencilerin TYSM'ye yönelik tutum ölçeği puan ortalamaları ile sınıf düzeyleri arasında yapılan Anova testi sonuçları verilmiştir. Yapılan analiz sonucunda TYSM tutum ölçeği ortalamaları ile sınıf düzeyleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı farklılık tespit edilmiştir ($p<0.05$). Farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığını tespit etmek amacıyla LSD testi yapılmıştır. 4. Sınıf öğrencilerinin tutum ortalamaları diğer sınıflara göre daha yüksek çıkmıştır.

Tablo 3 incelendiğinde, öğrencilerin TYSM tutum ölçeği ortalamaları ile muhasebe dersi için tercih edilen yöntem arasında yapılan Anova testi sonucunda istatistiksel açıdan anlamlı farklılığın olduğu saptanmıştır ($p<0.05$). Farkın hangi gruptan kaynaklandığını tespit etmek için yapılan LSD testi sonucunda, dersi okula gelerek takip etmek isteyen öğrencilerin tutum ortalamalarının diğer gruplara göre daha düşük olduğu bulunmuştur.

Son olarak tablo 3'te öğrencilerin TYSM tutum ölçeği ortalamaları ile not ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olduğu görülmektedir. Farkın hangi gruptan kaynaklandığını tespit etmek için LSD testi yapılmıştır. Test sonucunda not ortalaması 2,50'den az olan öğrencilerin tutum ortalama puanlarının diğer gruplara göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

5. Tartışma

Ters yüz edilmiş sınıf yaklaşımı sayesinde öğrenciler derslere önceden hazırlıklı gelerek dersi daha iyi anlama ve derse daha aktif katılım sağlama imkanına sahip olabilmektedir. Çalışmada meslek hayatlarında muhasebe ile oldukça yakından ilişkileri olacak olan sağlık yönetimi bölümü öğrencilerinin ters yüz edilmiş

muhasabe eğitimine yönelik tutumlarının belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu doğrultuda Bayburt Üniversitesi'nde öğrenim gören sağlık yönetimi bölümü öğrencileri üzerinde çalışma yürütülmüştür.

Araştırmaya katılım sağlayan öğrencilerin yarısından fazlası kadındır. Öğrencilerin çoğunluğu 4. sınıf öğrencilerinden oluşmaktadır. Öğrencilerin neredeyse tamamına yakınının akıllı telefon ya da bilgisayara sahip olduğu görülmektedir. Yine büyük çoğunluğu internete bağlanmak için akıllı telefon kullanmaktadır. İnternete istedikleri zaman bağlanabilme imkanına sahip olan öğrenciler çoğunluktadır. Buradan hareketle öğrencilerin çoğunluğun muhasabe derslerinde ters yüz edilmiş eğitim modelini kullanabilmeleri için gerekli olan imkanlara sahip oldukları görülmektedir.

Öğrencilerin yarısından fazlası geleneksel yöntemle işlenen ders saatinin 30-40 dk arasında olmasını istemektedir. Ayrıca yarısından fazlası muhasabe derslerini okula gelerek takip etmeyi tercih etmektedir. Okula gitmeden dersleri takip etmek istemelerinin nedenlerine bakıldığında dersleri uygun olunan zamanlarda alabilme isteğinin ön plana çıktığı görülmektedir. Muhasebe dersini sadece online ortamda takip etmenin sakıncası ne olabilir sorusuna öğrencilerin çoğunluğu her zaman internete erişim sağlayamama durumunu ileri sürmektedir. Öğrencilere sorulan muhasabe dersinin teorik kısmını internet üzerinden yürütülecek olduğunda süresinin ne kadar olması gerektiğine yönelik soruya çoğunluk 16-20 dk olması gerektiğini belirtmiştir. Muhasebe derslerinin hangi teknolojik araç-gereçle desteklenmesi gerektiği sorusuna ise çoğunluk video kayıtları cevabını vermiştir. Elde edilen bulgular değerlendirildiğine araştırmaya katılan öğrencilerin yarısından fazlasının dersi okula gelerek takip etmek istemeleri öğrencilerin muhasabe dersinde geleneksel yöntemle ders alma isteklerinin daha baskın olduğunu, muhasabe derslerin teorik kısmının internet üzerinden takip etme süresinin 16-20 dk arasında olması öğrencilerin uzun süre internet üzerinden ders yapılmasına pek sıcak bakmadıkları sonuçlarına varılabilir. Ayrıca öğrencilerin internete her zaman erişim sağlayama durumundan dolayı internet üzerinden muhasabe derslerini takip etmek istememeleri ters yüz edilmiş eğitim modelinin uygulanmasında dikkat edilmesi gereken bir etken olarak değerlendirilebilir. Literatür incelendiğinde, yapılan bir çalışmada öğrenciler muhasabe derslerinin video kayıtlarla desteklenmesi gerektiğini belirtmişlerdir (Kurnaz & Ağgöl, 2018). Ancak çalışmamızdan farklı olarak dersleri okula gitmeden sadece internet üzerinden takip etmenin sakıncası olarak bireyselleşmeye neden olacağını ileri sürmüşlerdir. (Temelli & Karcioğlu, 2021) çalışmalarında öğrencilerin benzer şekilde geleneksel yöntemle işlenen ders süresinin 30-40 dk olması gerektiğini belirtmiştir. Ancak dersi sadece internet üzerinden takip etmenin sakıncası olarak anlaşılmayan konuları soramamayı göstermişlerdir. Mevcut çalışmamızdan farklı olarak (Temelli & Karcioğlu, 2021) çalışmada öğrencilerin çoğunluğu muhasabe derslerinin yürütülmesine ilişkin yöntem olarak dersin uygulamasını okulda yapmayı ancak geri kalan kısmı internet üzerinden video kayıtlarıyla takip etmeyi istedikleri tespit edilmiştir.

Araştırma bulgularına göre, öğrencilerin TYSM'ye yönelik tutumlarının yüksek düzeyde olduğu belirlenmiştir. Bu bulgu, literatürdeki diğer çalışmalarla paralellik göstermektedir (Köse & Acar, 2017; Topal & Akhisar, 2018; Kurnaz & Ağgöl, 2018; Temelli & Karcioğlu, 2021). Özellikle, öğrenciler TYSM ile video derslerini geri alarak tekrar izleme imkanı bulacaklarını ve bu eğitim modeli sayesinde derslerde daha fazla uygulama yapılacağını düşünmektedir. Elde edilen sonuçlar, daha önce TYSM ile tanışmamış öğrencilerin, bu modelin uygulanmasına olumlu bir yaklaşım sergilediklerini ortaya koymaktadır. TYSM'nin sunacağı imkanlar, öğrenciler tarafından olumlu bir şekilde değerlendirilmektedir.

Araştırmada yapılan analizler neticesinde öğrencilerin ters yüz edilmiş muhasabe eğitimine yönelik tutum puanları ile öğrenim düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Farkın nedenine bakıldığında ikinci öğretimde eğitim gören öğrencilerin tutum puanlarının daha yüksek olduğu görülmektedir. Buradan hareketle ikinci öğretimde eğitim gören öğrencilerin ters yüz edilmiş muhasabe eğitimine karşı daha olumlu tutum besledikleri söylenebilir. Ters yüz edilmiş muhasabe eğitiminin internet üzerinden eğitim alabilme imkanı sunması ve ikinci öğretimdeki öğrencilerin akşam geç saatlere kadar eğitim görmeleri bu yönetime karşı daha olumlu tutum sergilemelerinin bir nedeni olarak görülebilir.

Araştırmada öğrencilerin ters yüz edilmiş muhasabe eğitimine yönelik tutum puanları ile sınıf düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Öğrencilerin tutumları sınıf düzeylerine göre farklılaşmaktadır. (Köse & Acar, 2017) çalışmada da benzer bir sonuç bulunmuştur. Farkın hangi sınıf ya da sınıflardan kaynaklandığına bakıldığında 4. Sınıf ile 1 ve 3. sınıf öğrencileri arasında olduğu görülmektedir. Yani 4. sınıfta eğitim gören öğrenciler ters yüz edilmiş muhasabe eğitime karşı diğer sınıf

gruplarına göre daha olumlu tutuma sahiptir. 4. sınıf öğrencilerinin gerek Covid-19 gerekse de depresyon nedeniyle daha fazla internet üzerinde eğitimi deneyimlemiş olması ve bu deneyimin kazandırdığı aşinalık bu durumun nedeni olabilir.

Araştırmada elde edilen bulgulara göre, öğrencilerin ters yüz edilmiş muhasebe eğitime yönelik tutumları ile muhasebe dersiyle ilgili tercih ettiği yöntem arasında istatistiksel açıdan anlamlı farklılık saptanmıştır. Bulgular incelendiğinde farkın dersleri okula gelerek takip etmek isteyen öğrencilerden kaynaklandığı görülmektedir. Dersleri okula gelerek takip etmek isteyen öğrencilerin ters yüz edilmiş muhasebe eğitime yönelik tutum puanları diğerlerine göre daha düşüktür. Bu sonuçlardan hareketle dersleri okula gelerek takip etmek isteyen öğrenciler ters yüz edilmiş muhasebe eğitime yönelik daha az olumlu tutuma sahiptir diyebiliriz. Benzer bulgular Temelli & Karcıoğlu, (2021)'in çalışmalarında da bulunmuştur.

Bir diğer bulgu olarak ise, araştırmada sağlık yönetimi bölümü öğrencilerinin ters yüz edilmiş muhasebe eğitime yönelik tutumları ile not ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılığın tespit edilmesidir. Bulgular incelendiğinde ortaya çıkan farkın not ortalaması 2,50'den az olan öğrencilerden kaynaklandığı görülmektedir. Bir başka ifadeyle not ortalaması 2,50'den az olan öğrencilerinin ters yüz edilmiş muhasebe eğitimi yönelik tutumları daha yüksektir. Buradan hareketle ortalaması düşük olan öğrencilerin ters yüz edilmiş muhasebe eğitime daha olumlu tutumlar besledikleri görülmektedir. Bu gruptaki öğrenciler ters yüz edilmiş muhasebe eğitimin geleneksel yöntemle işlenen muhasebe dersinden daha başarılı olmalarını sağlayacaklarını düşünüyor olabilirler. Destekler nitelikte literatürde ters yüz edilmiş sınıf modelinin öğrencilerin başarılarını arttırdığına yönelik bulgular yer almaktadır (Pierce & Fox, 2012; Schultz, Duffield, Rasmussen, & Wageman, 2014; Akgün & Atıcı, 2017; Karaca & Ocak, 2017; Çakır & Yaman, 2018).

6. Sonuç

Bu araştırmada Bayburt Üniversitesi'nde eğitim gören sağlık yönetimi bölümü öğrencilerinin ters yüz edilmiş muhasebe eğitime yönelik tutumları incelenmiştir. Öğrencilerin hepsi muhasebe eğitimi almıştır. Çalışmada öğrencilere anket formu gönderilmeden önce ters yüz edilmiş sınıf modeli hakkında bilgilendirme yapılmıştır.

Araştırmanın sonuçları göz önüne alındığında, çalışmaya katılan öğrencilerin, ters yüz edilmiş muhasebe eğitime yönelik tutumlarının yüksek düzeyde olduğu tespit edilmiştir. Öğrencilerin, geleneksel öğretim yöntemleriyle ders almalarına rağmen, pandemi ve depresyon gibi etkenler nedeniyle internet üzerinden eğitim deneyimi yaşamış olmalarının, tam anlamıyla olmasa da ters yüz edilmiş eğitim yaklaşımına karşı olumlu bir tutum geliştirmelerine katkı sağlamış olabileceği düşünülmektedir. Bu düşüncüyü destekleyen bir diğer bulgu ise daha fazla internet üzerinden eğitim alan 4. sınıf öğrencilerinin, diğer sınıflara kıyasla ters yüz edilmiş muhasebe eğitime yönelik tutumlarının daha olumlu olmasıdır.

Araştırmadan çıkarılacak bir diğer önemli sonuç ise, ikinci öğretimde yer alan öğrencilerin ters yüz edilmiş muhasebe eğitime daha yatkın olmalarıdır. İkinci öğretimde yer alan öğrencilerin gece geç saatlere kadar eğitim alıyor olmaları bu durumu nedenlerinden biri olabilir. Ayrıca not ortalaması düşük olan öğrencilerin ters yüz edilmiş muhasebe eğitime yönelik tutumları daha olumludur. Bu durum bu grupta yer alan öğrencilerin ters yüz edilmiş muhasebe eğitiminin sunmuş olduğu imkanları kullanarak geleneksel yöntemle işlenen dersten daha başarılı olabileceklerini düşünmelerinden kaynaklanabilir. Son olarak ise araştırmaya katılan öğrencilerden dersi okula gelerek takip etmek isteyenlerin çoğunlukta olması ve bu öğrencilerin ters yüz edilmiş eğitime yönelik tutumlarının daha düşük düzeyde olması üzerinde durulması gereken bir husustur.

Bu araştırmanın sonuçları, gelecek araştırmalar için birkaç önemli yön göstermektedir. İlk olarak, ters yüz edilmiş muhasebe eğitimi konusunda öğrencilerin daha kapsamlı bilgilendirilmesi ve ardından bu eğitim modelinin pilot uygulamalarının yapılması önerilmektedir. Bu pilot çalışmalar, öğrencilerin bu yönetime yönelik tutumlarının ve algılarının daha detaylı bir şekilde incelenmesine olanak tanıyabilir. Ayrıca, öğrencilerin akademik başarıları üzerindeki etkisi özellikle ikinci öğretim programlarında uygulanarak değerlendirilebilir. Bu, farklı öğrenme ortamlarında ters yüz edilmiş sınıf yaklaşımının etkinliğini daha iyi anlamamızı sağlayabilir.

Buna ek olarak, farklı üniversitelerde öğrenim gören sağlık yönetimi bölümü öğrencileri üzerinde benzer çalışmalar yapılması, bu araştırmanın sonuçlarını daha geniş bir öğrenci popülasyonu ile karşılaştırmak için fırsat sunacaktır. Bu durum, elde edilen bulguların genelleştirilebilirliği ve farklı eğitim ortamlarında ters yüz edilmiş sınıf modelinin uygulanabilirliği hakkında daha derinlemesine bilgi sağlayacaktır.

Etik İzin

Araştırma için Bayburt Üniversitesi Etik Kurulu'ndan 29.03.2023 tarihli ve E-64446339-020-126289 sayılı etik kurul onayı alınmıştır. Ayrıca öğrencilerden araştırmaya katılım göstermeleri hususunda onam alınmıştır.

7. Extended Abstract

The flipped classroom model is one of the approaches that has come to the forefront in the field of education in recent years. The advancement of technology plays a significant role in the prominence of this approach. The flipped classroom approach is a model that ensures students come prepared to classes. Students can prepare for classes in advance through course materials shared in an online environment before attending the class. As a result, students can gain familiarity with the course content when they attend the class. The flipped classroom model can be applied in many areas, one of which is accounting education. Accounting education consists of both theoretical and practical parts. Without sufficient practical application alongside theoretical training, the desired outcomes in education may not be achieved. When the flipped classroom model is applied to accounting education, students can prepare for the theoretical part before coming to class and have more opportunities for practical application during the class.

In this context, the purpose of this study is to determine the attitudes of health management department students who take accounting courses towards the Flipped Classroom Model (FCM). Students in the health management department take accounting courses throughout their university education. After graduation, a substantial need for accounting knowledge is evident in the positions they occupy in hospitals. Therefore, enabling health management students to take accounting classes through the flipped classroom model, which can address the shortcomings of traditionally taught accounting courses, can provide them with more opportunities for practical application. This approach can make them more competent in the field of accounting after graduation.

The population of the study consists of 175 students enrolled in the Health Management Department at Bayburt University during the spring semester of the 2022-2023 academic year. Research was conducted on 161 students who voluntarily agreed to participate in the study. To determine the attitudes of the students, the Attitude Scale towards the Flipped Classroom Model, developed by Temelli and Karcioğlu (2021), was used. For the analysis of the data, the SPSS program was utilized. The study employed percentage and frequency analyses, as well as t-tests and ANOVA tests.

The study found that students' attitudes towards flipped accounting education were at a high level. Furthermore, the analyses revealed that students' attitudes towards flipped accounting education significantly differed based on their class level, academic program, and grade point average. It was discovered that students in the 4th grade, those enrolled in the evening education program, and those with a grade point average of less than 2.50 had higher attitudes compared to other groups.

Considering the findings of the research, it is evident that the students participating in the study have a high level of attitude towards flipped accounting education. Although students have been receiving lessons through traditional teaching methods, their experience with online education due to factors such as the pandemic and earthquakes may have contributed to developing a positive attitude towards the flipped education approach, even if not fully. Another finding supporting this thought is that the 4th-grade students, who have had more experience with online education, exhibit a more positive attitude towards flipped accounting education compared to other grades.

Another significant conclusion drawn from the study is the greater inclination of evening program students towards flipped accounting education. One reason for this could be that these students attend classes until late at night. Furthermore, students with lower grade point averages exhibit more positive

attitudes towards flipped accounting education. This situation may arise from these students believing that they can be more successful in flipped accounting education by taking advantage of the opportunities it offers compared to traditional teaching methods.

to students in the health management department. It is recommended to conduct similar research on student groups at different universities and to compare the results.

Keywords: Flipped Classroom Approach, Accounting Education, Health Management.

Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı / Contribution of Authors

Yazarların çalışmadaki katkı oranları Emre AKGÜN %50/ Seyhan ÇİL KOÇYİĞİT %50 şeklindedir.
The authors' contribution rates in the study are Emre AKGÜN %50/ Seyhan ÇİL KOÇYİĞİT %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.

Kaynakça

- Akbulut, F. (2019). Ters Yüz Öğrenme Modeline Yönelik Akademisyen Görüşleri. Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Akgün, M., & Atıcı, B. (2017). Ters-düz sınıfların öğrencilerin akademik başarısı ve görüşlerine etkisi. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 1(25), 329-344.
- Bergmann, J., & Sams, A. (2012). *Flip your classroom: Reach every student in every class every day*. International society for technology in education.
- Butt, A. (2014). Student Views on the Use of a Flipped Classroom Approach: Evidence from Australia. *Business Education & Accreditation*, 33-44.
- Cheng, L., Ritzhaupt, A. D., & Antonenko, P. (2019). Effects of the flipped classroom instructional strategy on students learning outcomes: A metaanalysis. *Educational Technology Research and Development*, 4(67), 793-824.
- Çakır, E., & Yaman, S. (2018). Ters Yüz Sınıf Modelinin Öğrencilerin Fen Başarısı ve Bilgisayarca Düşünme Becerileri Üzerine Etkisi. *Gazi University Journal of Gazi Educational Faculty (GUJGEF)*, 1(38).
- de Oliveira Neto, J. D., de Sousa Gomes, G., & Tilton, L. A. (2017). Using Technology Driven Flipped Class To Promote Active Learning In Accounting. *Revista Universo Contábil*, 1(13).
- Du, X., & Taylor, S. (2013). Flipped Classroom in First Year Management Accounting Unit-A Case Study. *30th Ascilite Conference 2013 Proceedings* (s. 252-256). Sydney: Macquarie University.
- Erol, M., & Erkan, G. (2008). Lisans Düzeyinde Muhasebe Eğitimi Alan Öğrencilerin Başarılarını Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesine Yönelik Biga İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesinde Bir Araştırma. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi*, 14(10), 284-301.
- Gençer, B. G. (2015). İstanbul: Bahçeşehir Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.
- Gençer, B. G., Gürbulak, N., & Adıgüzel, T. (2014). Eğitimde Yeni bir Süreç: Ters-Yüz Sınıf Sistemi. *Uluslararası Öğretmen Eğitimi Konferansı*. Dubai (UAE).
- Ghasemi, A., & Zahediasl, S. (2012). Normality test for statistical analyses: a guide for nonstatisticians. *International Journal of Endocrinology and Metabolism*, 2(10), 486-489.
- Görü Doğan, T. (2015). Sosyal medyanın öğrenme süreçlerinde kullanımı: ters yüz edilmiş öğrenme yaklaşımına ilişkin öğrenen görüşleri. *Açıköğretim Uygulamaları ve Araştırmaları Dergisi AUAD*, 2(1), 24-28.
- Hao, G., & Xuqin, M. (2015). Accounting Foundation Course Flipped Classroom Application in Higher Vocational Colleges Teaching. *International Conference on Education, Management and Computing Technology (ICEMCT)*, 1303-1306.
- Jenkins, M., Bokosmaty, R., Brown, M., Browne, C., Gao, Q., Hanson, J., & Kupatadze, K. (2017). Enhancing the design and analysis of flipped learning strategies. *Teaching & Learning Inquiry*, 1(5), 1-12.
- Kara, C. (2016). Ters Yüz Sınıf. *Tıp Eğitimi Dünyası*, 45, 12-26.
- Karaca, C., & Ocak, M. A. (2017). Algoritma ve programlama eğitiminde ters yüz öğrenmenin üniversite öğrencilerinin akademik başarısına etkisi. *International Online Journal of Educational Sciences*, 2(9), 527-543.
- Köse, Y., & Acar, E. (2017). Muhasebe Eğitiminde Modern Yaklaşımlar: Ters Yüz Edilmiş Sınıflar ve Öğrencilerin Yaklaşımı. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi (ICMEB17 Özel Sayısı)*, 1049-1065.
- Kurnaz, E., & Ağgöl, S. (2018). Ters Yüz Edilmiş Sınıf Modeline Muhasebe Eğitimi Alan Öğrencilerin Bakış Açılıarı: Bayburt Üniversitesi ve Kafkas Üniversitesi Örneği. *Business & Management Studies: An International Journal (BMIJ)*, 2(6), 332-344.
- Kurt, G., Çil Koçyiğit, S., & Baskan, T. (2022). Muhasebe Eğitiminde Ters Yüz Edilmiş Sınıf Yaklaşımına (TYSY) Akademisyenlerin Bakışı. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*(25 (25. Yıl Özel Sayısı)), 350-368.
- Kutlu, H. A. (2010). Muhasebe Eğitiminin, Nitelikli İşgücü Yetiştirme Açısından Değerlendirilmesi. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 46, 232-246.7.
- Kürüm, R. S., & Akdemir, A. (2021). Sosyoloji ve Uluslararası İlişkiler Eğitimlerinin Kesişiminde Ters-Yüz Sınıf Modeli: Covid-19 Öncesi ve Sonrası Uygulamaları. *International Journal of Economics Administrative and Social Sciences*(4), 1-17.

- Lubbe, E. (2016). Innovative Teaching in Accounting Subjects: Analysis of The Flipped Classroom. *International Journal of Social Sciences and Humanity Studies*, 2(8), 63-74.
- Musib, M. K. (2014). Student Perceptions of the Impact of Using the Flipped Classroom Approach for an. *CDTL Brief*, 15-20.
- Nahcivan, N. (2015). Nicel Araştırma Tasarımları. S. Erdoğan, N. Nahcivan, & N. Esin içinde, *Hemşirelikte Araştırma*. Nobel Yayınları, Ankara.
- Niekerk, M., & Delpont, M. (2022). Evolving Flipped Classroom Design In A Cost/ Management Accounting Module In A Rural South African Context. *Accounting Education*, 1-30.
- Pierce, R., & Fox, J. (2012). Vodcasts and active-learning exercises in a “flipped classroom” model of a renal pharmacotherapy module. *American journal of pharmaceutical education*, 10(76), 196.
- Roach, T. (2014). Student Perceptions toward Flipped Learning: New Methods to Increase Interaction and Active Learning in Economics . *International Review of Economics Education*, 74-84.
- Sakar, D., & Uluçınar Sağır, Ş. (2017). Eğitimde Ters – Yüz Çevrilmiş Sınıf Uygulamaları. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 5(3), 1904-1916.
- Schultz, D., Duffield, S., Rasmussen, S. C., & Wageman, J. (2014). Effects of the flipped classroom model on student performance for advanced placement high school chemistry students. *Journal of chemical education*, 9(91), 1334-1339.
- Serçemeli, M. (2016). Muhasebe Eğitiminde Yeni Bir Yaklaşım Önerisi: Ters Yüz Edilmiş Sınıflar. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*(69), 115-126.
- Sırakaya, D. (2017). Oyunlaştırılmış Tersyüz Sınıf Modeline Yönelik Öğrenci Görüşleri. *Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1(36), 114-132.
- Temelli, F., & Karcioğlu, R. (2021). Muhasebe Eğitimi Alan İİBF Öğrencilerinin Ters Yüz Sınıf Modeli'ne Yönelik Tutumları: Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Örneği. *Türkiye Muhasebe Eğitimi Sempozyumu Bildiriler Kitabı*.
- Topal, A. D., & Akhisar, Ü. (2018). Ters yüz öğrenme yaklaşımının öğrencilerin akademik başarılarına etkisi: Mikroişlemci/mikrodenetleyiciler II dersinin uygulaması. *Kocaeli Üniversitesi Eğitim Dergisi*, 2(1), 135-148.
- Turan, E., & Özdemir, F. (2021). Z Kuşağına Muhasebe Öğretiminde Geleneksel Öğretim Yöntemine Alternatif: Ters Yüz Edilmiş Sınıf Yönetimi. E. Özdemir, F. S., & D. Kızıldağ içinde, *Davranışsal Muhasebe* (s. 321-356). Siyasal Kitabevi.
- Turan, Z. (2015). *Ters Yüz Sınıf Yönteminin Değerlendirilmesi ve Akademik Başarı, Bilişsel Yük ve Motivasyona Etkisinin İncelenmesi*. Erzurum: Atatürk Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Doktora Tezi.

Foot Operasyonu: Birleşik Krallık ve Sovyetler Birliği Arasında Yaşanan Bir Casusluk Krizinin Analizi

İbrahim Çağrı ERKUL* 

ÖZ

Diplomaside yaşanan gelişmelere paralel olarak diplomatik ayrıcalıkların ve dokunulmazlığın uluslararası anlamda garanti altına alınması, casusluk faaliyetlerinin diplomatik misyon mensupları tarafından yapılmasını yaygın bir uygulama haline getirmiştir. Bu uygulama, Soğuk Savaş gerçekliği içerisinde aktörlerin casusluk faaliyetlerini gerçekleştirmelerinde diplomatik ayrıcalıklar ve dokunulmazlığı önemli birer araç olarak kullanmalarıyla pekişmiştir. Sovyetler Birliği, sahip olduğu geniş diplomatik temsil yeteneği ve istihbarat servisleriyle bu aracı en iyi kullanan aktörlerden biri olmuştur. Birleşik Krallık ise casusluk faaliyetleri bağlamında, Sovyetler Birliği'nin büyük başarılar elde ettiği bir ülke olarak değerlendirilmiştir. Birleşik Krallık'ta Sovyetler Birliği adına casusluk faaliyeti yaptığından şüphelenilen toplam 105 diplomatın Edward Heath'in başbakanlığı döneminde istenmeyen kişi ilan edilerek sınır dışı edilmesi hadisesi olan 24 Eylül 1971 tarihli Foot Operasyonu'nu nedenleri ve sonuçlarıyla ortaya koymayı amaçlayan bu makale, aynı zamanda casusluk faaliyetlerinin niçin diplomatik dokunulmazlık altında yapıldığını da gerektirmeye çalışmıştır. Sovyetler Birliği'nin diplomatik dokunulmazlık altında gerçekleştirdiği casusluk faaliyetlerine verilmiş en önemli cevaplardan biri olarak kabul edilebilecek Foot Operasyonu, Birleşik Krallık'ı Sovyetler Birliği'nin casusluk faaliyetleri açısından zor bir hedefe dönüştürmüştür. Foot Operasyonu aynı zamanda Sovyetler Birliği'nin casusluk faaliyetlerinden mustarip olan diğer aktörlere örnek teşkil etmesi sebebiyle de kıymetlidir. Foot Operasyonu'nun Soğuk Savaş'ta yaşanan yumuşama dönemi üzerinde gerçek bir etki yaptığı ve bu yönüyle Sovyetler Birliği'nin Birleşik Krallık ile ikili ilişkilerinin ötesinde bir sonuç ortaya çıkardığı da dikkate alınmalıdır.

Anahtar Kelimeler: Foot Operasyonu, Birleşik Krallık, Sovyetler Birliği, Casusluk, Diplomatik Dokunulmazlık.

Operation Foot: Analysis of an Espionage Crisis Between The United Kingdom and The Soviet Union

ABSTRACT

In parallel with the development of diplomacy, diplomatic privileges and immunities have been guaranteed internationally. This has made it a common practice for espionage activities to be carried out by people with diplomatic immunity. This practice was reinforced in the Cold War when actors used diplomatic privileges and immunity as important tools in carrying out their espionage activities. With its wide diplomatic representation ability and intelligence services, the Soviet Union was one of the actors that used this tool best, the United Kingdom (UK), on the other hand, has been evaluated as a country where the Soviet Union achieved great success in the context of espionage activities. This article aims to reveal the causes and consequences of Operation Foot, dated 24 September 1971, which was the expulsion of 105 diplomats in the UK who were suspected of spying on behalf of the Soviet Union, during the premiership of Edward Heath. This article also tries to justify why people with diplomatic immunity carry out espionage activities. Operation Foot, which can be considered one of the most critical responses to the espionage activities carried out by the Soviet Union under diplomatic immunity, also made the UK a difficult target in terms of the Soviet Union's espionage activities. This operation is also valuable because it sets an example for other actors who suffered from the espionage activities of the Soviet Union. It should also be taken into account that Operation Foot had a real impact on the period of détente in the Cold War, and in this respect, it had a result beyond the bilateral relations of the Soviet Union with the UK.

Keywords: Operation Foot, United Kingdom, Soviet Union, Espionage, Diplomatic Immunity.

1. Giriş

Soğuk Savaş döneminde diplomatik personellerin sınır dışı edilmesiyle meydana gelen krizler yakın dönemde önce 2018'de eski Rus Ajan Sergei Skripal ile kızına yönelik suikast girişimiyle karşımıza

* **Corresponding Author/Sorumlu Yazar,** Dr. Öğr. Üyesi/Asst. Prof., Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi, Osmaniye, Türkiye/
Osmaniye Korkut Ata University, Osmaniye, Türkiye, ibrahimcagrierkul@osmaniye.edu.tr
Makale Gönderim ve Kabul Tarihleri/Article Submission and Acceptance Dates: 15.04.2024-02.08.2024

Citation/Atf: Erkul, İ. Ç. (2024). Foot operasyonu: Birleşik Krallık ve Sovyetler Birliği arasında yaşanan bir casusluk krizinin analizi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 54, 88-101. <https://doi.org/10.52642/susbed.1468309>

This work is licensed under Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License



çıkmasıdır.¹ Akabinde ise 2022'de Rusya'nın Ukrayna'yı işgal etmek için başlattığı savaş sonrasında, çok sayıda devletin yüzlerce Rus diplomatı sınır dışı etmesi konuyu yeniden uluslararası ilişkilerin gündemine taşımıştır. Soğuk Savaş döneminde aktörler sıklıkla casusluk faaliyetlerinden şüphelendikleri diplomatları sınır dışı etme yoluna gitseler de sayılar yıllık bazda görece düşük kalmıştır. Foot Operasyonu'nu bu noktada farklı kılan hususlardan biri de sınır dışı edilen kişi sayısına ilişkindir. Foot Operasyonu 24 Eylül 1971'de Birleşik Krallık'ın Sovyetler Birliği'nin diplomatik misyon mensubu olan 90 personeline, casusluk faaliyeti yürüttükleri gerekçesiyle ülkesinden ayrılması için iki hafta süre vermesi ve 24 Eylül 1971 itibarıyla Sovyetler Birliği'nde izinli olan 15 diplomatın da Birleşik Krallık'a dönmelerine izin vermemesi hadisesidir. 105 diplomatik personeli kapsamaması nedeniyle, Soğuk Savaş döneminin en büyük sınır dışı etme² operasyonu olan Foot Operasyonu, sebep ve sonuçları bağlamında hem Birleşik Krallık ve Sovyetler Birliği ilişkilerine gerçek bir etkide bulunmuş hem de Soğuk Savaş üzerinde yansımaları olmuştur.

Özellikle sürekli diplomasiye geçilmesini takip eden dönemde diplomatların sahip oldukları ayrıcalıklar ve dokunulmazlıklara yönelik uluslararası antlaşmalarla elde ettikleri garantiler, casusluk faaliyetleri için diplomatik misyon mensuplarının kullanılmasını yaygın bir uygulama haline getirmiştir. Diplomatların casusluk faaliyetlerine dahil olmaları durumunda devletlerin bu faaliyetlere katılan diplomatik personele yönelik yapabileceği tek müeyyidenin ilgili kişilerin istenmeyen kişi (persona non grata) ilan edilmesiyle sınırlı olması, bahsi geçen uygulamanın en önemli sebebi olarak değerlendirilebilir.

Sovyetler Birliği'nin özellikle 1960'lı yıllarla birlikte Birleşik Krallık'taki diplomatik dokunulmazlığa sahip casuslarının sayısını arttırması, bu kişilerin Birleşik Krallık'ın iç istihbaratından sorumlu teşkilatı olan MI5 tarafından takip edilmesini imkânsız bir noktaya getirmiştir. Buna ek olarak makalede detaylı bir biçimde ele alınan eski KGB³ ajanı⁴ Oleg Lyalin'in verdiği bilgiler, Birleşik Krallık'a bu operasyonu uygulamaya koymaktan başka bir şans bırakmamıştır. Böylece Birleşik Krallık Soğuk Savaş döneminin tek seferde gerçekleştirilen en büyük sınır dışı etme operasyonu olan Foot'u riskler ve belirsizlikler barındırmasına rağmen gerçekleştirmiştir. Foot Operasyonu, Birleşik Krallık ve Sovyetler Birliği arasındaki ikili ilişkileri ilgilendirdiği kadar, Soğuk Savaş'ın geneline etki ettiği için de ayrıca önemsenmelidir. Makalede ele alındığı şekliyle bu operasyon, Sovyetler Birliği'nin Birleşik Krallık'taki casusluk faaliyetlerinin önüne geçilmesi için gerçek bir dönüm noktası olmuştur. Operasyon sonrasında MI5 görevini yapmaya başlamış ve Sovyetler Birliği için Birleşik Krallık casusluk faaliyetlerinin yürütülmesi için zor bir hedef haline gelmiştir.

Bu konu Türkçe literatürde akademik olarak ilgi görmemiş olsa da o dönem yaşananlara ilişkin bazı haberler medyada kısaca yer almıştır. Örneğin Milliyet Gazetesi Sovyet personelin sınır dışı edilmesini kısaca haberleştirmiş ve ilgili haberlerde operasyon için "asrın en büyük casusluk olayı", "diplomasi tarihinin en büyük skandalı" ifadeleri kullanılmıştır (Milliyet, 1971a, s. 1; Milliyet, 1971b, s. 1). Akademik çalışmalar incelendiğinde ise bu konunun ele alınmadığı rahatlıkla ileri sürülebilir. Bu noktada makalenin ortaya çıkışını sağlayan motivasyon, bu önemli olayla ilgili Türkçe literatüre küçük de olsa bir katkı sunma çabasıyla ilişkilidir.

¹ 2018 Mart ayında Eski Rus Ajan Sergei Skripal ve kızına karşı Salisbury'de sinir gazıyla gerçekleştirilen suikast girişiminin ardından, Birleşik Krallık yaşananlardan Rusya'yı sorumlu tutmuştur. Ortaya çıkan kriz, Birleşik Krallık'ın çok sayıda Rus diplomatı sınır dışı etmesi ve Rusya'nın benzer şekilde buna misilleme yapmasıyla derinleşmiştir. Birleşik Krallık'a destek vermek amacıyla Amerika Birleşik Devletleri'nin (ABD) ve Avrupa'daki bazı devletlerin de çok sayıda Rus diplomatı sınır dışı ettiği belirtilmelidir (Erkul, 2021, ss. 167-170).

² Bu diplomatların sınır dışı edilmeleri, Sovyetler Birliği'nin diplomatik misyonunda görev alan diplomatların istenmeyen kişi ilan edilmelerinin bir sonucudur. Bu bağlamda makalede, sınır dışı ifadesinin yerine istenmeyen kişi ilan edilmeleri ifadesinin kullanılması mümkün olsa da bu konuyla ilgili İngilizce literatür dikkate alındığında sınır dışı etme, kovma ve çıkarma anlamlarına gelen "expelled ve expulsion" kelimelerinin yaygın olarak kullanıldığı görülmektedir. Buradan hareketle makalede de ağırlıklı olarak sınır dışı kelimesinin kullanıldığı belirtilmelidir.

³ KGB Komitet Gosudarstvennoy Bezopasnosti'nin kısaltması olarak kullanılır ve Türkçe'deki karşılığı Devlet Güvenlik Komitesi'dir.

⁴ Türkçe literatürde yaygın olarak ajan ve casus kelimeleri birbirinin yerine kullanılsa da Lyalin örneğinde de görüleceği üzere ajanlar bir istihbarat teşkilatının üyesi olarak görev alan kişilerdir. Ajanlar yalnızca istihbarat toplamazlar, casusluk faaliyetleri ve gizli operasyonlar dahil olmak üzere birçok görevi yerine getirebilirler. Casuslar ise bir aktörün amaçlarını yerine getirmek için gizli olarak bilgi toplayan ve bunları iletenlere denir. Bu bağlamda doğrudan bir istihbarat teşkilatında görev almaları mümkün olduğu gibi bir istihbarat teşkilatı için çalışmaları da mümkündür.

24 Eylül 1971 tarihli Foot Operasyonu'nu çok yönlü olarak ele almayı amaçlayan bu makale, giriş ve sonuç bölümü dışında üç bölümden oluşmaktadır. İlk olarak diplomatik ayrıcalıklar ve dokunulmazlıkların niçin casusluk faaliyetleri için önemli bir güvence olduğu konusuna değinilmiş ve Foot Operasyonu öncesinde Birleşik Krallık ve Sovyetler Birliği ilişkileri casusluk temelinde kısaca ele alınmıştır. Sonrasında Foot Operasyonu'nun nedenleri ve Birleşik Krallık'ın bu operasyonu nasıl gerçekleştirdiği incelenmiştir. Son olarak ise operasyonun sonuçları Birleşik Krallık ve Sovyetler Birliği ilişkilerinin ötesinde, Soğuk Savaş da içerecek şekilde değerlendirilmiştir.

2. Diplomatik Dokunulmazlık ve Casusluk Temelinde Sovyetler Birliği-Birleşik Krallık İlişkileri

Diplomasi tarihi incelendiğinde geçici (ad-hoc) diplomasi görevinde bulunan elçilerin, yalnızca görevlerini yapmaları sebebiyle hayatlarının tehlike altında olduğu bir gerçektir. Türkçe'deki "elçiye zeval olmaz", Latince "ne nuntium necare" ve İngilizce'deki "dont kill the messenger" sözleri bu temelde değerlendirildiğinde, elçilerin hayatlarının tehlike altında olduğu daha net anlaşılacaktır. Bunun yanında elçilerin buldukları devletlerde kendilerine güven duyulmaması sebebiyle görevlerini yapmakta zorlandıkları da belirtilmelidir.

Sürekli diplomasiye yeni geçildiği dönemlerde ise elçilere birer casus gözüyle bakılmaya başlanmıştır (Nicolson, 1954, s. 30'dan aktaran Tuncer, 2005, s. 28). Avrupa devletleri arasında sürekli diplomasinin yaygınlaşmasına paralel olarak büyükelçilere cezai yargı yetkisinden muafiyet sağlanmaya da başlanmıştır. Devam eden süreç içerisinde Avrupa devletleri, özellikle on sekizinci yüzyılda diplomatların ayrıcalıkları ve dokunulmazlıklarına ilişkin hukuki çerçeveyi büyük ölçüde oluşturmuşlardır. Oluşturulan bu çerçeve her ne kadar diplomatlara kanunları göz ardı etme yetkisi vermese de fiilen diplomatların yasalara uyma zorunluluğunun olmadığı anlamına gelmiştir. Diplomatların bu ayrıcalıkları devam eden süre içerisinde de büyük ölçüde değişmeden günümüze kadar gelmiştir. 1961'de çok sayıda devlet tarafından imzalanan Diplomatik İlişkiler Hakkında Viyana Sözleşmesi ise daimî diplomatik misyon üyelerine ve onların ailelerine tanınan dokunulmazlıkları kapsamlı bir biçimde güvence altına almıştır (Farhangi, 1986, ss. 1518-1519).

Hukuki yönden açıkça düzenlenmemiş olması nedeniyle barış zamanında yürütülen casusluk faaliyetleriyle karşılaşılması durumunda devletler engel ve sınırlama olmaksızın, kendi iç hukuklarına bağlı olarak karar almaktadırlar (Köken ve Gül, 2020: 2188-2192). 1961 Viyana Sözleşmesi'ne göre diplomatik misyonun parçası olan kişilerin görevleri arasında bilgi toplamak da yer almaktadır. Burada dikkat edilmesi gereken husus, bilgi toplama faaliyetinin normal kabul edilebilecek yollarla yapılması gerektiğidir. Diplomatik sığa haiz kişilerin casusluk faaliyetleriyle bilgi toplamaları durumunda, buldukları ülkeler bu eylemde bulunan kişileri istenmeyen kişi ilan edebilirler (Arı, 2004, ss. 320-322). Kısaca Viyana Sözleşmesi'ne göre yabancı bir diplomatın ayrıcalıklarını kötüye kullandığından şüphelenilmesi durumunda, ev sahibi ülkenin uygulanabileceği tek yaptırım, ilgili diplomatın/diplomatların istenmeyen kişi ilan edilerek kendilerine verilen süre içerisinde ülkeyi terk ettirilmesinin sağlanmasıdır (West, 2006, s. 97).

Konuya Soğuk Savaş gerçekliği içerisinde bakıldığında, casusların diplomatik dokunulmazlık altında faaliyetlerini yürütmeleri her iki bloğun da kullandığı bir yöntemdir.⁵ Bu bağlamda Sovyetler Birliği de istihbarat toplamaya yönelik operasyonlarını ağırlıklı olarak büyükelçiliklerinde ve yabancı başkentlerdeki ticaret delegasyonlarında diplomatik dokunulmazlığa sahip olan kişiler aracılığıyla gerçekleştirmektedir (Hughes, 2006, ss. 230-231). Yukarıda açıklanan Viyana Sözleşmesi'nin diplomatik misyonun üyelerine/temsilcilerine yönelik olarak kişi dokunulmazlığı, yargı dokunulmazlığı ve bağışıklığı, konut, belge ve eşya dokunulmazlığı ile vergi ve gümrüğe ilişkin tanınan ayrıcalıklar (Reçber, 2011, ss. 57-72), casusluk faaliyetlerinin diplomatik temsil altında yapılmasını cazip ve bunun da ötesinde güvenli hale getirmektedir.

Kennedy'nin belirttiği üzere Sovyetler Birliği'nin sahip olduğu geniş sınırlar içerisinde güvenli kalma isteğine karşılık diğer aktörlerin buna kayıtsız kalması, Sovyetler Birliği'nin kendisini daha az güvende

⁵ Bu yöntemin bugün de büyük ölçüde değişmediği belirtilmelidir. Casusların büyükelçiliklerde görev yapan kültür ataşesi, askeri ataşe ve basın irtibat görevlisi gibi görece düşük düzeylerdeki diplomatik görevlere atandıkları sıklıkla karşılaşılan bir uygulama haline gelmiştir (Goldstein ve Pevehouse, 2017, s. 346).

hissetmeleriyle sonuçlanmıştır (Kennedy, 2015, s. 575). Böylece Sovyetler Birliği askeri ve diplomatik yönden yetkinliklerini arttırmaya çabalamakla birlikte, casusluk faaliyetlerine de güvenlik temelinde fazlasıyla önem vermiştir.

Gaddis'e göre 1920'ler ve 1930'larda Sovyetler Birliği, başta Britanya olmak üzere, zaman içerisinde önemli pozisyonlarına yükselbilecek casusları işe almak için büyük bir çaba harcamaktaydı (Gaddis, 1989, s. 195). Sovyetler Birliği'nin özellikle teknik konulara ilişkin olarak yürüttüğü casusluk faaliyetlerinde başarılı bir ülke olduğu söylenebilir. Soğuk Savaş'ın hemen başında Sovyetler Birliği'nin casusları aracılığıyla nükleer silahlara ilişkin bilgiler edindiği ve bu bilgileri de kullanarak nükleer silah elde ettiği veya bu silahları geliştirdiği yönünde görüşlerin bulunduğu dikkate alınrsa (Aldrich, 2006, ss. 220-221) bu husus daha iyi anlaşılacaktır.

Konuya Birleşik Krallık özelinde bakıldığında ise Sovyetler Birliği'nin en önemli istihbarat başarısı, "Cambridge Beşlisi" veya "Muhteşem Beşli" isimleriyle anılan ve Anthony Blunt, Guy Burgess, John Cairncross, Donald Maclean ve Harold Adrian (Kim) Philby isminde beş kişiden oluşan bir istihbarat çemberidir. Sovyetler Birliği adına çalışan bu ajanlar, Cambridge Üniversitesi'nde henüz birer öğrenciyken önce Marksizm ile tanışmışlar, sonrasında ise Sovyetler Birliği istihbaratı adına çalışmaya ikna edilmişlerdir. Devam eden süreçte II. Dünya Savaşı'nın başlamasıyla Birleşik Krallık'ta Sovyetler Birliği'ne istihbarat bilgisi verebilecek pozisyonlara gelen bu kişiler, 1950'lerin başına kadar gizli kalmayı başarmışlardır (Teagarden, 1998, s. 63). Bu beş kişiden en çok ön plana çıkan Philby, 1951'den itibaren casusluk şüphesi altında olmasına rağmen kendisine yönelik suçlamaları reddetmiştir. Philby'nin inkarı ve O'nu yargılamak için yeterli delilin olmaması sebebiyle MI6'teki⁶ eski meslektaşlarıyla görüşmeye devam eden Philby, Ocak 1963'te Beyrut'tan Moskova'ya kaçışına kadar kendisini gizlemeyi başarmıştır (Bennett, 2018, s. 151).

1965'te dönemin başbakanı Harold Wilson'un Sovyetler Birliği ile imzaladığı bir antlaşma, diplomatik dokunulmazlıkları Sovyetler Birliği'nin tüm diplomatik personelini kapsayacak şekilde değiştirmişti. Wilson'un imzaladığı bu antlaşmaya yönelik ciddi tepkilerin geldiği dikkate alınmalıdır. Her ne kadar Wilson MI5'in Sovyet diplomatlarını izleyebilecek kapasitede olduğunu ve endişe edilmemesi gerektiğini belirtse de Sovyetler Birliği, Birleşik Krallık'taki diplomat sayısını arttırarak MI5'in kendilerini izlemesini zorlaştırmıştır. Buradan Wilson'un da Sovyet diplomatların büyük bir kısmının casusluk faaliyetlerinde bulduklarına inandığı anlaşılmaktadır. Diğer taraftan Birleşik Krallık'ın bu faaliyetlere benzer şekilde karşılık verme kapasitesi bulunmamaktaydı. Çünkü Birleşik Krallık mütekabiliyet üzerinden Sovyetler Birliği'nin diplomat sayılarını arttırmasına cevap verebilecek bir "diplomatik" teşkilata sahip değildi (Hughes, 2006, ss. 232-234).

Foot Operasyonu'ndan önce o dönemde, Kraliyet Hava Kuvvetleri'nin (RAF) baş teknisyeni olarak görev yapan Douglas Britten KGB adına çalışmış ve büyük miktarlarda gizli iletişim verilerini KGB'ye satmıştır. MI5'in casus olarak tanımlamasının ardından Britten, 1968'de 21 yıllık bir hapis cezasına çarptırılmıştır⁷ (West, 2005, s. 71). Teknik konuların casusluk faaliyetlerindeki önemini ortaya koymak adına Birleşik Krallık'taki Sovyet casuslarının 1960'ların sonu ve 1970'lerin başında özellikle Concorde ve Rolls Royce Olympus jet motorlarının planlarını ele geçirmeye çalıştıkları belirtilmelidir (Sarol, 1971, s. 9).

Sovyetler Birliği'nin Birleşik Krallık'ta veya dünyanın başka bir bölgesinde gerçekleştirdiği casusluk faaliyetlerindeki başarısında, ideoloji temel bir yere sahipti. Sosyalist ideoloji KGB'nin potansiyel casusları kendi adına çalışmaya ikna etmesinde⁸ önemli bir kolaylaştırıcı rol oynamıştır. Birleşik Krallık ise şantaj/para⁹ ve daha iyi bir hayat vaadiyle Sovyetler Birliği adına çalışan casusların kendileri adına çalışması

⁶ MI6 (Military Intelligence, Section 6) Birleşik Krallık'ın dış istihbarattan sorumlu teşkilatıdır.

⁷ Özellikle bu olaydan sonra Birleşik Krallık, Sovyet yetkililerinin sayısını azaltma yönünde bir çaba harcamış ve ülkesindeki Sovyet diplomatlarının sayısını en fazla 150 olacak şekilde sınırlandırmıştır. Buna rağmen Sovyetler Birliği özellikle ticaret delegasyonu üzerinden sayıyı arttırmaya devam etmiştir. Sovyet ticaret delegasyonunun sayısındaki artışa rağmen ikili ticaretin artmadığı da not edilmelidir (TIME Magazine, 1971a: s. 49-50.).

⁸ 1954'te yeniden yapılandırılarak Devlet Güvenlik Komitesi (KGB) adını alan örgüt istihbarat, karşı istihbarat ve baskı uygulama konularında Sovyetler Birliği içerisinde birincil bir statüye sahipti. KGB'nin insan kazanmaktaki en önemli avantajı, Batılı ülkelerde komünizmi destekleyen kişilerin inandıkları ideolojileri nedeniyle KGB ile iş birliği yapmış olmalarıydı (Toffe, 2004, s. 95-96).

⁹ Sun Tzu Savaş Sanatı isimli eserinde bu durumu şöyle açıklamıştır: "Düşmanların casusları seni gözetlemek için geldiklerinde kendi ülkeleri yerine senin çıkarlarına çalışmalarını sağlayabilmek için onlara bol para ver. Böylece bu casuslar iki taraflı casus olur ve sana hizmet ederler." (Tzu, 2014: s. 172).

için çabalamıştır. Birleşik Krallık'ı Sovyetler Birliği'ne karşı casusluk temelinde kırılğan yapan husus, daha önce de ifade edildiği gibi Sovyetler Birliği'nin Londra'da geniş bir diplomatik temsile sahip olması ve diplomatik dokunulmazlık altında olan çok sayıdaki personelin casusluk faaliyetinde bulunmasıydı. Böylece Sovyetler Birliği Birleşik Krallık'ın muhtemel casusları takip etmesini büyük oranda imkânsız hale getirmiştir. Bu noktada Birleşik Krallık'ın Sovyetler Birliği'ne karşı durumu kendi lehine çeviren bir iradeye ihtiyacı bulunmaktaydı. Bu iradenin fiili olarak uygulanması ise Soğuk Savaş'ın en büyük sınır dışı etme operasyonu olan 1971 Foot Operasyonu ile mümkün olmuştur.

3. Nedenleri ve Ortaya Çıkan Diplomatik Kriz Çerçevesinde 1971 Foot Operasyonu

24 Eylül 1971'de Birleşik Krallık Dışişleri Bakanlığı, Sovyetler Birliği'nin Londra Büyükelçiliği'nde görev yapan 90 şüpheli diplomata, Birleşik Krallık'tan ayrılmaları için iki hafta süre verildiğini duyurmuştur. Hali hazırda Sovyetler Birliği'nde izinli olan 15 diplomatın da Birleşik Krallık'a dönmelerine izin verilmediği dikkate alınırca, bu operasyonda toplam 105 "diplomat" Birleşik Krallık'tan sınır dışı edilmiştir. Bu operasyon Birleşik Krallık'ın ulusal güvenlik çekincelerinin yanında Sovyetler Birliği'nin diplomatik ayrıcalıklardan yararlanarak casusluk faaliyetlerini genişletmesine karşı yapılmıştır (Hughes, 2006, s. 229).

Operasyon'un isminin neden "Foot" olarak seçildiğiyle ilgili net bir bilgi verilemese de o dönemde Birleşik Krallık Dış İşleri Bakanlığı'nın Doğu Avrupa ve Sovyet Birimi'nin başında olan George Walden operasyona "Foot" isminin verilmesinin kendisinin fikri olduğunu belirtmiştir. Walden'a göre ayak (foot) kelimesi, Londra'daki Sovyet casuslarına "tekme vurmak" için yapılan ince bir şaka olarak seçmiştir (Walden, 1999'dan aktaran Bennett, 2013, s. 197). Benzer şekilde Walton da Foot Operasyonu'nun ismini Sovyet casuslarını Birleşik Krallık'tan tekmeleyerek çıkarmak için yapılmış sinsice bir gönderme olabileceğini (Walton, 2022) ifade etmiştir.

Sovyetler Birliği'nin diplomatik dokunulmazlık altında Birleşik Krallık içerisinde casusluk faaliyetlerine devam ettiği açıktı ve MI5, Sovyetler Birliği adına çalışan casuslarının sınır dışı edilmesi konusunda 1971 öncesinde de ısrarcıydı. Fakat Dışişleri Bakanlığı böyle bir eylemde bulunulmasının, Sovyetler Birliği'nin Moskova'daki Birleşik Krallık Büyükelçiliği personeline yönelik daha fazla kısıtlama yapmasına neden olacağı gerekçesiyle, MI5'a karşı çıkmaktaydı (West, 1984, s. 291). İşçi Partili Başbakan Wilson'dan sonra başbakan olan Muhafazakâr Partili Heath'in, Sovyetler Birliği'nin diplomatik dokunulmazlıkları kötüye kullanılmasına karşı harekete geçme konusunda Wilson'a göre daha kararlı bir tutum sergilemesi (Hughes, 2006, s. 242), MI5'in avantajına bir durumu ortaya çıkarmıştır. Esasında Başbakan Heath, Sovyetler Birliği'nin casusluk faaliyetlerinin boyutuna ve etkisine ilişkin olarak bilgilendirilmeden önce böylesine büyük bir sınır dışı operasyonu gerçekleştirme niyetinde değildi.

Seyahat etmeyi fazlasıyla seven Başbakan Heath, operasyondan yaklaşık beş ay önce Nisan 1971'de Sovyetler Birliği'ne bir seyahat gerçekleştirmek istemesine rağmen, Dışişleri Bakanlığı Berlin üzerine dörtlü görüşmelerin devam ettiği bir dönemde, böyle bir ziyareti erken olarak değerlendirmekteydi. Kısa bir süre sonra ise Heath, MI5 tarafından Sovyetler Birliği'nin ticari görevliler, kültürel temsilciler veya benzer görevler altında saklanan istihbarat subaylarının sayısı hakkında bilgilendirilmiştir. Heath'e verilen bilgilerdeki istihbarat subayı sayısı, Dışişleri Bakanlığı'nın ve MI5'in düşündüğünden daha fazlasıydı. Böylece Heath, 105 kişiyi kapsayan operasyonun büyüklüğüne rağmen kararlılık göstermiş ve ajanların sınır dışı edilmesine karar vermişti. Burada dikkat edilmesi gereken husus, Heath'in bu kararı kabineyle görüşmeden alması gerektiğinin farkında olması ve kabinenin bunun gerekçelerini anlayacağını düşünmesiydi (Ziegler, 2010, ss. 398-399). Heath, operasyona ilişkin karar vermiş olsa da Berlin'de gerçekleşen görüşmeleri bozarak Soğuk Savaş'taki yumuşamaya zarar veren taraf olmak istememekteydi. Diğer taraftan, detaylarına aşağıda yer verilecek Sovyetler Birliği ajanı Oleg Lyalin'in verdiği bilgiler, Başbakan Heath üzerindeki zaman baskısının artmasına sebebiyet vermiştir.

Bu noktada operasyonun zamanlaması önemliydi. Heath operasyon için 1971 Eylül ayının hemen başında gerçekleştirilecek olan Berlin Görüşmeleri'nin sonuçlanmasının gerekli olduğunu düşünmekteydi. Çünkü Heath, operasyonun bu görüşmelerin öncesinde yapılması durumunda Sovyetler Birliği'ne görüşmelerden çekilmek için bir bahane verileceğine inanmaktaydı. Ancak diğer taraftan Lyalin'in çift taraflı casusluğunun ortaya çıkacağı veya operasyonun gizli tutulamama endişesi de operasyonun bir an

önce yapılması için Heath'i zihnen baskı altına almaktaydı.¹⁰ Bu sebeple 24 Eylül 1971 operasyon tarihi olarak seçilmiştir. Birleşik Krallık elbette Sovyetler Birliği'nden bir misilleme beklemekteydi. Gelecek misillemenin kapsamı ve şekline bağlı olarak Birleşik Krallık daha fazla şüpheli istihbarat görevlisini istemeyen kişi ilan etmeyi,¹¹ Sovyet personeline daha sıkı seyahat kısıtlamaları getirmeyi ve kültürel değişime ilişkin ikili anlaşmanın geçersizliğini duyurmayı planlamaktaydı (Hughes, 2006, ss. 239-240).

Bu operasyonu Birleşik Krallık için önemli kılan bir başka neden, KGB'nin Batı'ya karşı terörist eylemler ve sabotajlar planladığına yönelik MI5'in edindiği bilgilerle ilgilidir. MI5 bu bilgileri KGB'den kaçan ve MI5 adına çalışmaya başlayan Lyalin'den edinmiştir ki bu bilgiler¹² ajanların hızlı bir biçimde sınır dışı edilmelerinin önemini daha da arttırmıştır (Trahair ve Miller, 2009, ss. 282-283). Birleşik Krallık'ta Sovyetler Birliği'nin ticaret delegasyonunun diplomatik dokunulmazlığı altında faaliyetlerini yürütmekte olan Lyalin (Walton, 2022), KGB'nin kamu hizmetlerinin sabote edilmesi, suikast ve terör eylemlerinden sorumlu birimi olan "V Departmanı" adına çalışan KGB ajanlarının bir listesini de MI5'a vermiştir. MI5 bu listedeki kişilerin çoğunun zaten ajan olduklarından şüphelenmekteydi. Bu noktada Lyalin'in listesiyle bir doğrulama da yapılmış oldu ve böylece 105 Sovyet casusu istenmeyen kişi ilan edilerek (Trahair ve Miller, 2009, s. 231), operasyona başlanmıştır.

Burada MI5'in başarısı, Lyalin'in şantaj yoluyla kendileriyle çalışmaya mecbur bırakılmasına ilişkindir. Lyalin'in sekreteri olan Irina Teplyakova ile ilişkisi bulunmaktaydı. MI5 bu bilgiyi kullanarak Lyalin'i şantajla tehdit etmiş ve kendileri için çalışmaya zorlamıştır. Bu tehdit işe yararmış ve Lyalin, ilişkisine devam edebileceği güvenli bir eve erişim sağlanması koşuluyla MI5 için çalışmayı kabul etmiştir (Trahair ve Miller, 2009, s. 231).

Harvey ve Keatley'in 25 Eylül 1971 tarihli Guardian Gazetesi'ndeki haberleri, konunun kamuoyuna nasıl yansındığını göstermesi açısından önemlidir. Haberde sınır dışı etme emri, boyut ve kapsam açısından benzeri görülmemiş bir karar olarak nitelendirilmiştir. Ayrıca 105 Sovyet personelinin aktif ajanlık yaptıklarından şüphe edildiğinin ve üst düzey bir KGB ajanının Britanya'ya iltica etmesi ve O'nun sağladığı bilgilerin de yardımıyla, bu kararın alınmış olduğu vurgulanmıştır. Ayrıca Britanya'da Sovyetler Birliği'nin artan istihbarat varlığının verdiği endişeye de yer verilmiştir. Son olarak, büyükelçilik personel sayısının Kasım 1968'de alınan kararda belirlendiği şekilde sınırlı olmasına rağmen Sovyetler Birliği'nin diğer kategorilerdeki personellerle bu sayıyı artırma yoluna gittiği ve 550'den¹³ fazla Sovyet personelinin bulunduğu Birleşik Krallık'ın diplomatik personel sayısı yönünden birinci sırada olduğuna da değinilmiştir (Harvey ve Keatley, 1971, s. 1).

Sovyetler Birliği'nin bu büyüklükte bir sınır dışı kararına nasıl cevap vereceği merak edilmektedir. Bennett'in belirttiği gibi önceki dönemlerde Birleşik Krallık ve Sovyetler Birliği'nin az sayıda diplomatı karşılıklı olarak sınır dışı etmeleri alışlagelmiş bir davranış olmuştur. Fakat Foot Operasyonu büyüklüğü sebebiyle hem ulusal hem de uluslararası kamuoyunun dikkatini çekmiştir. Hem Sovyetler Birliği'nin buna nasıl bir cevap vereceği öngörülemediği hem de Soğuk Savaşın geneline etki edecek bir karar olduğu için bu operasyon sonuçları itibarıyla Birleşik Krallık için bir dizi endişeyi de beraberinde getirmiştir. Bu noktada karşılaşılabilecek en kötü sonuç, Birleşik Krallık ve Sovyetler Birliği arasındaki ikili ilişkilerin tamamen kopması ihtimaliydi. Ayrıca Soğuk Savaş'ın tırmanma eğilimine girmesi ticaretin aksamasına, Doğu ve Batı Blokları arasındaki müzakerelerin durmasına ve Doğu Bloğu ülkelerinde iş için bulunan Birleşik Krallık vatandaşlarının güvenliğinin misilleme tehdidiyle karşılaşmasına neden olabilirdi (Bennett, 2013, ss. 123-124).

¹⁰ Ayrıca MI5, Heath'in sınır dışı kararını vermesinden kısa bir süre sonra, başbakanı Sovyetler Birliği'nin Birleşik Krallık'taki işçi hareketlerine nüfuz ettiği bilgisini vermiştir (Grant, 1989, s. 158).

¹¹ Gerçekleştirilen operasyona rağmen, Birleşik Krallık'ta halen casusluk yapan Sovyetler Birliği personelleri bulunmaktaydı. Birleşik Krallık casusluk yapan bu kişilerin bilgilerine sahip olmasına rağmen ilgili casusları sınır dışı listesine eklememiştir. Birleşik Krallık Dışişleri Bakanlığı'ndan bir yetkilinin de belirttiği üzere, Birleşik Krallık bu tercihle Sovyetler Birliğine karşı misilleme yapabileceği "ikinci vuruş gücünü" korumuştur (TIME Magazine, 1971b: s. 41-42).

¹² Lyalin'in Birleşik Krallık'a verdiği bilgiler arasında Londra Metro'su'nu sular altında bırakma ve Britanya'da önemli isimlere suikast düzenleme planlarının da olması, Sovyetler Birliği'nin ne kadar ileriye gittiğini göstermiştir. Böylece Birleşik Krallık Hükümeti'ne sınır dışı için aranan gerekçeyi sunmuştur. Ayrıca şu da belirtilmelidir ki Birleşik Krallık bu hamlesiyle Sovyetler Birliği karşısında güçsüz olmadığını da kanıtlamak istemiştir (Macintyre, 2016).

¹³ Bu dönemde Sovyetler Birliği'nin Londra Büyükelçiliği'nde, ticaret delegasyonlarında ve Sovyetler Birliği'ne bağlı diğer kuruluşlarda görev yapan Sovyet yetkililerinin sayısının 550 olduğu dikkate alınmalıdır (Canberra Times, 1971a, s. 1).

Heath, kaleme aldığı otobiyografi kitabında, Foot Operasyonu'nun Sovyetler Birliği'nin muhtemel misillemesine karşı en az zararlı sonuçlanması için yaptıklarına değinmiştir. Dönemin Birleşik Krallık Dışişleri Bakanı olan Alec Douglas-Home, Sovyetler Birliği'ndeki mevkidaşı Andrey Gromyko'ya bir mektup yazarak sınır dışı kararının gerekçelerini ortaya koymuştur. Bu mektupta aynı zamanda Birleşik Krallık'ın herhangi bir ek misilleme eylemine karşı, hızlı ve kararlı bir şekilde tepki göstereceği konusunda Sovyetler Birliği uyarılmıştır. Bu noktada Heath, Sovyetler Birliği'nin personel sayısının daha da azaltılması, 'ticaret heyetleri' üyelerinin dokunulmazlığının sona erdirilmesi ya da Birleşik Krallık'ta Sovyet personelinin hareket edebileceği sınırların sıkılaştırılması alternatiflerinin, ülkesinin Sovyetler Birliği'ne verebileceği cevaplar arasında olduğunu muhataplarına iletmiştir. Aynı zamanda Heath'ın, Soğuk Savaş'taki yumuşamayı bozan taraf olarak görülmemeleri için daha az casusluk tehdidi altında, Sovyetler Birliği ile daha iyi ikili ilişkiler kurabileceklerine dair umutlarının olduğunu dile getirmesi¹⁴ de önemlidir (Heath, 1998, s. 475).

Sınır dışı kararının hemen ardından, Sovyetler Birliği buna karşılık olarak dördü diplomat olmak üzere 18 Birleşik Krallık görevlisi ve vatandaşını sınır dışı etme yoluna gitmiştir (Canberra Times, 1971b, s. 5). Sovyetler Birliği'nde Birleşik Krallık'ın gerçekleştirdiği sınır dışılar öfkeyle protesto edilmesine rağmen, Sovyetler Birliği'nin misillemesi sembolik olarak değerlendirilebilir (Campbell, 1993, s. 346). Diğer taraftan Sovyetler Birliği'nin resmi haber ajansı olan TASS, Birleşik Krallık'ı kasıtlı olarak asılsız suçlamalar uydurduğu ve Avrupa'daki gerilimi hafifletmeye yönelik çabaları engellemeye çalıştığı gerekçesiyle suçlamıştır. Bunun yanında TASS'ın, Birleşik Krallık'ın eylemini "Soğuk Savaş'a geri dönüş" olarak nitelendirilmesi de önemlidir (The New York Times, 1971, s. 14). Gromyko ise Birleşik Krallık Hükümeti'ni politik anlamda yaşadıkları başarısızlıklardan dolayı, dikkatleri başka yöne çekmeye çalışmakla suçlamıştır (Taylor, 2018). Makalenin birinci bölümünde ele alınan Cambridge Beşlisi'nin en önemli üyesi olan ve o dönemde Sovyetler Birliği'nde yaşayan Philby, Birleşik Krallık'ta iktidarda olan Muhafazakarları Avrupa'daki yumuşamayı yavaşlatmak için Sovyet yetkililerini sınır dışı ettiği gerekçesiyle suçlamıştır (Canberra Times, 1971c, s. 4). Peki neden Sovyetler Birliği, Birleşik Krallık'a karşı krizi tırmandırma eğilimine girmedir?

Haskew'in belirttiği üzere, Birleşik Krallık 200 şüpheli KGB ajanından oluşan bir listeyi, Sovyetler Birliği'nin muhtemel bir diplomatik misillemesi durumuna karşı hazırda tutmaktaydı (Haskew, 2020). Hazırda tutulan bu listenin de Sovyetler Birliği'nin ölçülü misillemesinin sebepleri arasında olduğu ileri sürülebilir. Freemantle'in aktardığına göre, Sovyetler Birliği'nin göstermelik bir sınır dışı yapması ve bunun devamını getirmemesinde, Home'un Gromyko'ya eğer bu kısasa kısas savaşa dönüşürse, Britanya'da bulunan 200 Sovyetler Birliği personelinin daha sınır dışı etmek için yeterli kanıtı sahip oldukları yönünde yaptığı özel uyarı işe yaramıştır (Freemantle, 1982, s. 87).

Christopher'in belirttiği gibi Foot Operasyonu, MI5'in karşı casusluk operasyonları için önemli bir dönüm noktası olmuştur. Sınır dışı edilen istihbarat görevlilerinin yanında, Londra'daki Sovyet yetkililerine sayıca uygulanan tavan ve bilinen Sovyet istihbarat görevlilerine vize verilmesinin reddedilmesi politikalarının bir arada uygulanmaya başlanması, Birleşik Krallık'ı ilk kez Sovyet istihbaratı için zor bir hedef haline getirmiştir¹⁵ (Christopher, 2010, s. 849). Diğer bir ifadeyle Foot Operasyonu'ndan sonra ilişkiler kötüleşmiş olsa da Sovyetler Birliği, Birleşik Krallık'a daha saygılı davranmaya başlamıştır (Thomson, 1981, s. 242). Bu konu Birleşik Krallık için önemliydi, çünkü 1971 öncesinde Birleşik Krallık, Sovyetler Birliği casuslarının tecrübe kazandıkları bir ülke olarak görülmekteydi. Öyle ki 1980'lerin ortalarında bile 1971 öncesinde Birleşik Krallık'ta kendilerini ispatlamış eski ajanlar tarafından gerçekleştirilen operasyonlar, Sovyetler Birliği'nin istihbarat okullarında birer model olarak sunulmaya devam etmiştir (Andrew, Gordievsky, 1990, s. 436).

Bu operasyonun etkileri yalnızca 105 istihbarat görevlisinin sınır dışı edilmesiyle sınırlı kalmamıştır. Bu operasyon aynı zamanda 1950'lerden itibaren Birleşik Krallık'taki istihbarat görevlisi sayısını arttıran

¹⁴ Birleşik Krallık Dışişleri Bakanlığı'nın Sovyetler Birliği'ne vermiş olduğu diplomatik muhtıradan, iyi ilişkilerin geliştirilmesinin arzu edilmesine rağmen Sovyetler Birliği'nin Birleşik Krallık'taki istihbarat toplama faaliyetlerinin boyutu sebebiyle ikili ilişkilerde defalarca sorun yaşandığı hatırlatılmıştır (Rendel, 1971: s. 35).

¹⁵ Ancak şu husus belirtilmelidir ki operasyon sonrasında Britanya'daki Sovyet istihbaratı sınırlı bir toparlanma sağlasa da KGB adına çalışan Geoffrey Prime'in bağlantıları, Foot Operasyonu'ndan etkilenmemiştir (Andrew, t.y.).

Sovyetler Birliği'ne, artık buna izin verilmeyeceğini gösteren bir yanıt olmuştur. Bunun yanında Lyalin'in sağladığı bilgiler, Sovyetler Birliği'nin sabotaj ve suikast planlarının da açığa çıkması anlamına gelmesi nedeniyle Sovyetler Birliği için fazlasıyla sorunluysa da. Bunun yanında, diplomatik dokunulmazlık altındaki Sovyetler Birliği casuslarının varlığını bilen, ancak sınır dışı edemeyen Batılı ülkeler için de cesaret vericiydi (Christopher, 2010, ss. 565-575).

4. Operasyonun Sonuçları ve İkili İlişkilere Etkileri

MI5'in 105 Sovyet ajanının kimliğini tespit etmesi ve bu kişileri toplu halde Britanya'dan sınır dışı etmesini bir başarı olarak görerek, Birleşik Krallık'ın casusluk faaliyetleri temelinde operasyon öncesine nazaran çok daha zor bir hedef olduğuna inanılanlarla birlikte, bu operasyonun pratik kazancın neler olduğunu belirlemenin kolay olmadığını ileri sürenler de bulunmaktadır (Porter, 2021, s. 195). Eski bir KGB Generali olan Oleg Kalugin ise Foot Operasyonu'nun Birleşik Krallık'taki Sovyetler Birliği istihbaratına bir daha asla iyileşemeyecek bir darbe indirdiğini iddia ederek (Walton, 2022), operasyonun sonuçları itibarıyla önemli olduğunu vurgulamıştır. Andrew ve Mitrokhin Birleşik Krallık'taki KGB operasyonlarının "altın çağının", "Muhteşem Beşli'nin" 1951'deki ifşasıyla sona erdiğinin kabul edilmesi durumunda, KGB'nin "gümüş çağının" da Lyalin'in Birleşik Krallık adına çalışması ve 105 Sovyet casusunun kovulmasıyla bittiğini ileri sürmüşlerdir. Çünkü artık MI5 kapasitesinin çok üzerinde bir gözetim yapmak durumunda kalmadığı için görevini yapmaya başlamıştır. Devam eden süreç içerisinde de KGB Londra'da yüksek düzeyde istihbarat toplamanın, diğer Batılı ülkelerin başkentlerine göre daha zor olduğu gerçeğiyle yüzleşmiştir (Andrew ve Mitrokhin, 1999, s. 416). Ayrıca operasyon diğer ülkelere de benzer bir şekilde sınır dışı yapabileceklerini göstermesi açısından da önemlidir. Riehle'nin belirttiği üzere, Sovyetler Birliği'nden sınır dışı edilenlerin sayısı 1970'e kadar görece azdı ve sınır dışı edilenlerin dünya çapındaki toplam sayısı, çoğu yıl yirminin altında kalmıştı. 1971'de Birleşik Krallık'ın gerçekleştirdiği kitlesel sınır dışı etme, bu noktada bir dönem noktasydı ve buradan aldıkları referansla diğer aktörler¹⁶ de benzer bir yolu seçerek (Riehle, 2023, s. 3), çok sayıda casusu sınır dışı etmişlerdir.

Operasyonun diğer bir sonucu, KGB içerisinde büyük bir dönüşüme neden olmasıyla ilişkilidir. Eski bir KGB ajanı olan Kuzichkin'in aktardığına göre, V Departmanı'nın 1972'de operasyonlarının durdurularak lağvedilmesinde, Lyalin'in birimle ilgili sırları açığa çıkarması önemli bir rol oynamıştır. Bunun üzerine Sovyetler Birliği dünyada bu birimde görev yapanları geri çağırarak görev tanımlarında ve birimlerinde değişiklik yapma yoluna gitmek durumunda kalmıştır (Kuzichkin, 1990, s. 81). Lyalin'in verdiği listeler ve sağladığı bilgiler, Londra'daki Sovyetler Birliği Büyükelçiliği'nde büyük bir panik yaratmıştır. Diğer ülkelerdeki V Departmanı'nın operasyonlarını tehlikeye atabileceği yönündeki endişeler de FOOT Operasyonu'nun etkisini genişletmiştir. Bu yönüyle Lyalin ve FOOT Operasyonu, V Departmanı'nı "sakat" bırakırken, Sovyetler Birliği içerisinde yaşananların sorumlularına yönelik bir hesaplaşmayı da başlatmıştır (Andrew ve Mitrokhin, 1999, s. 383).

Her ne kadar KGB, Birleşik Krallık'ta önemli bir güç kaybı yaşamış olsa da Rees, Birleşik Krallık'tan sınır dışı edilen 105 Sovyet görevlisinin farklı ülkelerde tekrar görevlendirilmesine karşı dikkatli olunması gerektiğine inanmaktaydı. Bu düşüncesini kuvvetlendirmek adına sınır dışı edilen iki diplomatın, uzak doğuda yeniden görevlendirildiğinin altını çizen Rees'in üzerinde durduğu bir diğer konu ise Sovyetler Birliği'nin sınır dışı edilen diplomatları farklı isimler altında yeniden görevlendirmesi ihtimaliydi (Rees, 1972, s. 2). İlginç bir bilgi olarak, Birleşik Krallık'ta sınır dışı edilen Sovyetler Birliği casuslarının yeniden ülkeye girmelerinin endişe yaratmaya devam ettiği Hansard kayıtları incelendiğinde görülmektedir. Parlamento'da "1971'de bu ülkeden sınır dışı edilen 105 Sovyet yetkilisinden kaç tanesi, o zamandan bu yana, ne kadar süreyle ve hangi bahaneyle Birleşik Krallık'ı tekrar ziyaret etti?" sorusu hükümete sorulmuş

¹⁶ Bu noktada Avrupa ve Avrupa dışından verilebilecek çok sayıda örnek olmakla beraber, Birleşik Krallık'ın ajanları sınır dışı etme yönteminin 1983'te Fransa tarafından uygulandığı belirtilmelidir. KGB'deki görevinden kaçarak Fransa ile iş birliği yapan Vladimir Vetrov'un, Fransa istihbaratına verdiği liste ve belgelere ek olarak Moskova'daki Fransa Büyükelçiliği'nin teleprinterlerindeki böceklerin, yedi yıl boyunca gelen ve giden tüm telgrafları KGB'ye iletildiği anlaşılmıştır. Sovyetler Birliği'ne gerçek bir karşılık vermek isteyen dönemin Fransa Cumhurbaşkanı Mitterrand, 5 Nisan 1983'te 47 Sovyet istihbarat subayının Fransa'dan sınır dışı edilmesi emrini vermiştir (Andrew ve Mitrokhin, 1999, s. 475)

ve hükümet adına “Söz konusu Sovyet yetkililerinden hiçbiri, 1971’de sınır dışı edilmelerinden bu yana Birleşik Krallık’ı ziyaret etmedi” cevabı verilmiştir (UK Parliament, 1971 June 30).

1973’te Home’un Sovyetler Birliği’ne yaptığı ziyaret sonrasında sorunlar devam etse de ikili ilişkilerde büyük oranda normal bir seviyeye dönüldüğü görülmüştür (Canberra Times, 1973, s. 4). İkili ilişkiler 1974’te daha da yumuşamıştır. Birleşik Krallık ve Sovyetler Birliği arasında diplomatik ilişkilerin kuruluşunun 50. yılının kutlanacağına duyurulması (Canberra Times, 1974, s. 6) bunun önemli göstergelerinden biridir. Yine de Birleşik Krallık casusluk konusunda dikkatli olmaya çabalamıştır. Birleşik Krallık ve Sovyetler Birliği ilişkilerinde yaşanan ivmelenmeye rağmen Birleşik Krallık, 1975’te Londra’daki Sovyetler Birliği Büyükelçiliği’ne atanan iki üst düzey Sovyet yetkilisine vize vermeyi reddetmiştir. Bu reddin gerekçesi, KGB’nin Londra’daki ağının kademeli olarak yeniden inşa edilmesine izin verilmemesi gerektiği üzerine kurulmuştur. Dönemin Dışişleri Bakanı James Callaghan, Foot Operasyonu’nu dikkate alarak bu kararı desteklemiştir (TNA, FCO, 87/551’den aktaran Mulquenn, 2019, ss. 150-151). Ayrıca şu husus da ifade edilmelidir ki katı bir anti-komünist olan Heath, operasyon sonrasındaki süreçte Moskova’ya gitmemiş ve başbakan olarak Sovyet liderleriyle görüşmemiştir (MacShane, 2006, s. 74).

Birleşik Krallık’ın Foot Operasyonu’nu gerçekleştirmesi ve operasyonun sonuçları elbette Soğuk Savaş’ın yumuşama¹⁷ ve tırmanma dönemlerinden bağımsız düşünülemez. Birleşik Krallık Lyalin’in verdiği bilgileri de dikkate alarak, 1971’in Mayıs ayında operasyonu gerçekleştirme yönünde bir prensip kararına varmıştır. Buna rağmen operasyon 24 Eylül 1971’de gerçekleştirilmiş ve operasyon kararının alınmasıyla uygulanması arasında geçen kabaca dört ay boyunca ABD bilgilendirilmemiştir. Bu tercihin Birleşik Krallık açısından haklı sebepleri bulunmaktaydı ki bunların başında Soğuk Savaş’taki yumuşamayı olumsuz etkileyeceği gerekçesiyle, ABD’nin operasyona muhtemelen karşı çıkacağı endişesiydi. Dönemin ABD Ulusal Güvenlik Danışmanı olan Henry Kissinger, Birleşik Krallık Büyükelçisi’nden aldığı mektup hakkında Richard Nixon’u bilgilendirmiştir. Kissinger, Büyükelçi’nin kendisine verdiği bilgilerde yer aldığı şekilde Başbakan Heath’in planlandığı gibi önceden bilgilendirmede bulunamaması nedeniyle üzüntü duyduğunu Nixon’a iletmıştır. Birleşik Krallık’a göre ABD’ye haber verilmesi planlanmıştı ancak basında yer alan bir sızıntı sebebiyle hükümet acilen operasyonu başlatmış ve ABD’ye bilgilendirme yapılamamıştı. Ancak Kissinger, operasyonun kasıtlı olarak kendilerinden saklandığına inandığı için haberi aldığı çok öfkelenmiştir (Aldrich, 2010, ss. 283-284). Armaoğlu’nun “bloklarda yapı değişikliği” şeklinde ifade ettiği blok liderlerinin, blok içindeki kontrol ve hakimiyetinin zayıflamasıyla ortaya çıkan durum (Armaoğlu, 2017, s. 483), Birleşik Krallık’ın¹⁸ ABD’nin onayını almadan ve hatta bu ülkeyi bilgilendirmeden Foot Operasyonu’nu gerçekleştirmesiyle karşımıza çıkmaktadır.

Doğu ve Batı Blokları arasındaki ilişkilerde gerginliğin azaldığı, tarafların tedbirli davranışlar göstermeye çabaladığı yumuşama döneminde (Sander, 2004, s. 446) ABD, Foot Operasyonu sebebiyle Sovyetler Birliği veya daha genel olarak Doğu Bloğu ülkeleriyle ilişkilerini bozma niyetinde değildi. ABD’nin bu tutumunun en önemli göstergesi, krizden yalnızca birkaç gün sonra 30 Eylül 1971’de, Sovyetler Birliği ile yanlışlıkla bir nükleer savaşın çıkmasını önlemesi için alınacak tedbirleri düzenleyen Kaza Önleme Antlaşması’nı (Accidents Measures Agreement) imzalamasıdır. (Sander, 2004, s. 454). ABD için yumuşamanın devamı, Vietnam Savaşı bağlamında da önemliydi 1969’da görece düşük başlayan askeri çekilme 1971’de ivmelenmiştir. 1971’in sonunda ABD’nin Vietnam’dan geri çektiği asker sayısının yaklaşık 200 bin olduğu dikkate alındığında bu husus daha iyi anlaşılacaktır (Armaoğlu, 2017, s. 611).

1980’lerde Birleşik Krallık ve Sovyetler Birliği arasında yaşanan ve sınır dışı etmeye bağlı olarak ortaya çıkan diplomatik krizler yeniden gündeme gelmiştir. Margaret Thatcher’ın başbakanlığında 1981’i takip eden yıllarda az sayıda da olsa Sovyetler Birliği personeli sınır dışı edilmiştir. 1985’te ise sınır dışı edilmeler üzerine yeni bir diplomasi krizi yaşanmıştır (Clarke, 1988, s. 69). 1985 yılında Thatcher’ın başbakanlığında,

¹⁷ Yumuşama kavramı iki aktörün karşılıklı bir biçimde düşmanlıktan uzaklaşmasını ifade eder ve bu uzaklaşma, barış içerisinde yeni bir ilişkinin tesis edilmesi olarak yorumlanamaz (Roskin ve Berry, 2014, s. 123). Bu yönüyle yumuşama kırılan olarak kabul edilebilir.

¹⁸ Buna ek olarak, Birleşik Krallık’ın ABD ile ilişkilerini anlamak adına 1960’ların sonu ve 1970’lerin hemen başı önemli bir dönüm noktası olarak kabul edilebilir. Şöyle ki 1960’ların sonuna gelindiğinde, Britanya’nın dekolonizasyon sürecini büyük orada tamamlanmıştı. Birleşik Krallık’ın diğer ülkelerdeki askeri kuvvetlerini geri çekmesine paralel olarak, askeri yetenekleri de büyük ölçüde azalmıştı. Bu azalma, Londra’nın Washington ile olan bağlarını ciddi şekilde zayıflatmış ve ikili ilişkilerinin gerilemesine neden olmuştu (Sanders, 1989, ss. 1-3).

aynı zamanda Birleşik Krallık adına ajanlık faaliyeti yürüten Oleg Gordievsky'nin vermiş olduğu bilgiler üzerine 25 Sovyet casusu sınır dışı edilmiştir.¹⁹ Sovyetler Birliği bunun üzerine eşit sayıda Britanyalı sınır dışı ederek bir misillemede bulunmuştur. Bu gelişmenin ardından Birleşik Krallık, Sovyetler Birliği'nin istihbarat birimlerinde ikinci derece olduğunu iddia ettiği altı kişiyi daha sınır dışı etmiştir. Sovyetler Birliği de altı Birleşik Krallık personelini daha sınır dışı ederek durumu eşitlemiş ve taraflar karşılıklı olarak 31 personeli sınır dışı etmişlerdir (Canberra Times, 1985, s. 6).

5. Sonuç

Soğuk Savaş'ta her iki bloğun da realist temelde diplomatik "koruma zırhı" olmadan casusluk faaliyetlerinde bulunmaması, rasyonel bir tercih olarak değerlendirilebilir. Diğer taraftan Sovyetler Birliği'nin Birleşik Krallık'ta elde ettiği casusluk başarısında, sosyalist ideolojiden yararlanması büyük bir yer tutmaktaydı. Bu, Sovyetler Birliği özelinde sosyalizme duyulan aidiyet üzerinden kendi adına çalışan kişilerin adanmışlığını arttırmaktaydı. Bunun yanında Sovyetler Birliği geniş diplomatik temsil yeteneği ve sahip olduğu çok sayıda istihbarat personeli ile diplomatik misyonda görev alan ajan sayısını artırarak, ajanlarının MI5 tarafından takip edilmesini hemen hemen imkânsız bir noktaya taşımıştır. Böylece Sovyetler Birliği nezdinde Birleşik Krallık, casusluk faaliyetlerinin kolayca yürütülebileceği bir ülke olarak görülmüştür. Operasyon sonrasında ise MI5 muhtemel casusları takip/gözetleme görevini yerine getirmeye başladığı için Sovyetler Birliği bir süre Birleşik Krallık'taki casusluk faaliyetlerini dondurmak durumunda kalmıştır. Operasyonun önemli bir sonucu olarak şu söylenebilir ki Birleşik Krallık, 1971 sonrasında diğer Avrupa devletlerinden çok daha zorlu bir istihbarat hedefi haline gelmiştir.

Esasında Sovyetler Birliği'nin Birleşik Krallık'taki casusluk faaliyetlerinin ne kadar sorunlu bir hale geldiği MI5 tarafından ısrarla dile getirilmiş olsa da hükümeti ikna etmeye yetmemiştir. Bu noktada Lyalin'in vermiş olduğu bilgiler, casusluğun yanında suikast ve sabotaj temelinde Birleşik Krallık'ın karşı karşıya kaldığı tehlikenin boyutlarını ortaya koymuş ve hükümetin sınır dışı etme kararını kaçınılmaz kılmıştır. Heath, operasyona daha erken bir dönemde karar vermiş olsa da Berlin'de devam eden dördümlü görüşmeleri olumsuz etkileyen taraf olmamak adına görüşmelerin sonuçlanmasını bekleyerek doğru bir karar vermiştir. Bu noktada Heath'i baskı altına alan husus ise operasyona dair bir sızıntının yaşanmasına karşı çok fazla zamanının olmadığını bilmesiydi. Sızıntı ihtimalini azaltmak adına hem operasyon kararının hem de operasyona ilişkin bilgilendirmenin kabinenin tamamına yayılmadığı da belirtilmelidir. Dikkatli olması gerektiğinin bilincinde olan Başbakan, 1971'in Eylül ayı bitmeden iyi bir zamanlamayla sınır dışı kararını almıştır.

Foot Operasyonu'nun ardından Sovyetler Birliği'nin orantısız bir misilleme yapmasının önüne geçilmesinde, Heath ve Home'un izlediği stratejinin başarılı olduğu görülmüştür. Birleşik Krallık orantısız bir misilleme yapması ve bunu tekrarlaması durumunda, Sovyetler Birliği'ne vereceği cevabı açıkça ortaya koyulmuş ve 200 Sovyetler Birliği personelini daha casusluk gerekçesiyle sınır dışı edebileceğinin altını çizmiştir. Birleşik Krallık bu stratejisiyle yaşanan krizi tırmandırma amacıyla değil, aksine yapabileceklerini açıkça belirterek krizi tırmandırmak istemediğini henüz krizin başında açıklama yoluna gitmiştir. Bu stratejinin Sovyetler Birliği'nin misillemesini sembolik bir seviyeye düşürdüğü dikkate alındığında, hükümetin başarısı daha iyi anlaşılacaktır. Sovyetler Birliği'nin kendi iç politikasına yönelik Birleşik Krallık'ı suçlayacak bazı sert açıklamalar yapması ise normal karşılanabilir. Genel olarak bakıldığında hem Birleşik Krallık hem de Sovyetler Birliği ilişkileri koparma niyetinde değildi. Home'un 1973'te Sovyetler Birliği'ne yaptığı ziyaret ilişkilerde yumuşamayı beraberinde getirmiş olsa da Birleşik Krallık Sovyetler Birliği'nin casusluk faaliyetlerine karşı dikkatli bir politika izlemeye devam etmiştir. Ayrıca Foot Operasyonu Sovyetler Birliği'nin V Departmanı'nı lağvedilmesine ve KGB'deki yapılanmanın değiştirilmesine de sebep olmuştur.

¹⁹ Gordievsky'nin Birleşik Krallık'a sığınması ve verdiği listedeki 25 Sovyetler Birliği görevlisini casus olarak tanımlamasıyla gelişen olaylar, kuşkusuz Sovyetler Birliği için büyük bir yenilgi olarak değerlendirilebilir. Dönemin Londra'daki Sovyetler Birliği Bütükelçiliği'nin sözcüsü olan Alexei Nikiforov, büyükelçiliğin önünde "*Sovyet temsilcilerinin yasadışı faaliyetlerine ilişkin iddiaların gerçeklikle hiçbir ilgisi yok*" ve "*Sovyet Büyükelçiliği bu provokatif önlemleri en güçlü şekilde protesto ediyor.*" şeklinde bir açıklama yapar yapmaz soru almamış ve büyükelçiliğe geri dönmüştür. Nikiforov soru almayarak, yaşanan utancın etkisini arttırmak istemese de Sovyet istihbaratı casusluk temelinde en az on yılın en büyük yenilgisini yaşamıştır (Serrill vd, 1985, s. 38).

Birleşik Krallık operasyonu gerçekleştirirken, Soğuk Savaş'ta yaşanan yumuşama dönemini bozan taraf olmak istemiyordu. Bunun yanında operasyonun Avrupa Topluluğu'na (AT) üyelik sürecini olumsuz etkilememek ve ABD ile olan ilişkilerini bozmamak için de dikkatli davranması gerektiğinin farkındaydı. Birleşik Krallık Hükümeti'nin krizi tırmandırmayarak bunu da büyük ölçüde başardığı ifade edilmelidir. Ayrıca Birleşik Krallık'ın hem karşı çıkacağı gerekçesiyle hem de operasyonun gizliliğini dikkate alarak ABD'ye bilgi vermemesi, kendi içinde gerekçelendirilebilir bir karar olarak değerlendirilebilir. Heath'ın hükümetinin bir diğer başarısı ise özellikle Lyalin'den alınan bilgilerin detaylarının kamuoyunda tamamıyla paylaşılmasının önüne geçilmesidir. Kamuoyunun açıklanacak detaylara muhtemel tepkisi krizi tırmandırabilirdi.

Jane'nin belirttiği üzere tarihsel süreç içinde Rusya'nın yakın çevrelerinde hegemonya kurması durumunda yaşadığı beka sorununun ortadan kalkacağına ve bununla birlikte küresel olarak önemli bir aktör haline de geleceğine yönelik düşüncesi (Jane, 2022, s. 416), Sovyetler Birliği'nin Soğuk Savaş döneminde ekonomik, askeri ve diplomatik yönden etkisini hem yakın çevresinde hem de küresel ölçekte arttırması için önemli bir motivasyon kaynağı olmuştur. Sovyetler Birliği bu çabasını devasa kabul edilebilecek bir ağa sahip olan başta KGB olmak üzere istihbarat örgütleriyle de destekleme yoluna gitmiştir. Bu noktada diğer birçok aktör gibi casusluk faaliyetlerinin önemli bir kısmını diplomatik dokunulmazlık ve ayrıcalıklara sahip olan casusları kullanarak gerçekleştiren Sovyetler Birliği, Birleşik Krallık'ın da dahil olduğu çok sayıda devlette büyük istihbarat başarıları elde etmiştir. Foot Operasyonu, Birleşik Krallık'ın Sovyetler Birliği karşısında yaşadığı istihbarat zaafından gerçek bir dönüşü temsil etmesinin yanında, Sovyetler Birliği'nin casusluk faaliyetlerinden mustarip olan diğer aktörlere örnek teşkil etmesi sebebiyle de kıymetlidir. Thatcher'ın başbakanlığı döneminde aynı büyüklükte olmasa da casusluk sebebiyle çok sayıda Sovyetler Birliği personelinin sınır dışı edilmesi, Birleşik Krallık'ın Foot Operasyonu'nun fikri anlamda mirasını unutmadığının bir göstergesi olarak kabul edilebilir. Bu fikri miras, bugün de tarafların zihninde yer etmeye devam etmektedir. Soğuk Savaş sonrası dönemde de Birleşik Krallık ve Rusya, casusluk temelinde birbirlerine güven duymamaya devam etmektedirler.

6. Extended Abstract

In parallel with the development of diplomacy, diplomatic privileges and immunities have been guaranteed internationally. This has made it a common practice for espionage activities to be carried out by people with diplomatic immunity. This practice was reinforced in the reality of the Cold War when actors used diplomatic privileges and immunity as important tools in carrying out their espionage activities. With its broad diplomatic representation ability and intelligence services, the Soviet Union was one of the actors that used this tool best. The UK, on the other hand, has been evaluated as a country where the Soviet Union achieved great success in the context of espionage activities. Operation Foot, which was the expulsion of a total of 105 diplomats in the UK who were suspected of spying on behalf of the Soviet Union during the premiership of Conservative Prime Minister Edward Heath, is one of the crucial events of the Cold War.

Operation Foot, which was the largest expulsion operation of the Cold War period as the operation involved 105 diplomatic personnel, had a tangible impact on the relations between the UK and the Soviet Union and had reflections on the reality of the Cold War itself. It should also be taken into account that Operation Foot had a real impact on the period of détente in the Cold War. In this respect, it had a result beyond the bilateral relations of the Soviet Union with the UK.

The Soviet Union's increase in the number of spies with diplomatic immunity in the UK, especially in the 1960s, made it impossible for MI5 to track these spies. In addition, the information given to the UK by former KGB agent Oleg Lyalin left the UK with no choice but to carry out this operation. Thus, despite the risks and uncertainties, the UK carried out Operation Foot, the largest single expulsion operation of the Cold War period. Operation Foot should be given special attention because it concerns the bilateral relations between the UK and the Soviet Union, as well as the Cold War. As discussed in the article, this operation was a turning point in preventing the Soviet Union's espionage activities in the UK. After the operation, MI5 began to do its job, and the UK became a difficult target for the Soviet Union to

conduct espionage activities. This operation is also valuable because it sets an example for other actors who suffered from the espionage activities of the Soviet Union.

After the operation, the Soviet Union had to stop its espionage activities in the UK for a while, as MI5 began to fulfill its duty of tracking/surveillance possible spies. As an essential result of the operation, the UK became a more difficult intelligence target than other European states after 1971. It was observed that the strategy followed by Heath and Home was successful in preventing the Soviet Union from making a disproportionate retaliation after Operation Foot. The UK clearly stated its response to the Soviet Union in case of a disproportionate retaliation. The UK underlined that it could deport another 200 Soviet Union personnel on the grounds of espionage. Both the UK and the Soviet Union did not intend to break off relations. Although Home's visit to the Soviet Union in 1973 brought about a softening in relations, the UK continued to follow a cautious policy against the Soviet Union's espionage activities. Finally, it should be noted that the UK did not intend to escalate the crisis that emerged after Operation Foot. On the other hand, the Soviet Union did not want to escalate the crisis as a result of the UK's smart strategy. Thus, relations returned to relatively normal. However, considering that there were large-scale expulsions during Margaret Thatcher and Theresa May's Prime Ministership, the UK continued to be cautious against the espionage activities of the Soviet Union/Russia, even though a long time had passed since Operation Foot.

This article, which aims to discuss Operation Foot with its causes and consequences, consists of three parts, except the introduction and conclusion. First, the issue of why diplomatic privileges and immunities are an important guarantee for espionage activities is discussed, and the relations between the UK and the Soviet Union before Operation Foot are briefly analyzed based on espionage. Afterwards, the reasons for Operation Foot and how the UK carried out this operation were examined in detail. Finally, the results of the operation were evaluated, including the period of detente during the Cold War.

Keywords: Operation Foot, United Kingdom, Soviet Union, Espionage, Diplomatic Immunity.

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.

Kaynakça

- Aldrich, R. (2006). *Intelligence. Palgrave advances in Cold War history*. Saki R. Dockrill and Geraint Hughes (Ed). Palgrave Macmillan, 210-239.
- Aldrich, R. J. (2010). *GCHQ: The uncensored story of Britain's most secret intelligence agency*. London: Harper Press.
- Andrew, C. & Gordievsky, O. (1990). *KGB: the inside story of its foreign operations from Lenin to Gorbachev*. Hodder & Stoughton.
- Andrew, C. (t.y.). *Introduction to the later Cold War*, <https://www.mi5.gov.uk/the-later-cold-war>
- Andrew, C., & Mitrokhin, V. (1999). *The sword and the shield: the Mitrokhin archive and the secret history of the KGB*. New York, Basic Books.
- Arı, T. (2004). *Uluslararası ilişkiler ve dış politika*. İstanbul: Alfa Yayınları.
- Armaoğlu, F. (2017). *20. yüzyıl siyasi tarihi 1914-1995*. İstanbul: Timaş Yayınları.
- Bennett, G. (2013). *Six moments of crisis: inside British foreign policy*. Oxford: Oxford University Press.
- Bennett, G. (2018). *The Zinoviev letter: the conspiracy that never dies*. Oxford: Oxford University Press.
- Campbell, J. (1993). *Edward Heath: a biography*. London: Jonathan Cape.
- Canberra Times*, (1971a September 25) K.G.B. Man defects Britain expels 105 Russians. 1-1
- Canberra Times*, (1971b October 11). Soviet expels Britons retaliation is seen as face-saving. 5-5.
- Canberra Times*, (1971c October 4). Spy expulsions soviet staff get ready to leave. 4-4.
- Canberra Times*, (1973 December 6). UK-USSR relations 'freeze' ends. 4-4.
- Canberra Times*, (1974 February 5). Anniversary. 6-6.
- Canberra Times*, (1985 September 20). Britain says no more spy retaliations. 6-6.
- Christopher, A. (2010). *The defence of the realm: the authorized history of MI5*. Penguin.
- Clarke, M. (1988). The Soviet Union and Eastern Europe. Peter Byrd (Ed.). *British foreign policy under Thatcher*, P. Allan/St. Martin's Press, 54-75.
- Erkul, İ. Ç. (2021). *Birleşik Krallık dış politikası 1979 – 2020*. Konya: Çizgi Kitabevi.
- Farhangi, L. S. (1986). Insuring against abuse of diplomatic immunity. *Stanford Law Review*, 38(6), 1517–1547.
- Freemantle, B. (1982). *KGB*. New York: Holt, Rinehart, and Winston.
- Gaddis, J. L. (1989). Intelligence, espionage, and Cold War origins. *Diplomatic History*, 13(2), 191–212.
- Grant, R. G. (1989). *MI5, MI6: Britain's security and intelligence services*. New York: Gallery Books.
- Goldstein, J. S., Pevehouse, J. C. (2017). *Uluslararası ilişkiler*, Haluk Özdemir (çev), Ankara: BB101 Yayınları.
- Harvey, P. & Keatley, P. (1971 September 25). Britain expels 90 Russian diplomat spies. *The Guardian*. 1-1.
- Haskew, M. E. (2020, May 28). Spy no more. <https://www.keymilitary.com/article/spy-no-more>
- Heath, E. (1998). *The course of my life: my autobiography*. London: Hodder & Stoughton.
- Hughes, G. (2006). Giving the Russians a bloody nose: 1 Operation Foot and Soviet Espionage in the United Kingdom, 1964–71. *Cold War History*, 6(2), 229-249.
- Ioffe, A. (2004). Soviet Union (USSR), intelligence and security Lerner, K. L. & Lerner, B. W. (Ed.). *Encyclopedia of Espionage, Intelligence, and Security Vol 3*. Gale, 93-96.
- Jane, M. (2022). Rusya Federasyonu'nun güvenlik strateji belgeleri bağlamında Kırım ilhaki'nin tarihsel-sembolik ve askeri-jeopolitik analizi. *International Journal of Social Inquiry*, 15(2), 415–436.
- Kennedy, P. (2015). *Büyük güçlerin yükseliş ve çöküşleri*. Birtane Karanakçı (Çev.), İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Köken, E. & Gül, İ. (2020). Casusluk faaliyetleri ve uluslararası casusluk suçu (TCK m. 331). *Çankaya Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 5(1), 2179-2202.
- Kuzichkin, V. (1990). *Inside the KGB: my life in Soviet espionage*. New York: Pantheon Books.
- Macintyre, B. (2016 January 22). A purge of Putin's spooks is long overdue, *The Times*, <https://www.thetimes.co.uk/article/a-purge-of-putins-spoons-is-long-overdue-nvx05mqflfk>
- MacShane, D. (2006). *Heath*. London: Haus Publishing.
- Milliyet*, (1971a Eylül 25). İngilterede 90 Sovyet casusu tesbit edildi. 1-1.

- Milliyet*, (1971b Eylül 27). Rus casusun Batıya kaçışının nedeni “Bir aşk hikayesi”. 1-1.
- Mulquenn, J. (2019). *'An alien ideology' Cold War perceptions of the Irish republican left*. Liverpool: Liverpool University Press.
- Porter, B. (2021). *Britain before Brexit historical essays on Britain and Europe*. Bloomsbury Academic.
- Reçber, K. (2011). *Diplomasi ve konsolosluk hukuku*, Bursa: Dora.
- Rees, D. (1972 August 28). New assignments for KGB spies. *Canberra Times*, 2-2.
- Rendel, A. M. (1971 September 25). Britain orders out 105 Soviet officials. *The Times*, 35-35.
- Riehle, K. P. (2023). Soviet and Russian diplomatic expulsions: how many and why?, *International Journal of Intelligence and CounterIntelligence*, 0(0): 1–26.
- Roskin, M. G. & Berry, N. O. (2014). *Uluslararası ilişkiler: ui'nin yeni dünyası*, Özlem Şimşek (Çev.), Ankara: Adres Yayınları.
- Sander, O. (2004). *Siyasi tarih (1918-1994)*. İstanbul: Timaş Yayınları.
- Sanders, D. (1989). *Losing an empire, finding a role an introduction to British foreign policy since 1945*. Macmillan Education.
- Sarol, D. B. (1971 Eylül 26). 105 Rus İngiltere'den çıkarılıyor. *Milliyet*, 9-9.
- Serrill, M. S., Melville, F., & Ogden, C. (1985). Britain big blow to the KGB the top Soviet spy master in London defects to the West. *TIME Magazine*, 126(12), 38-38.
- Taylor, A. (2018 March 14). *Britain's expulsion of 23 Russian diplomats marks a return to Cold War ejections*, <https://www.washingtonpost.com/news/worldviews/wp/2018/03/14/britains-expulsion-of-23-russian-diplomats-marks-a-return-to-cold-war-ejections/>
- Teagarden, E. M. (1998). The Cambridge five: the end of the Cold War brings forth some views from the other side. *American Intelligence Journal*, 18(1/2), 63–68.
- The New York Times, (1971 September 26). *Soviet Union accuses Britain of stirring up hysteria in ordering expulsion of 105 Russians as spies*, 14-14.
- Thomson, G. M. (1981). *The prime ministers, from Robert Walpole to Margaret Thatcher*. New York: William Morrow.
- TIME Magazine*, (1971a). The spies who are out in the cold. 98(14), 49–50.
- TIME Magazine*, (1971b). Spies: foot soldiers in an endless war. 98(15), 41-48.
- Trahair, R. C. S. & Miller, R. L. (2009). *Encyclopedia of Cold War espionage, spies, and secret operations*. Enigma Books.
- Tuncer, H. (2005). *Eski ve yeni diplomasi*, Ankara: Ümit Yayıncılık.
- Tzu, S. (2014). *Savaş sanatı*. Hasan İlhan (Çev.), Ankara: Alter Yayıncılık.
- UK Parliament, (1971 June 30). Soviet officials: expulsions and revisits. <https://hansard.parliament.uk/lords/1975-06-30/debates/4a2ed805-c2f1-477a-b60d-0e59bb6632d2/SovietOfficialsExpulsionsAndRevisits>
- Walton, C. (2022 March 16). Soviet espionage under the cover of diplomacy, <https://www.thecipherbrief.com/soviet-espionage-under-the-cover-of-diplomacy#:~:text=In%20September%201971%2C%20the%20British,expulsion%20during%20the%20C old%20War>
- West, N. (1984). *The circus: MI6 operations 1945-1972*. New York: Stein and Day.
- West, N. (2005). *Historical dictionary of British intelligence*, The Scarecrow Press.
- West, N. (2006). *Historical dictionary of international intelligence*. The Scarecrow Press.
- Ziegler, P. (2010). *Edward Heath: the authorised biography*. London: HarperPress.

Uluslararası İlişkilerde Yapı-Yapan Tartışması ve Eleştirel Gerçekçilik

Yasin AVCI* 

Hakan MORÇİÇEK** 

ÖZ

Uzun felsefe ve sosyal bilim tarihinde özgürlük-zorunluluk, iradecilik-yapısalcılık, özne-nesne ve soyut-somut gibi farklı isimlerle anılan mesele, Uluslararası İlişkiler (UI) disiplini içinde yapı-yapan tartışması olarak ele alınmaktadır. Tartışmanın özünde sosyal olay ve olguların açıklanmasında/anlaşılmasında yapılara mı yoksa yapanlara mı öncelik verileceği hususu bulunmakla birlikte yapı ile yapan arasındaki ilişkinin mahiyeti tartışmayı daha karmaşık bir hale getirmektedir. Tartışmanın mutlak bir kesinlikte nihayete ermesi felsefe ve sosyal bilimlerin sonu anlamına da geleceğinden yapı-yapan tartışması politik bir imaya da sahiptir. Her ne kadar UI'de yapı-yapan tartışması denilince akla ilk olarak Kenneth Waltz ve Neo-realizm gelse de Alexander Wendt'in tartışma kapsamındaki *The Agent-Structure Problem in International Relations Theory* (1987) başlıklı çalışması UI özelinde bir dönüm noktasına karşılık gelmektedir. Bu çalışmada yapı-yapan tartışmasına dair iradeci ve yapısalcı yaklaşımları ele alan Wendt kendi tutumunu da yapılandırmacı olarak nitelendirmiştir. Günümüzde ise yapı-yapan tartışmasına dair önemli bir konumlanma Eleştirel Gerçekçilik olarak adlandırılan bilim felsefesi ve bu konumlanmanın ortaya koyduğu Dönüşümsel Toplumsal Eylem Modelidir. Tüm bu noktalardan hareketle çalışma iki bölümden oluşmuştur. Çalışmanın ilk bölümünde yapı-yapan tartışmasının UI nezdindeki tarihi sırasıyla epistemolojik-metodolojik ve ontolojik çerçeveden ele alınmıştır. İkinci bölümde ise Roy Bhaskar'ın öncüllüğünü yaptığı Eleştirel Gerçekçilik adlı bilim felsefesi üzerinde durulmuştur. Nihayet çalışmanın sonuç bölümünde yapı-yapan tartışmasının güncel önemi ve Eleştirel Gerçekçiliğin bu bakımdan UI nezdinde sunduğu meta-teorik açılım irdelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Yapı-Yapan Tartışması, Alexander Wendt, Roy Bhaskar, Eleştirel Gerçekçilik, Dönüşümsel Toplumsal Eylem Modeli.

Agent-Structure Debate in International Relations and Critical Realism

ABSTRACT

The issue, which has been known by various names such as freedom-necessity, voluntarism-structuralism, subject-object and abstract-concrete in the long history of philosophy and social science, is addressed as the agent-structure debate in the discipline of International Relations (IR). Although the essence of the debate is whether structures or agents should be given priority in explaining/understanding social events and phenomena, the nature of the relationship between the structure and the agents makes the debate more complex. The agent-structure debate also has a political implication, as the conclusion of the debate with absolute certainty would mean the end of philosophy and social sciences. Although Kenneth Waltz and Neo-realism first come to mind when the agent-structure debate in IR is mentioned, Alexander Wendt's work titled *The Agent-Structure Problem in International Relations Theory* (1987), which is within the scope of the debate, corresponds to a turning point in IR. In his study, Wendt discussed voluntarist and structuralist approaches to the agent-structure debate and described his own attitude as structurationist. Today, an important positioning regarding the agent-structure debate is the philosophy of science called Critical Realism and the Transformational Model of Social Action put forward by this positioning. Based on all these points, the study consists of two parts. In the first part of the study, the history of the agent-structure debate in IR is discussed from the epistemological-methodological and ontological framework, respectively. In the second part, the philosophy of science called Critical Realism, pioneered by Roy Bhaskar, is focused on. Finally, in the conclusion of the study, the current importance of the agent-structure debate and the meta-theoretical expansion that Critical Realism offers in this regard to IR are examined.

Keywords: Agent-Structure Debate, Alexander Wendt, Roy Bhaskar, Critical Realism, Transformational Model of Social Action.

* **Corresponding Author/Sorumlu Yazar,** Dr. Öğr. Üyesi/Asst. Prof., Selçuk Üniversitesi, Konya, Türkiye/ Selçuk University, Konya, Türkiye, yasinavci@selcuk.edu.tr

** Arş. Gör./Res. Asist., İstanbul Üniversitesi, İstanbul, Türkiye/ İstanbul University, İstanbul, Türkiye, hakanmorcicek@istanbul.edu.tr

Makale Gönderim ve Kabul Tarihleri/ Article Submission and Acceptance Dates: 15.04.2024-21.05.2024

Citation/Atf: Avci, Y., Morçicek, H. (2024). Uluslararası ilişkilerde yapı-yapan tartışması ve eleştirel gerçekçilik. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 54, 102-122. <https://doi.org/10.52642/susbed.1468327>

This work is licensed under Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License



1. Giriş

Karl Marx'ın *Louis Bonaparte'in On Sekiz Brumaire*'inde belirttiğine göre insanlar tarihlerini kendileri yaparlar, ama serbestçe kendilerinin seçtikleri parçaları bir araya getirerek değil, dolaysızca önlerinde buldukları, geçmişten devreden verili koşullarda yaparlar. Dolayısıyla geçmiş kuşakların oluşturduğu gelenek, yaşayanların beyinlerine bir kâbus gibi çöker (Marx, 2016). Bu ünlü tespit uzun felsefe tarihinin belki de en kadim ve soyut-somut, özne-nesne, iradecilik-yapısalcılık ya da özgürlük-zorunluluk gibi farklı isimlerle anılan tartışmasına dair Marx'ın konumlanmasını göstermektedir. Nitekim Marx'ın tespitinden ortaya çıkan ilk sonuç toplumsal insanın tarihi mutlak iradesiyle şekillendirmesini engellemeye çalışan birtakım yapısal-zorlayıcı-kısıtlayıcı koşulların bulunduğu (Feenberg, 1986). İkinci sonuca göre ise eğer bu yapısal zorlayıcı koşullar bugünün insanının karşısında bulunduğu ve ona geçmişten tevarüs eden koşullar ise bunlar da geçmişteki toplumsal insanın bugün artık yapılaşmış etkinliğinin ürünüdür. Ölüler dirilere yapışıktır ve geçmişin varisleri olarak insanlar, tarihin devam etmesi için kendi türlerinin geçmişten gelen hayaletlerini dikkate almak zorundadır (Soyer, 2020). David Dessler' göre de Marx'ın bu tespiti artık yaygın haliyle yapı-yapan sorunu (*agent-structure problem*) olarak anılan meseleye dair karşılanması gereken iki talebin zorluğunu içermektedir. Birincisi sosyal bilimsel araştırmada yapanların öneminin kabul edilmesi ve hesaba katılmasıdır. İkincisi ise eylemlerin koşulları olan yapısal faktörlerin dikkate alınması ve hesaba katılmasıdır (Dessler, 1989).

Ancak bunun yöntemi o kadar da açık olmadığı için yapı-yapan, bir meseleden ziyade bir sorun olarak değerlendirilmektedir. Nitekim Roxanne Lynn Doty yapı-yapan meselesinin daha karmaşık olduğunu, yapı ve yapanın birbirine karmaşık bir şekilde bağlı olmasından dolayı yapı-yapan sorununun bunlar arasındaki ayrımın nasıl yapılacağı ile alakalı olduğunu belirtmiştir. Hatta Doty, yapı-yapan sorunu bir açmaz halini aldığı için sorunu betimlerken, görünüşte çözülemez bir mantıksal zorluğa işaret eden ve Yunanca "geçilemez yol" anlamına gelen *aporia* kavramına başvurmuştur (Doty, 1997). İronik bir şekilde Marx'ın vurgulanan bu ünlü tespiti kendisinin ve öğretisinin uzun süre bilinçli olarak dışlandığı Uluslararası İlişkiler (UI) disiplininde de yansımaları bulmuştur. Bilindiği üzere UI'de yapı, yapısalcılık ve yapı-yapan gibi konular söz konusu olunca akla ilk olarak Kenneth Waltz'un *Theory of International Politics* (Waltz, 1979) başlıklı eserinde geliştirdiği Neorealizm/Yapısal Realizm gelmektedir. Ancak yapı-yapan meselesi bariz bir biçimde ilk kez Alexander Wendt'in *The Agent-Structure Problem in International Relations Theory* (Wendt, 1987) başlıklı makalesi ile UI'nin gündemine girmiştir (Kolasi, 2018). Wendt, bütün sosyal kuramların aslında yapı-yapan tartışmasına dair bir çözüm/önerme içerdiğini ileri sürmektedir (Wendt, 1987). Hatta Wendt'e göre yapı-yapan meselesine ilişkin bir anlayışa sahip olmadan sosyal bilim icra edilemez (Wendt, 2003). Zira herhangi bir sosyal kuram dünya hakkında ontolojik varsayımda bulunmadan var olamayacağına göre her sosyal kuram yapı-yapan meselesine dair en azından üstü kapalı bir önerme içermektedir (Doty, 1997).

Wendt'e göre yapı-yapan meselesine ilişkin her kuramın bir çözümü varken bu meseleyi bir "sorun" haline getiren durum, yapı ile yapanın varlığını ve aralarındaki ilişkiyi kavramsallaştıracak sarıh bir yöntemin bulunmamasıdır. Yine Wendt'e göre yapı-yapan sorununun kaynağı sosyal yaşama ilişkin iki gerçeklikte bulunur. Birinci gerçeklik, insanların ve kurumlarının maksatlı aktörler olduklarıdır. Bunlar, eylemleri ile içinde buldukları toplumun yeniden üretilmesine ya da dönüştürülmesine neden olmaktadır. İkinci gerçeklik ise toplumun maksatlı aktörler arasındaki etkileşimi yapılandıran sosyal ilişkilerden oluşmasıdır. Wendt bu iki gerçekliği bir arada düşünerek insan yapanların ve sosyal yapıların bir şekilde kuramsal olarak birbirlerine bağlı oldukları sonucuna varmaktadır. Wendt'e göre bu iki gerçeklik nedeniyle yapanın eylemini inceleyen bir analiz, eylemin yer aldığı bir takım sosyal ilişkilerin/yapının en azından zımni bir şekilde anlaşılmasını gerektirmektedir; zira vurgulanan ikinci gerçeklik nedeniyle yapanlar arasındaki etkileşim sosyal ilişkiler tarafından yapılandırılmaktadır. Benzer şekilde, sosyal ilişkileri inceleyen bir analiz de yapanların bir şekilde anlaşılmasını gerektirmektedir; çünkü yapanların sosyal ilişkileri sosyal bağlamı oluşturmaktadır. Kısacası, sosyal bir olgunun açıklanmasında hem yapanların hem de sosyal yapıların anlaşılması elzemdir. Wendt'e göre yapı-yapan sorunu sosyal davranışın açıklanması amacıyla yapı ile yapanın varlığının, diğer bir söylemle bunlar arasındaki ontolojik ve karşılıklı ilişkinin kavramsallaştırılması gerektiğini ifade eden meta-teorik bir zorunluluğu yansıtmaktadır (Wendt, 1987).

Günümüzde ise Eleştirel Gerçekçilik yapı-yapan tartışması özelinde iradecilik, yapısalcılık ve yapılandırmacılıktan farklı bir yol sunmaktadır. İlk olarak belirtmek gerekir ki Eleştirel Gerçekçilik bir UI

teorisi değil bilim felsefesidir. Nitekim Roy Bhaskar'ın öncüllüğünü yaptığı bu bilim felsefesi sosyal bilimlerdeki pozitivizm/post-pozitivizm açmazını aşmaya çalışmaktadır. Ancak Eleştirel Gerçekçiliğin ontolojiyi önceleyen mahiyeti, katmanlaşmış ontoloji kavrayışı, yapı ile yapandan herhangi birine ontolojik öncelik vermektense yapı ile yapının iki ayrı ontolojik düzey olduğunu ileri sürmesi yani yapı ile yapının birbirine indirgenemeyeceğini ortaya koyması ve Dönüşümsel Toplumsal Eylem Modeli (DTEM) Uİ nezdinde de meta-teorik açıklamalar içermektedir. Öyle ki Eleştirel Gerçekçilik bu yönüyle Uİ'deki yapısalcı (uluslararası sistem merkezli), bireyselci (devlet merkezli) ve yapılandırmacı (İnşacılık) yaklaşımlara dönüşümü temel alan içeriğiyle alternatif ve statükocu olmayan bir Uİ bakışı sunmaktadır. Tüm bu noktalardan hareketle çalışma iki bölümden oluşmuştur. Çalışmanın ilk bölümünde yapı-yapan tartışmasının Uİ nezdindeki tarihi sırasıyla epistemolojik-metodolojik ve ontolojik çerçeveden ele alınmıştır. Bu tarihi yine sırasıyla tartışmanın bilinçsiz-dolaylı ve bilinçli-doğrudan şekilde ele alındığı dönemler olarak nitelendirmek de mümkündür. İkinci bölümde ise Roy Bhaskar'ın öncüllüğünü yaptığı Eleştirel Gerçekçilik adlı bilim felsefesi ve DTEM üzerinde durulmuştur. Nihayet çalışmanın sonuç bölümünde yapı-yapan tartışmasının güncel önemi ve Eleştirel Gerçekçiliğin bu bakımdan Uİ nezdinde sunduğu meta-teorik açıklım irdelenmiştir.

2. Uluslararası İlişkiler Disiplininde Yapı-Yapan Tartışmasının Tarihi

2.1. Epistemolojik ve Metodolojik Açından (Bilinçsizce-Dolaylı Yürütülen) Yapı-Yapan Tartışması

Uİ'de yapı-yapan meselesinin açık bir şekilde tartışılması Wendt ile başlamış olsa da yapı-yapan sorunu disiplinin ilk büyük tartışmasından itibaren farklı şekillerde ve boyutlarda, üstü açık veya kapalı şekilde ele alınmıştır (Wight, 2006). Birinci büyük tartışmada dahi yapı-yapan sorununa ilişkin önermeler görmek mümkündür. Nitekim Realistler ve İdealistler uluslararası sistemin yapısından ziyade insan doğasını ve devleti merkeze almışlar, açıklamalarını yapıdan ziyade yapana dayandırmışlardır (Yalvaç, 2019).¹ Yapı-yapan sorunu ikinci büyük tartışmada analiz düzeyi sorunu kılığında kendisine yer bulmuştur (Wight, 2006). Analiz düzeyi Kenneth Waltz'un *Man, the State and War* (1959) başlıklı eseri ile Uİ'nin gündemine girmiştir. Waltz savaşın nedenlerine ilişkin Uİ'de üç farklı imge olduğunu, savaşın üç farklı analiz düzeyinde izah edilebileceğini göstermiştir. Bu üç düzey/imge insan doğası ile eylemleri, devletlerin yapısı ve uluslararası anarşi yani uluslararası sistemin yapısıdır. Savaş, insanların kötü, bencil ve agresif oldukları önermesi ile insan doğası düzeyinden açıklanabileceği gibi demokratik olmayan devletlerin savaşa meyilli oldukları önermesi ile devletlerin yapısı düzeyinden de açıklanabilmektedir. Waltz bu iki düzeyin savaşın sebeplerini anlamada işe yarar olduklarını ancak savaşın esas sebebinin uluslararası sistemin yapısından yani anarşiden kaynaklandığını öne sürer. Kendi çıkarları peşinde koşan devletlerin, güvenlikleri konusunda sırtlarını dayayabileceği kendilerinden üstün bir aktörün veya kurumun olmadığı bir dünyada savaş ihtimali süreklilik arz eder. Savaşları engelleyebilecek bir mekanizma olmadığı için savaşlar vardır (Waltz, 2001).

David Singer, Uİ'de yapı-yapan sorununu analiz düzeyi temelinde sistematik bir şekilde ele alan ilk isimdir. Singer devlet eylemlerinin nedensel yasalarının farklı düzeylerde bulunabileceğini göstererek analiz düzeyi sorununu incelemiştir (Yalvaç, 2012). *The Level-of-Analysis Problem in International Relations* (1961) başlıklı makalesinde sosyal bilimlerde gözlemcinin parçalara ya da bütüne, bileşenlere ya da sisteme odaklanmayı seçebileceğini söyler. Singer çalışmasında Uİ'de yaygın olarak kullanılan iki analiz düzeyi olan uluslararası sistem ile ulusal alt sistemleri inceler. Uluslararası sistem düzeyi, sistem içerisindeki ve çevresindeki tüm etkileşimleri dâhil ettiği için en kapsayıcı düzeydir. Kapsayıcı olması bu düzeyin avantajı iken ayrıntı eksikliği dezavantajıdır. Bu düzey iki farklı zorluk yaratmaktadır. Birincisi, araştırmacıyı sistemin devletler üzerindeki tesirini abartmaya ve devletlerin sistem üzerindeki tesirini küçümsemeye itmesidir. İkincisi, bileşenden ziyade sisteme odaklanıldığı için bileşenlerin yani devletlerin dış politika eylemlerindeki farklılıkları görmezden gelmeye neden olmasıdır. Uluslararası sistem merkezli yaklaşımlar

¹ Örnek vermek gerekirse, klasik realist olarak değerlendirilen Hans Morgenthau dış politika analizlerinde insan doğası ve rasyonel devlet adamı gibi varsayımlar kullanmıştır. Çatışma, statükoculuk ve emperyalizm gibi olguları uluslararası sistemin yapısının sonuçları olarak değil de devletlerin dış politika sonuçları olarak ele almıştır (Arı, 2013). Bazı klasik realistler insan doğası ile devleti özdeş kılmış ve bu yüzden de "biyolojik realist" olarak adlandırılmışlardır. Bu tanımlama onların olguları açıklama konusunda insan doğasına verdikleri önemi göstermektedir (Ateş, 2013).

bu ikinci zorluk nedeniyle devletleri *billiard ball* (bیلardo topu) ya da *black box* (kara kutu) olarak görme eğilimindedir. Devletler homojen bir görünüm kazanır ve aralarındaki benzerlik abartılır. İkinci düzey uluslararası ilişkilerin temel yapısı olan ulus devlettir. Bu düzeyin avantajı devletlerarasındaki farklılaşmaya ve ayrıntıya olanak tanımasıdır. Devlet düzeyi, devletlerin homojen görülmesinden uzaklaşma şansı vermektedir; ancak devletlerarasındaki farklılıkların da abartılması ihtimaline kapı aralamaktadır (Singer, 1961a).

İkinci Büyük Tartışmada yapı-yapan sorunu metodolojik açıdan ele alınmış ve sorun UI'ye dair açıklamada birimlere mi yoksa uluslararası sisteme mi başvurulması gerektiği ile ilgili görülmüştür (Kolasi, 2016). Waltz ile Singer'da görüldüğü üzere ve Davranışsalcılığın da etkisiyle uluslararası sistem analizlerde yer kaplamaya başlamıştır (Little, 2016). Waltz *Man, the State and War*'da (1959) başladığı sistemik teori girişimini *Theory of International Politics*'te (1979) devam ettirir ve insan doğası ile devletin iç yapısına odaklanan Klasik Realizmi bilimsel hale getirmek ister² (Yalvaç, 2019). Waltz'un gayesi farklı ideolojilere ve siyasi sistemlere sahipken devletlerin neden benzer davranışlar sergilediklerini açıklamaktır (Arı, 2013). Waltz'a göre uluslararası sonuçların nedenlerini birey ya da devlet düzeyinden açıklayan teoriler indirgemeci; uluslararası sistem düzeyinden açıklayanlar ise sistemiktir. Lenin ve Hobson'un emperyalizm teorileri gibi indirgemeci olanlar bütünü, parçaların özellikleri ve parçalar arasındaki etkileşim ile açıklamaya çalışır. Çünkü bu teoriler bir devletin uluslararası politikada emperyal politika izlemesini ilgili devletin kapitalist ekonomik sisteme sahip olması ile açıklarlar. Waltz bu durumda kapitalizm öncesi dönemdeki emperyal politikaların açıklanamadığını ve bu yüzden dış koşulların açıklamaya dâhil edilmesi gerektiğini ileri sürer. Zira Waltz'a göre devletlerin iç yapısına bakarak devlet düzeyindeki değişimlere rağmen varlığını sürdürerek tekrarlanan olaylar açıklanamaz. Oysa uluslararası politikada aktörlere ilişkin olmayan ve sistem düzeyinde bulunan sebepler vardır (Waltz, 1979).

Waltz sistemik kuramını Rosecrance, Kaplan ve McClelland'ın teorilerinden ayırır. Bu teoriler uluslararası sistemin yapısını birimlerin etkileşimleriyle açıkladığı için indirgemecidir. Waltz ise sistemi tanımlarken uluslararası sistemin yapısı ile etkileşim içindeki birimler (devletler) arasında ontolojik bir ayırım yapar (Yalvaç, 2010). Waltz'a göre yapı tanımlanırken birimlerin özellikleri ve birimler arasındaki etkileşim hariç tutulmalıdır; aksi takdirde yapı ile birim düzeyindeki etkenler ayrılamaz ve bu indirgemeciliğe neden olur (Waltz, 1979). Waltz'a göre sistem, yapı ve etkileşim içinde olan aktörlerden (yapan) oluşur. Yapı, sistemin bir bütün olarak ele alınmasını sağlayan bileşendir (Waltz, 1979). Waltz'da yapı, sistemdeki birimlerin düzenlenmesi, konumlandırılması, organizasyonu veya durumu anlamına gelir (Dessler, 1989). Waltz yapıyı teorik bir kavrayış olarak görür ve teorik kavrayışların keşfedilemeyeceğini ancak icat edilebileceğini söyler. Yapanların bir arada var olması ve kendi çıkarlarına odaklanarak eylemesi ile yapı ortaya çıkar ve ortaya çıktıktan sonra yapanların kontrol edemeyeceği bir kuvvet haline gelir (Waltz, 1979). Waltz uluslararası sistemi ekonomik piyasalara benzetir (Dessler, 1989). Ekonomik piyasalar da tıpkı uluslararası sistemler gibi bireycidir ve kendiliğinden oluşur. Devlet ve firmalar kendilerini kısıtlayacak bir yapıyı istemeseler dahi kendi türdeşleriyle bir arada var olmalarından ve eylemelerinden dolayı yapı oluşur. Her iki sistemde de *self-help* (kendine yardım) ilkesi geçerlidir. Her iki sistemin elemanları da *survival* (hayatta kalmaya/batmamaya) çalışır (Waltz, 1979).

Waltz yapıyı tanımlarken yapanların birbirleriyle nasıl etkileştiklerinden ziyade birbirlerine göre nasıl konumlandıklarını dikkate alır; çünkü etkileşim birim düzeyinde bulunmaktadır. Bu yüzden, Waltz yapıyı tanımlarken sistem düzeyinde bulunan yapanların düzenlenme biçimini/ilkesini referans alır. Yapanların/birimlerin düzenlenme biçimi Waltz'un yapıyı tanımlarken kullandığı üç unsurdan ilkidir. Buna göre, uluslararası sistemde yer alan birimlerin düzenlenme biçimi anarşidir. İkinci unsur olan birimlerin (devletlerin) karakterine göre ise anarşik uluslararası sistemin yapanları şeklen de olsa birbirlerine eşittir ve benzer işlevleri icra ederler. Birimler arasında işlevsel farklılaşma söz konusu değildir; bu yüzden Waltz ikinci unsurun uluslararası siyasi yapı söz konusu olduğunda geçersiz hale geldiğini söyler. Üçüncü unsur kabiliyetlerin (güç) dağılımıdır (distribution of capabilities) (Waltz, 1979). Böylece, Waltz uluslararası sistemleri yapılarına yani anarşi ve kabiliyet dağılımına göre karşılaştırır (Dessler, 1989). Waltz yapıyı sınırlandırıcı ve özendirici şartlar demeti olarak görür. Yapı nedeniyle yapanların eylemleri amaçlanmamış sonuçlara evrilebilir. Ancak yapılar direkt olarak sonuçları oluşturamazlar; zira yapılar yapanların eyleme

² Nitekim Waltz bahsi geçen iki eserin nihayetinde Neorealizmin/Yapısal Realizmin temellerini atmıştır.

yeteneğine sahip değildir. Yapının, yapanların eylemlerini etkilemesi iki şekilde mümkündür. Bunlar yapanların sosyalleşmesi ve kendi aralarındaki rekabettir. Uluslararası politika gibi rekabetçi sistemlerde en başarılı olarak görülen aktörün eylemleri diğerleri tarafından taklit edilmeye çalışılır; aksi takdirde en başarılının yolunun takip etmeyen aktörler yok olma tehlikesi ile karşı karşıya kalabilir (Waltz, 1979).

Waltz'un eleştirildiği noktalardan biri devlet ve yapı algısıdır. Richard Ashley'e göre Neorealizm devlet merkezli bir kuramdır. Devlet; varlığı, sınırları ve çıkarları verili olan ve sorunsuz bir bütün olarak ele alınır. Ashley devlete yönelik bu varsayımların eleştiriden ve yanlışlamadan muaf tutulduğunu söyler. Dünya-Sistemi Kuramı gibi yapısal teorilerde yapı yapanlardan bağımsız olarak tanımlanır. Ancak Neorealizmde yapanlar yani devletler ontolojik olarak yapıdan önce var olduğu ve yapı yapanların bir arada eylemesi sonucu ortaya çıktığı için yapan olmadan yapıyı tanımlamak olanaksızdır. Bu yüzden, Ashley Neorealizmin yapısalıcı değil bireyci olduğunu belirtir (Ashley, 1984). Waltz'a yöneltilen diğer bir eleştiri devlet eylemlerinin ve özelliklerinin oluşumunda yapıya baskın bir rol atfetmesidir. Uluslararası sistemin anarşik olan yapısı kolayca değişmeyeceği için Waltz'un yapıya verdiği determinist rol uluslararası politikanın bir nevi değişime kapalı olduğu anlamına gelir (Yalvaç, 2010). Robert Cox'a göre Waltz'un dünyayı değişime kapalı görmesi mevcut düzene ilişkin eşitsizlikleri meşru kılmaktadır. Bu durum Neorealizmi problem çözücü bir kuram haline getirmektedir (Cox, 1986). John Gerard Ruggie, Neorealizmdeki yapı kavramından dolayı kuramın orta çağ sisteminden modern sisteme geçiş gibi dünya siyasetindeki önemli değişimleri açıklayamadığını öne sürer. Ruggie'ye göre orta çağ sisteminden modern sisteme geçiş birimlerin birbirlerinden ayrıldıkları ilkeler çerçevesinde anlaşılabilir; ancak Neorealizm birimlerin nitelikleri ve birbirlerinden farklılaşmalarını yapısal teoriden dışladığı için bahsi geçen dünya politikasındaki değişimi açıklayamaz (Keohane, 1986).

2.2. Ontolojik Açıdan (Bilinçli-Doğrudan Yürütülen) Yapı-Yapan Tartışması

Yapı-yapan sorunu özünde ontolojik olsa da (Küçük, 2009) Wendt öncesi dönemde epistemolojik ve metodolojik olarak ele alınmıştır (Wight, 2006). Wendt yapı-yapan sorununun ontolojik iki sorudan oluştuğunu belirtir. Birincisi yapı ve yapanların doğası, ikincisi bunlar aralarındaki ilişkidir. Wendt'e göre yapıya ontolojik öncelik verildiğinde yapısalcı çözüm; yapana ontolojik öncelik verildiğindeyse bireyselci çözüm sunulur. Yapı ve yapana indirgenemez yani eşit ontolojik statü verildiğinde ise yapılandırmacı çözüm sunulur (Wendt, 1987). Yapı-yapan sorununa ilişkin epistemolojik ve metodolojik meseleler ise ontolojik olan sorunun nasıl çözüldüğüne bağlıdır (Wight, 2003). Wendt, Neorealizm ve Dünya-Sistemi Kuramının yapanların ve yapının özelliklerini kullandıklarını; ancak bunların varlıklarını ve aralarındaki ilişkiyi kavramsallaştırmadıklarını söyler. Neorealizmin karşı çıktığı indirgemecilik devlet eylemlerinin devlet seviyesindeki özelliklerle açıklanmasıdır. Wendt bu indirgemecilik türünün açıklamacı indirgemecilik olduğunu ve Neorealizmin bundan kaçınmayı başarsa da yapı tanımından dolayı ontolojik indirgemecilikten kaçınmadığını belirtir. Neorealizmde yapı, devlet yapanları yaratamaz; zira yapı, yapanların niteliklerine indirgenmiştir. Yapı sadece yapıdan önce var olan devletlerin eylemlerini kısıtlayabilir. Bu yüzden Neorealizm yapan merkezlidir ve bireyselci bir ontoloji kullanmaktadır. Neorealizm uluslararası sistem yapısını kapasitelerin dağılımı açısından tanımladığı için yapının açıklayıcı rolünü daha önceden var olan devletlerin seçeneklerini kısıtlama anlamında bireyci tanımlar çerçevesinde anlar (Wendt, 1987).

David Dessler da Waltz'un yapının açıklamasında bireysel birimlere ontolojik öncelik verdiğini belirterek Neorealizmin bireyselci/indirgemeci olduğunu öne sürer (Dessler, 1989). Dünya-Sistemi Kuramı ise yapıyı devletlerin temelini atan ve onları oluşturan kapitalist dünya ekonomisinin asli düzenleyici prensipleri bakımından tanımlar. Böylece, yapının açıklayıcı rolünü yapısalcı bir çerçevede ele alarak yapıyı devlet yapanları yaratan şeklinde anlar (Wendt, 1987). Dünya-Sistemi Kuramında bütünü (yapının) parçalar (yapanlar) karşısında ontolojik önceliği olduğu için kuram bütüncül bir ontoloji kullanır (Yalvaç, 2019). Neorealizmde yapanlar öncül birimken Dünya-Sistemi Kuramında yapı öncül birimdir. Sınıf ve devlet gibi yapanlar, yapıya indirgenir ve yapının etkileri olarak görülür. Wendt, bu iki kuramın sundukları çözümün bir noktada birbirine benzediğini ve ortak bir zayıflık içerdiğini iddia eder. Aralarındaki benzerlik yapı ya da yapandan birini öncül birim haline getirmek ve diğer birimi öncül birime indirgemektir. Neorealizmde yapan öncül birim haline getirilir ve yapı yapana (devlete) indirgenirken, Dünya-Sistemi

Kuramında yapı öncül birim haline getirilir ve yapan (devlet ve sınıf) yapıya indirgenir. Ancak öncül haline getirilen birimlerin özelliklerinin açıklanmasından engellenmesinden dolayı kuramların bunlar hakkındaki varsayımları yetersiz hale gelir. Nitekim Neorealizmin öncül birimi devlet iken devlet hakkında bir kuramı yoktur. Bu durum Neorealizmin yapı-yapan sorununa sunduğu bireyselci çözümün en büyük zayıflığıdır (Wendt, 1987).

Waltz'a göre bir piyasa teorisinin firmaların özellikleriyle ilgilenmemesi gibi uluslararası politika teorisi de devletlerin özellikleriyle ilgilenmez; zira sistemik yaklaşım devlet düzeyindeki faktörleri içermez (Waltz, 1996). Oysa Wendt'e göre sistemik bir kuram geliştirmek için bir devlet modeli/kuramı gereklidir. Benzer şekilde Wendt, Dünya-Sistemi Kuramında yapanların yapıya indirgenmesi ve yapının yapanlardan analitik olarak ayrı tutulması nedeniyle yapının somutlaştırıldığını ve temel özelliklerinin açıklanamadığını belirtir. Özetle Wendt, Neorealizmin bireyselci, Dünya-Sistemi Kuramının ise yapısalcı çözümünün yetersiz kaldığını; Anthony Giddens'in yapılandırma kuramının bu yetersizlikleri aşabileceğini iddia eder. Ayrıca, Wendt analizini, yapılandırmacı olarak gördüğü ve bilimsel gerçekçiliği baskın olan Roy Bhaskar'ın çalışmalarına dayandırır. Giddens'in "kurallar ve kaynaklar" şeklinde tanımladığı yapı kavramını iradeciliğe kayma ihtimali sebebiyle tercih etmeyen Wendt, Bhaskar'ın "gerçek, fakat gözlemlenemeyen bir iç ilişki seti" olarak yapı kavramını benimser. Yapılandırma kuramı bireyselci ve yapısalcı yaklaşımların yaptığı gibi bir birimi öncül hale getirip indirgemecilik yapmak yerine, yapı ve yapanın birbirini karşılıklı oluşturduğu ilişkiyel bir çözüm getirir. Yapılanma kuramına göre sosyal yapılar insan eylemleri sonucu oluşur; aynı zamanda insan eylemleri de indirgenemeyen bir sosyal yapı içerisinde oluşur veya bu eylemlere indirgenemeyen bir sosyal yapı tarafından aracılık edilir. Böylece yapı ve yapan ontolojik olarak birbirine bağımlı olacak şekilde kavramsallaştırılır (Wendt, 1987).

Yapılandırma kuramcıları, yapısalcılara benzer şekilde, yapıyı birbirleriyle içsel olarak ilişki içinde olan yapanları ve yapanların davranışlarını mümkün kılma şeklinde yaratıcı manada ele alır. Bireyselci yaklaşımın aksine, yapılanma kuramcıları sosyal yapıları yaratıcı ve indirgenemeyen olarak görür. Felsefi kökleri bilimsel gerçekçilikte bulunan yapılanma kuramı, sosyal yapılar olası olarak gözlemlenemese dahi gözlemlenebilir etkileri olduğu için bunların gerçekliğini ve açıklayıcı önemini kabul eder. Yapılanma kuramı, yapının somutlaştırılması sorununu engellemek için yapıları analitik olarak yapanlardan ayrı tutmaz; ancak yapısalcılığa benzer şekilde yaratıcı yapı (yapanları yaratan) ve yapı-yapan arasındaki ilişkiyi korumaya çalışır. Yapılanma yaklaşımının yapı anlayışı sosyal yapıların, bu yapılar tarafından yapılandırılan eylemlerden bağımsız olarak var olamayacağı ve ontolojik olarak birimlerinden ayrılamayacağını benimsemesiyle yapısalcı yaklaşımdan ayrılır (Wendt, 1987). Neorealizmin açıklama konusunda sıkıntı çekmesi alternatif görüşlere ve pozitivizm eleştirisine zemin hazırlamıştır. Bu dönemde uluslararası olguların açıklanmasında inanç, düşünce, fikir ve kimlik gibi sosyal unsurların önemli olduğunu iddia eden post-pozitivist yaklaşımların yükselişine şahit olunmuştur (Kolasi, 2016). Wendt, böyle bir dönemde *Social Theory of International Politics* (1999) başlıklı eserini yayınlamıştır. Wendt bu eserinde, Waltz'a benzer şekilde analiz birimi devlet, analiz düzeyi uluslararası sistem olan bir devletler sistemi teorisi geliştirmeye çalışır; ancak Waltz'un yapı tanımında gördüğü sorunları yapılanma kuramı, Eleştirel Gerçekçilik ve İnşacılık ile kapatmaya çalışır (Yalvaç, 2012).

Wendt'in Neorealist kuramda gördüğü sorunların başında materyalist ve bireyci ontoloji ile etkileşimlerin ihmal edilmesi yer almaktadır. Wendt bu sorunların çözülmesi için üç hamlesi olduğunu belirtir. İlk hamle uluslararası sistemin doğasıyla ilgilidir. Waltz'a göre uluslararası sistem maddi bir olguyken Wendt sosyal olduğunu söyler. Waltz yapıyı maddi kapasitelerin dağılımı olarak görürken Wendt'e göre yapı bilgi dağılımı ya da düşüncelerdir. Wendt maddi güç ve çıkar gibi materyal unsurları küçümsemez ancak onların anlamlarının sosyal yapılara bağlı olduğunu belirtir. Böylece, Waltz materyalist bir ontoloji benimserken Wendt öznelarası idealist/düşünsel bir ontoloji benimser. Wendt'in ikinci hamlesi devletlerin kimlik ve çıkarları ile uluslararası sistem arasındaki ilişkiyle alakalıdır. Waltz devlet eylemlerinin uluslararası sistem tarafından etkilendiğini söylerken Wendt kimlik ve çıkarların da uluslararası sistem tarafından etkilendiğini ve hatta inşa edildiğini belirtir. Böylece, Waltz bireyci bir ontoloji benimserken Wendt bütüncü ontoloji kullanır. Üçüncü etkileşim meselesidir. Waltz devletlerarası etkileşimi devlet düzeyinde görüp sistemik teorisinden dışlarken Wendt etkileşimin sistemik teori için uygun olduğunu iddia eder (Wendt, 2003). Colin Wight'in belirttiği gibi her kuram bir ontolojiye dayanır.

Wendt bu düşünceye uygun şekilde uluslararası politikaya ilişkin sosyal teorisini ontolojik bir başlangıç noktasına dayandırmaktadır (Wight, 2006). Bu ontolojik başlangıç noktası yapı ve yapanların birbirlerine bağlı olduğu düşüncesine dayanan yapılandırma kuramıdır (Lipovac & Stanković, 2019).

Wendt'in yapı-yapan sorununa yaklaşımını İnşacılığın iki prensibi yönlendirmektedir: Maddi yapılar kadar düşünsel yapılar da önemlidir (Reus-Smit, 2014) ve düşünsel yapılar yapanların kimlik ve çıkarlarını inşa etmektedir (Wendt, 2003). Wendt materyalist ve bireyci yaklaşımların yetersizliklerinden dolayı post-pozitivistlerin idealist ve bütüncül olan ontolojisi ile pozitivistlerin ampirist epistemolojisini sentezler (Wendt, 2003). İnşacı yaklaşım paylaşılan düşünce, inanç ve değerlerin yapısal faktörler olduğunu ve bunların devlet eylemlerini şekillendirdiğini düşünmektedir³ (Reus-Smit, 2014). Wendt'e göre Uİ teorileri yapının doğasına ve yapan ile yapı arasındaki ilişkiye yaklaşımlarına göre iki çift halinde kategorize olmaktadır: Materyalizm ile idealizm ve bireycilik ile bütüncülük/yapısalcılık. Materyalistler toplumsal hayatı maddi güçler üzerinden açıklamaya çalışırken idealistler maddi olmayan düşünce, norm ve bilgi dağılımı gibi güçler üzerinden durarak maddi güçlerin sosyal güçler ile anlamlı hale geldiğini söylerler. Bireycilik ile bütüncülük ise yapının ontolojisi ve açıklayıcı rolünün gücü konusunda anlaşmazlığa düşerler. Bireycilik sosyal açıklamaların bireylerin özelliklerine ve etkileşimlerine indirgenebildiğine, bütüncülük ise sosyal yapıların etkilerinin yapanların kurucu ve nedensel manada inşasını içerdiğine inanır. Bütüncülük yapanların kimlik ve çıkar gibi niteliklerinin sosyal yapılar tarafından inşa edildiğine, bireycilik ise yapının yapanları üzerindeki davranışsal etkilerine odaklanır. Dolayısıyla bütüncülük aktörlerin kimlik ve çıkarlarını inşa sürecinde oluşmuş olarak görürken bireycilik kimlik ve çıkarlara verili muamelesi yapar (Wendt, 2003).

Bu durumda klasik Realizm devlet çıkarının oluşumunda insan doğasına ve maddi yeteneklere odaklanması nedeniyle materyalist ve bireycidir. Neorealizm, mikro-ekonomik analojiye dayandığı ve yapının açıklayıcı rolünü yapının kısıtlaması manasında ele aldığı sürece bireycidir. Yine Neorealizm yapıyı maddi kapasitelerin dağılımı ile tanımladığı için materyalisttir. Neoliberalizm kurumsal üstyapıya verdiği önem ve özerlik nedeniyle idealisttir. Liberaller ise yapının ontolojisine ilişkin sosyal görüşlere sahip olduğunu ve devletlerin kimlik ile çıkarlarının iç politika tarafından şekillendiğini öne sürdükleri için bireycidirler. Dünya-Sistemi Kuramı ve Neo-Gramsciyan Yaklaşım maddi yapıların devlet yapanların özelliklerini inşa ettiğini benimsediği için materyalist ve bütüncü yaklaşımlardır. İngiliz Okulu, Dünya Toplumu, Postmodern Teori ve Feminist Teori ise maddi unsurlardan ziyade ortak bilgiye ve yapının yapanların sadece eylemlerini değil kimlik ve çıkarlarını da oluşturduğuna inandıkları için idealist ve bütüncül teorilerdir. Wendt kendi kuramını da dâhil ettiği son grup içerisinde yer alanları Konstrüktivist/İnşacı olarak nitelendirir. Wendt'in yaklaşımını ayıran husus kimlik ve çıkarlara verili muamelesi yapmayı onların inşa süreci sonucunda oluştuğunu ortaya koymasıdır. Wendt bireycilik-bütüncülük ayrımında ise farklı bir yol seçerek yapılanma teorisi ile sembolik etkileşimciliği sentezlemektedir. Wendt seçtiği yolu geliştirmek için makro ve mikro yapı olmak üzere iki düzey arasında, nedensel ve kurucu etki olmak üzere iki etki arasında ve yapanların davranışları ve nitelikleri olmak üzere ikisi arasında ayırım yapmaktadır (Wendt, 2003).

Wendt ilk ayırım olan düzey ayrımında üç analiz düzeyi sunar: birey düzeyi, mikro-yapı ve makro-yapı (Wendt, 2003). İkinci ayırım olan etki ayrımında ise nedensel etkide A durumu, A'dan bağımsız ve önce var olan B durumunun bir sonucu olarak açıklanır. Nedensel etkide etkileşim söz konusudur. Etkileşim vasıtasıyla A, B'nin sonucu haline gelir. Kurucu etkide ise A durumu, B durumu ile olan ilişkisine bakılarak açıklanır.⁴ Wendt'in üçüncü ayırımı yapanların davranışları ve nitelikleriyle ilgiliydi. Rasyonalistler yapanların kimlik ve çıkarlarının inşa sürecinde oluşmadığını ve verili olduğunu düşündükleri için yapının yapanların

³ Wendt erken dönem çalışmasında yapının "gerçek, fakat gözlemlenemeyen bir iç ilişki seti" şeklindeki Bhaskar'cı tanımını benimsemiştir (Wendt, 1987). Ancak *Constructing International Politics* başlıklı eserinde ise yapıların "paylaşılan bilgi, maddi kaynaklar ve pratikler" şeklinde üç unsura sahip olduğunu dile getirmiştir (Wendt, 1995). Wendt ilerleyen dönemde ise yapının "maddi şartlar, çıkarlar ve düşünceler" olmak üzere üç unsur içerdiğini belirtir (Wendt, 2003).

⁴ Wendt bu iki etki arasındaki farkı kölelik örneği üzerinden açıklar. Bu örneğe göre kölelik veya sahiplik nedensel etki ile açıklanamaz; zira kölenin sahip nedeniyle var olduğunu veya tam tersine sahibin köle nedeniyle var olduğunu nedensel etki bağlamında söyleyebilmek için köle veya sahipten birisinin diğerinden önce ve ondan bağımsız şekilde var olması gerekir. Ancak sahip olmadan köle yoktur; köle olmadan sahip yoktur. Duruma kurucu etki bağlamında bakıldığında kölelik veya sahiplik bunlar arasındaki ilişkinin yapısı ile açıklanır. Kölelik ve sahiplik arasında olduğu gibi kurucu etkide karşılıklı teşkil etme durumu söz konusudur (Wendt, 2003).

davranış ve eylemleri üzerindeki nedensel etkilerine odaklanırken inşacılar yapının yapanların kimlik ve çıkarları (nitelikleri) üzerindeki kurucu etkilerine odaklanıp onların inşa sürecinde ortaya çıktığını göstermeye çalışır (Wendt, 2003). Wendt bu şekilde yapı-yapan sorununu Uİ'nin gündemine taşımış ve bu konuyu sosyal kuramdaki gelişmeler ışığında tartışmıştır. Ayrıca, disiplinin pozitivist hegemonya ile bilimsel olmamakla atfedilen post-pozitivist gelenek arasında sıkıştığı bir dönemde (Wendt, 1987) epistemolojiden ziyade ontolojiyi öne çıkaran Eleştirel Gerçekçiliği disipline taşımıştır (Kolasi, 2016). Wendt'in yapı-yapan meselesine yaptığı en önemli katkılardan biri yapanların ve yapıların karşılıklı oluşumu tezini Uİ'ye gündemine sokmasıdır. Dolayısıyla, Wendt yapının ve yapının ontolojik olarak eşit bir statüye sahip olduğunu savunur. Onun yapılandırmacı yaklaşımı hem indirgemeciliğin hem de yapısalcılığın zayıflıklarından kaçınır (Lipovac & Stanković, 2019).

Wendt'in eleştirildiği noktalardan biri, birbiriyle çelişen görüşleri savunmasıdır. Wendt sosyal gerçekliği "baştan aşağı fikirler" olarak tanımlasa da fikirlerin maddi bir gerçekliğe bağlı olduğunu söyleyerek önceliği maddi kaynaklara aktarır. Başka bir yerde ise fikirlerin maddi sebepleri teşkil ettiğini belirterek önceliği fikirlere kaydırır. Bir diğer eleştiri Wendt'in Waltz'u indirgemecilik ile eleştirmesine rağmen kendisinin benzer bir indirgemeciliğe düşmesidir. Waltz, devlet eylemlerinin açıklanmasında maddi kaynak dağılımı olarak gördüğü yapıyı öne çıkarırken, Wendt düşüncelerin dağılımı olarak gördüğü yapıyı öne çıkarır. Bu sebeple Wendt'in Waltz'la benzer bir indirgemeciliğe düştüğü öne sürülmüştür (Yalvaç, 2010). Ayrıca, Wendt'e göre pratikler, yapıların varlığını sürdürmesinde bir şart olduğu için nihai aşamada yapı "bireysel etkileşime" ve "öznel arası bir ontolojiye indirgenir" (Yalvaç, 2012). Bir diğer eleştiri sahibi Jack Synder'a göre, Wendt anarşi gibi olguların toplumsal olarak inşa edildiğini ve maksatlı insan aktörler arasında paylaşılan düşüncelerin değişmesi sonucu anarşinin de değişebileceğini düşünmesi yapısalcılığının indirgemeciliğe kayması tehlikesini barındırmaktadır (Kolasi, 2016). Wendt'in eleştirildiği noktalardan biri Eleştirel Gerçekçiliği kullanım şeklidir. Eleştirel Gerçekçilik pozitivism ile çelişse dahi Wendt'in kendisini pozitivist ilan etmesi ve kuramında Eleştirel Gerçekçiliği kullanması sorunlu olarak görülmüştür. Wendt pozitivist tutumunu bir *via media* (orta yol) olarak sunsa da Eleştirel Gerçekçilik pozitivism ve post-pozitivism arasındaki bir uzlaşma değildir; aksine Eleştirel Gerçekçilik bunlara alternatif oluşturmaktadır (Wight, 2006).

3. Eleştirel Gerçekçilik ve Dönüşümsel Toplumsal Eylem Modeli (DTEM)

Eleştirel Gerçekçilik uzun felsefe tarihinin her döneminde farklı açılardan kendisini göstermiş bir bilim felsefesi olmakla birlikte bu çalışma kapsamındaki güncel hali 19. yüzyılın ikinci yarısında idealizme ve realizme tepki olarak ortaya çıkmıştır. Bu bilim felsefesinin gerçekçiliği insan zihninden bağımsız bir gerçekliğin var olduğunu ve bu gerçekliğin bilinebileceğini ileri sürmesinden kaynaklanmaktadır ve bu haliyle realizme yakınlaşmaktadır. Ancak Eleştirel Gerçekçilik realizmin öne sürdüğü gibi dünyanın insanın duyumsadığı şekliyle var olduğu iddiasını reddederek eleştirel yanını da ortaya koymuştur. En basit haliyle Eleştirel Gerçekçilik eleştirelilik ve gerçekçilik olmak üzere iki kısımdan müteşekkildir. Bunlardan gerçekçiliğin de iki temel kabulü mevcuttur. Eleştirel Gerçekçiliği idealizmden farklılaştırarak onu realizme yakınlaştıran ilk kabule göre insan zihninden ve bilgisinden bağımsız bir gerçeklik mevcuttur. Gerçekçiliğin, Eleştirel Gerçekçiliği post-pozitivistimden farklılaştıran ikinci kabulüne göre ise gerçek dünyanın bilgisi insan tarafından elde edilebilir niteliktedir. Eleştirel Gerçekçiliğin eleştirelilik kısmının da iki temel kabulü mevcuttur. Eleştirel Gerçekçiliği realizmden ve pozitivistimden farklılaştıran ilk kabule göre bilgi doğrudan ve sezgisel olmadığı gibi bilinen fenomen ile özdeş de değildir. Bir başka anlatımla şeylerin görünen biçimleri ile özleri arasında bir farklılık mevcuttur ve bilimsel uğraşın temeli de budur. Eleştireliliğin ikinci kabulüne göre bilgi, bilgi edinim süreci, bilgi hakkında yargıda bulunma durumu için eleştirel bir teoriye ihtiyaç vardır (Karcı, 2017).

Dolayısıyla Eleştirel Gerçekçilik Uİ ile ilintili bir teori değil, modern bilim nezdinde yeni arayışların motive ettiği bir bilim felsefesidir. Modern bilimlerin tekeli yapısını besleyen pozitivism bilimi salt gerçekliğe, gerçekliği de ampirik gerçekliğe indirgemıştır. Rönesans ile başlayıp Aydınlanma ile düşünsel zemin kazanan bu yaklaşımda bilimsel bilgiye bütün bir hayatı anlamlandırma görevi verilmiş, bu başarısızlığınca da ontoloji dışlanmış, epistemoloji temelli bir ontoloji anlayışı gelişmiştir. Yeni ontoloji ile Nietzsche'nin vurguladığı üzere Tanrı ölmüş, Marx'ın deyişiyle de yıkıcı olan bu yaratıcılık sayesinde insan

dahil tüm doğa güçleri sonsuz bir sömürüye açılmıştır. Bilim felsefesi tartışmalarının epistemoloji düzeyinde yürütüldüğü bu dönemde bilgi hakikatin bir parçası olarak görülmüş, bilime karşı imanı bir inanç geliştirmiştir. Lakatos ve Feyeraband'ın belirttiği gibi orta çağ kiliselerinin dogmalarını andıran, rahipler yerine şimdi bilim insanlarının hâkim sınıfların egemenliğini meşrulaştırmak amacıyla kullandıkları ve bir nevi eski düzenin ters kopyası gibi olan bu inanç bir bilim dini haline gelmiştir. Kendisinden medet umulan haliyle kişilik kazanan bilim bu yolla kendisinin dışladığını iddia ettiği metafizik temelde bir işlev kazanmıştır. Bu mahiyeti sebebiyle özellikle 1960'lı yıllardan itibaren pozitivistlere yönelik yüksek sesli eleştiriler geliştirilmeye başlamıştır. Bu eleştirilerden en sarsıcı olanları Kuhn, Popper, Lakatos ve Feyeraband gibi pozitivistlerin içinden yöneltilirken diğer bir kısım tahripkâr eleştiri ise post-pozitivistlerce ortaya konmuştur. Ancak post-pozitivistizm gerçeğin birebir temsil edilemez olduğu ileri sürülerek *anything goes* yani "her şey mubah" anlayışıyla modern bilimin hakikati denetleme arzusunu hakikati yok etmeye dönüştürmüştür (Sunar, 2007).

Aralarında derin farklılıklar bulunduğu iddialarına rağmen pozitivistler ve post-pozitivistler ontoloji konusunda epistemolojik kaygı taşımaları bakımından ortaklaşmıştır. Buna göre pozitivistler duyumsanamayan ontolojilerin bilinemeyeceğini ileri sürerken, post-pozitivistler ontolojinin bizatihi kendisinin bilinemeyeceğini iddia etmiştir. Ontolojiye dair epistemolojik kaygı ortaklığını her iki bilim felsefesinin sosyal bilim teorisine yaklaşımında da görmek mümkündür. Pozitivistlerde sosyal bilimsel teori ampirik gerçeğe dair düzenliliklerin tesis edildiği bir çerçevede iken, post-pozitivistlerde gerçeğin zihinsel, söylemsel, metinsel ve sosyal pratik tarafından inşası olarak itibar görmüştür. Öz bir şekilde belirtmek gerekirse post-pozitivistizm pozitivistleri eleştirirken öne sürdüğü gibi ontolojinin belirlenmesinde nesnel bir yolun bulunmadığını ortaya koymaya çalışırken ontolojinin gerçekte var olmadığı sonucuna ulaşarak gerçeği ontolojiye hapseden pozitivist mantığı bir nevi tersi yönünde işletmiştir. Bununla birlikte post-pozitivistizm bilme eyleminin *inter-subjektif* yani özneler arası bir süreç olduğu düşüncesinden hareketle bilme eylemini gerçekleştirilmeye çalışan herkesin en nihayetinde kendisine has hakikate ulaştığı sonucuna varmıştır. Post-pozitivistizm için ortaya çıkan sonuç, pozitivistlere karşı başlatmış olduğu saldırıda en önemli silahlarından bir tanesi olan epistemolojik nesnellığe itirazın ontolojik nesnellığın reddine kadar varması ve zihinsel, söylemsel, metinsel ve sosyal pratikler dışında gerçeğin olmadığı iddiasıdır (Kolasi, 2020). Bu bakımdan post-pozitivistizmin -eğer yıkmayı başardığıysa bile- en iyi ihtimalle pozitivistizmin yıkıntıları arasında dolaştığını belirtmek mümkündür.

Dolayısıyla pozitivistizm ontolojiyi ampirist epistemolojiye indirgeyerek onu dışlamış, bu epistemolojide hâkim sınıfların konumunu meşrulaştırarak epistemolojik ontolojiyi kirletmiş, buna karşılık post-pozitivistizm ise ontolojiyi söylemsel, zihinsel ve metinsel inşaya hapsederek onu yok etmiştir (Avcı, 2022, s. 5-6). Daha öz bir şekilde belirtmek gerekirse, pozitivistizm ile post-pozitivistizm farklı yollardan aynı sonuca ulaşarak bilim dünyasında tıkanıklığa sebep olmuştur. Her iki bilim felsefesinin yapı-yapan tartışmasındaki konumu da bu tıkanıklığı doğrulamaktadır. Pozitivistizmin manipüle ettiği makro teoriler toplumsal olguyu açıklamaya çalışırken yapıyı, post-pozitivistizmin yönlendirdiği mikro teoriler ise yapının öncelemiştir. Mezo teoriler ise orta yolu bulmaya çalışarak yapı ile yapının birlikte ele alma gerekliliğini vurgulamıştır. Zira insanın yapılığını dışlayarak yapıya odaklanan pozitivistizm sosyal bilimsel teoride ontolojiyi ampirik alan ile sınırlandırmış ve sınırlandırdığı bu alanda da gerçekte mevcut olmayan bir deterministik mekanizma olduğunu ileri sürmüştür. Post-pozitivistizm ise yapıyı tamamen dışlayarak yargısal göreceliliği savunmuş ve sosyal bilimsel alanın ontolojisini ampirik alanın dışına konumlandırmıştır. Eleştirel Gerçekçilik ise farklı yollarla özde aynı sonuca varan pozitivistizm ile post-pozitivistizmin yaratmış olduğu bu tarz suni dikotomileri aşmaya çalışmaktadır (Yücedağ & Sarsılmaz, 2018). Öyle ki Eleştirel Gerçekçilik zihinsel, söylemsel ve metinsel alan dışında da nesnel bir ontolojinin var olduğunu iddia ederek post-pozitivistizmden, katmanlaşmış ontoloji anlayışıyla gerçeğin ampirik alan dışında da mevcut bulunduğunu vurgulayarak ise pozitivistizmden farklılaşmıştır (Kolasi, 2020).

Bu bakımdan Eleştirel Gerçekçilik pozitivistizm ile post-pozitivistizmin bir sentezi değil alternatif ve farklı bir yol olarak öne çıkmaktadır. Eleştirel Gerçekçiliğin öncülü olan Roy Bhaskar da işe pozitivist bilim felsefesini eleştirerek başlamış ve bu bilim felsefesinin sosyal bilimsel alanı tıpkı doğa bilimlerinin kapalı deney alanları gibi manipüle etmeye çalıştığını belirtmiştir. Üstelik pozitivistizm bu kapalı deney alanı içerisinde diğer bütün değişkenlerin sabit olduğunu kabul ettiği halde ortaya çıkan yasaların evrensel genel-

geçerliğe sahip olduğunu ileri sürmüştür. Aslında ortaya çıkan bu sonuç pozitivist bilim felsefesi kapsamında çalışan bilim insanının ürünüdür. Zira diğer hangi koşulların sabit kabul edilerek deneyin manipüle edileceği bilim insanının tercihine bağlıdır ve tercih edilen sabit koşullar değiştikçe kapalı deney alanının da sonuçları değişecektir. Oysa Bhaskar'a göre sosyal bilimsel alan doğa bilimlerinin alanından farklı olarak açık ve deney ötesi bir mahiyettedir ve burada sosyal ontolojinin sabit kabul edilmesi mümkün olmadığından pozitivist bilim felsefesine yaslanarak bilgi üretmek imkansızdır (Bhaskar, 2018). Çünkü doğa bilimsel alan ile sosyal bilimsel alanın ontolojileri farklıdır. Nitekim doğa bilimsel alandaki ontolojide sabit kabul edilecek koşullar daha açık iken sosyal bilimsel alanın katmanlaşmış ontolojisinde bu koşulların tespiti kolay değildir. Bu noktadan hareketle Bhaskar sosyal bilimsel alanın araştırılması için ortaya koyduğu ve anti-pozitivist olup natüralizmi savunan, Hegel'i eleştirip diyalektiği benimseyen, yokluğun varlığına dayalı bir ontoloji geliştiren Eleştirel Gerçekçiliğin temel ilkelerini birbiriyle bağlantılı olan ontolojik veya transandantal realizm, epistemolojik görecelik ve yargısal rasyonellik olarak sıralamıştır (Bhaskar, 1998).

Ontolojik ya da transandantal realizm düşünce ve varlığın geçişli ile geçişsiz boyutlardaki nesnelere aynı olmadığını ima etmektedir. Bir başka anlatımla ontolojinin insan bilgisinin ürünü olan bir tarafı olduğu gibi (geçişli boyut) insan bilgisinden bağımsız bir yanı da (geçişsiz boyut) bulunmaktadır. Dolayısıyla bu ilke kapsamında iki temel kabul öne çıkmaktadır. Bunlardan ilkinde göre ontolojiye dair bilgi toplumsal olarak üretildiği için tarihsel ve geçicidir, dolayısıyla epistemolojik görecelik kabul edilmelidir. Bir başka anlatımla ontolojiye dair bir bilginin diğerinden daha iyi ya da daha doğru olduğunu yargılama imkânını verecek ve evrensel geçerliliği olan bilimsel bir metodoloji yoktur. İkinci kabule göre ise epistemolojik göreceliğin kabulü ontolojiye dair bir bilgiyi diğerine tercih etmek için hiçbir rasyonel temelin olamayacağını yani her bir bilginin eşit derecede geçerli olduğunu salık veren yargısal göreceliğe yol açmamalı ve bunu reddetmelidir. Dolayısıyla Bhaskar epistemolojik mutlakçılığa ve epistemolojik irrasyonelizme aynı şekilde karşıttır. Çünkü Bhaskar'a göre görececiler yanlış bir şekilde ilk kabulden yargısal göreceliği çıkarırken, anti-görececiler ikinci kabulün geçerli olmadığını ortaya koymak için ilk kabulün reddini benimsemiştir (Bhaskar, 2015). Özetle ontolojik ya da transandantal realizm insan zihinden bağımsız bir ontolojiye atuf yaparken epistemolojik görecelik bu ontolojinin bilgisine ulaşmada evrensel olarak geçerli tek bir yolun bulunmadığı, yargısal rasyonellik ise epistemolojik göreceliğe rağmen ontolojinin bilinebilir olduğu anlamına gelmektedir (Bhaskar, 2012).

Bu noktada Bhaskar'ın epistemolojik görecelik ile aynı anda yargısal rasyonelliği savunması oldukça önemlidir. Çünkü epistemolojik göreceliğin yargısal göreceliği beraberinde getirmesi ontolojiye dair tüm bilginin eşit derecede doğru ve geçerli olduğu sonucunu doğuracaktır. Bu durumda da bilim insanlarının ontolojiye dair herhangi bir bilgiyi herhangi bir rasyonel temelde yanlışlanamayacağı için uydurması kaçınılmaz hale gelecek ve nesnel bilgi imkânsızlaşacaktır (Kolasi, 2020). Eleştirel Gerçekçilik post-pozitivizm gibi hiçbir bilginin diğerine kıyasla daha geçerli ve doğru olmadığı yanlışından kaçınmak için bilginin toplumsal, tarihsel ve geçici olduğunu ima eden epistemolojik göreceliğin yargısal göreceliğe vardiirilmemesi gerektiğini savunmaktadır. Çünkü Eleştirel Gerçekçiliğe göre bir bilgiyi diğerine kıyasla geçerli ve doğru kabul etmek insan eyleminin temelini oluşturduğundan bilgiler arasında tercih yapılmasını reddetmek insanın pratikte yaptığını inkâr etmekle eş değerdir (Yalvaç, 2010). Eleştirel Gerçekçiliğe göre bilginin geçişli yanından dolayı epistemolojik göreceliğin yani farklı epistemolojilerin olması bilginin geçişsiz alanının da bulunması sebebiyle ontolojik görecelik anlamına gelmemektedir. Bir başka anlatımla Bhaskar birtakım bilgilerin diğerlerinden daha geçerli ve doğru olduğunu tespit edecek rasyonel ölçütlerin bulunduğunu belirterek bilimi keyfi bir süreç olmaktan kurtarmak adına epistemolojik göreceliği yargısal rasyonellik ile dengelemeyi önermiştir. Nitekim Eleştirel Gerçekçilik tutarlılık, geçerlilik, bağlantılılık gibi ölçütlerin yargısal rasyonellik kapsamında araçsallaştırılması gerektiğinde ısrarcıdır (Wight, 2006).

Bhaskar'a göre bu üç ilke sayesinde Eleştirel Gerçekçilik kapalı bir sistem ya da dogma değil farklı disiplinlerde nasıl gelişeceği pek çok etmene bağlı olarak değişen dinamik, çok boyutlu ve genişleyen bir araştırma programıdır. Zira Eleştirel Gerçekçiliğin temel motivasyonu insanın özgür olma dürtüsü ile bunu kısıtlayan her türden şeyleştirmeler ve yapılar arasındaki bir tür diyalektiktir. Sosyal bilimlerde hâkim olan irrealist akımlarla mücadele edilmesinin aciliyeti üzerinde duran (Aytekin, 2001) ve Eleştirel Gerçekçiliğin bir diğer önemli temsilcisi olan Andrew Sayer'e göre ise Eleştirel Gerçekçiliğin ilkeleri şunlardır: 1. Ona

dair bilgimizden bağımsız bir dünya mevcuttur, 2. Dünyaya dair bilgimiz yanlışlanabilir ve teori yüküldür, 3. Bilgi ne tamamen sürekli ne de tamamen süreksiz olarak gelişir, 4. Doğal-sosyal nesnelere zorunlu olarak nedensel güçlere veya eyleme yollarına ve tikel duyarlılıklara sahiptir, 5. Dünya yalnızca olaylardan değil, aynı zamanda olayları yaratma kapasitesi ve gücüne sahip yapıları da içeren nesnelere de müteşekkil olarak farklılaşmış ve tabakalaşmıştır, 6. Sosyal olgular tıpkı eylemler, metinler ve kurumlar gibi kavram-bağımlıdır, 7. Bilimin ya da bilginin herhangi başka bir türünün üretimi toplumsal bir pratiktir ve 8. Sosyal bilim olguları açıklayabilmek ve anlayabilmek için kendi araştırma nesnesine eleştirel yaklaşımdır (Sayer, 2010). Eleştirel Gerçekçiliğin Bhaskar ve Sayer özelinde belirtilen ilkeli bir programla ortaya konmasının temel motivasyonunun anlaşılması noktasında ise hâkim sosyal bilim ve felsefesindeki *epistemological-ontological fallacy* yani epistemolojik-ontolojik yanlışlık oldukça önemli bir yer tutmaktadır.

Bhaskar'a göre sosyal bilim felsefesi tarihine yerleşikleşmiş iki temel yanlışlık mevcuttur: epistemolojik ve ontolojik yanlışlık. Epistemolojik yanlışlığa göre varlık hakkındaki önermeler bilgi hakkındaki önermelere indirgenmekte ya da bu önermeler bağlamında çözümlenebilir olarak görülmektedir. Bir başka deyişle ontolojik sorunlar her zaman epistemolojik terimlerle ifade edilmektedir. Bhaskar'a göre varlığın her zaman bizim varlık hakkındaki bilgimiz bakımından incelenebileceği fikri bilimden bağımsız ama bilimin araştırdığı bir dünya fikrinin sistematik olarak yok olmasıyla sonuçlanmaktadır. Oysa bilimin olması dünyanın var oluşu için gerekli koşul değildir, bilimin olması için dünyanın belirli bir tipte var olması gerekli koşuldur. Dünyayı bilme ihtimalimiz dünyanın gerekli bir niteliği değildir ve dolayısıyla onun belirleyici bir niteliği olamaz. Aksine dünya tarihsel bir rastlantıdır. Bhaskar'a göre epistemolojik yanlışlığın temel sebebi dünya hakkındaki soruları insanın davranışı hakkındaki sorular şeklinde ifade etmek isteyen güçlü bir *antropomorfik* yani insan-merkezci felsefi akımdır. Bu şekilde insandan bağımsız çok boyutlu bir yapı olarak görülmesi gereken dünya atomistik gerçekler tarafından oluşturulmuş gibi nitelikleri belirli bir bilgi kavramının ihtiyaçları tarafından belirlenen düz bir yüzey haline indirgenmiştir. Sonuçta bu yanlışlık imkânsız bir bilim anlayışına, bilim felsefesinin içine çökmesine ve bilimin pratik anlamını kaybetmesine neden olmaktadır. Bhaskar'a göre tüm bunlar ontolojinin yok edilmesinin bedelidir (Bhaskar, 2018). Dolayısıyla Eleştirel Gerçekçilik ontolojik sorunların epistemolojik temelde ele alınmasına yani ontolojinin onun epistemolojisine dair açıklamalarla analiz edilmesine karşıdır (Bhaskar, 2015).

Bhaskar'ın üzerinde durduğu ontolojik yanlışlığa göre ise varlık bilgisi edinilebilir olana ve böylece ontoloji de negativiteyi tamamen dışlayarak pozitif olana indirgenmektedir. Dolayısıyla yapı ve eğilim gibi olgu ve kavramlar mistikleştirilerek ontolojiden dışlanmaktadır. Sonuçta bilgi ya daha basit hale gelmekte ya da nesnelere varlığına göre analiz edilebilmektedir (Bhaskar, 2009). Bu açıdan ontolojik yanlışlık bilginin varlığa indirgenmesinden kaynaklanmaktadır (Bhaskar, 2015). Bahse konu bu iki yanlışlığı aşmak adına Bhaskar'ın önerisi ise bilim felsefesinde iki Kopernik Devrimi'nin yaşanmasıdır. Bilindiği üzere yüz yıllar önce Kopernik evrenin insanın etrafında dönmediğini ileri sürmesine rağmen hala daha felsefede şeyler, sanki evren dünyanın etrafında dönüyormuş gibi sunulmaktadır. Bhaskar'a göre bu anomaliyi aşmak için bilim felsefesinde ihtiyaç duyulan ilk Kopernik devrimi bilgimizin ne doğanın bir gölge fenomeni ne de insanlar arasında bir uzlaşma olarak görüldüğü aksine toplumsal olarak üretilmiş görüleceği bir geçişli boyutun inşa edilmesidir. İhtiyaç duyulan ikinci Kopernik devrimi ise bilimin toplumsal etkinliği içinde bilgisi elde edilen dünyanın insandan tümüyle bağımsız olarak görüleceği felsefi ontolojinin yeniden inşasına dayanan geçişsiz bir boyutun oluşturulmasıdır (Bhaskar, 2018). Görüldüğü üzere Bhaskar'ın gerekli gördüğü Kopernik devrimlerinden ilki epistemolojik, ikincisi ise ontolojik yanlışlığın aşılmasına işaret etmektedir. Bu aşma girişiminin Eleştirel Gerçekçilikteki karşılığı ise bilim felsefesinde *transitive* yani geçişli ve *intransitive* yani geçişsiz alanların kurulmasıdır (Türk, 2012).

Geçişli alana göre insanlar toplumsal etkinlikleri içinde bilgi üretmektedir ve dolayısıyla bilgi bütün diğer toplumsal ürünler gibi toplumsal bir üründür. Öyle ki üretilmesinden ve onu üreten insanlardan diğer ürünlerin bağılı bulunduğundan daha bağımsız değildir ve kendi üreticileri ile bir meta kadar değişim değeri mevcuttur. Bilginin diğer yönünde ise bilgi civanın özel çekim gücü, elektroliz süreci ve ışığın yayılma mekanizması gibi insanlar tarafından üretilmeyen şeylerin bilgisidir. Dolayısıyla bilginin bu alanında bilgi nesnelere hiçbir insan etkinliğine bağılı değildir. O halde bilginin bu alanında insanolu yok olsa bile ve her ne kadar *ex hypothesi* bunu bilecek kimse olmayacak olsa da ses yayılmaya, cisimler yanı şekilde yere düşmeye devam edecektir. Bhaskar işte bu alana bilginin geçişsiz alanı ve bu tür nesnelere bilginin geçişsiz

nesnelere adını vermektedir. Bhaskar'a göre geçişsiz bilgi nesnelere onlar hakkındaki bilgimize göre değişmezler ve onlar dünyanın gerçek şey ve yapıları, mekanizma ve süreçleri ve olasılıklarıdır. Büyük oranda bizden tümüyle bağımsız olan bilginin bu geçişsiz nesnelere bilinemez değildir ve aslında onlar hakkında pek çok şey bilinmektedir. Ancak onlar hakkındaki algımız bir yana bunlardan hiçbirini bizim bilgimize bağlı değildir ve bunlar bilimsel araştırma ile keşfin geçişsiz, bilimden bağımsız nesnelere aittir. Bununla birlikte Bhaskar bilginin geçişli ve geçişsiz alanları arasında önemli bir bağ da kurmaktadır. Öyle ki toplumsal ürünler yani bilgilerin geçişli nesnelere olarak hareket etme kapasitesine sahip öncüller olarak oluşturulmuş bilgiler, dünyanın bilinmeyen lakin bilinebilir geçişsiz yapısını keşfetmek için kullanılmaktadır (Bhaskar, 2018).

Bhaskar'a göre herhangi bir yeterli bilim felsefesi bilimin iki yönünü de sürdürebilme ve bunlarla uyumlu olma kapasitesine sahip olmak zorundadır. Bir başka anlatımla söz konusu bilim felsefesi insanın öncül bilgisine ve etkin etkinliğine dayanan geçişli bir süreç olarak bilimin nasıl bunlardan hiçbirine bağlı olmayan geçişsiz nesnelere sahip olduğunun farkında olmalıdır. Benzer şekilde yeterli bir bilim felsefesi hem bilimin toplumsal karakterini hem de bilimin bilimsel düşüncenin nesnelere bağımsızlığını savunabilme kapasitesine sahip olmalıdır. Dolayısıyla Bhaskar bilim felsefesi için iki ölçüte uyma zorunluluğu geliştirmiştir. Bunlardan ilki bilginin kendiliğinden üretilmemesi yani bilginin geçişli boyutta hem bilgiden hem de bilgi araçları aracılığıyla üretilmesi ölçütüdür. İkincisi ise yapısal ve asli gerçekçilik ölçütü yani nedensel yapılar ve şeylerin geçişsiz boyutta bağımsız var oluş ve hareketi ölçütüdür (Bhaskar, 2018). Bhaskar'ın Eleştirel Gerçekçiliğinin söz konusu iki ölçüte uymasını sağlayan katmanlaşmış ontoloji kavrayışıdır. Nitekim Eleştirel Gerçekçilik ontolojinin bu şekilde kavrayışı sayesinde pozitivistin gerçekliği ampirik alana hapsedme yanlışından ve post-pozitivistin nesnel gerçekliği reddetme hatasından kaçınmış olmaktadır. Bu tespit tersinden de geçerlidir. Yani Eleştirel Gerçekçilik katmanlaşmış ontoloji üzerinden bizim dışımızda bir gerçekliğin olduğu iddiasındaki pozitivistle ve ontolojinin ampirik alan dışında yönlerinin de bulunduğunu ileri süren post-pozitivistle buluşmaktadır. Ancak bunun Eleştirel Gerçekçiliği pozitivistizm ile post-pozitivistizmin sentezi haline getirmediği de unutulmamalıdır.

Tablo 1. (Bhaskar, 2018).

	Gerçeğin Alanı (g_a)	Aktüel Olanın Alanı (a_a)	Deneyisel Olanın Alanı (d_a)
Mekanizmalar	X		
Olaylar	X	X	
Deneyimler	X	X	X

Geçişli ve geçişsiz alanlardan hareketle Bhaskar katmanlaşmış ontolojinin üç alanının bulunduğunu ileri sürmektedir. Bunlardan deneysel olanın alanı deneyimlere karşılık gelirken, aktüel olanın alanı deneyimlerin yanı sıra olayları da içermektedir. Gerçeğin alanı ise deneyim ve olayları da içerirken tüm bunların altında yatan mekanizmalara denk düşmektedir. Bhaskar'ın pozitivistizmle itirazının özü katmanlaşmış ontolojinin bu üç ayrı alanına ilişkin yaklaşımında açığa çıkmaktadır. Bhaskar'a göre pozitivistizm deneyim kategorisine dayanan bir ontoloji oluşturarak ampirik dünya kavramında ifade edildiği ve nedensel yasaların aktüelliği ile sürekli bağlantıların aynı anda her yerde bulunması fikirlerinin aracılık ettiği üzere ontolojinin üç alanını tek bir alanda indirmektedir. Bu, deneyin aslında bilimde önemli olduğu koşulların ne olduğu sorusunun sorulmasını ve bu üç düzeyin birbiri ile uyumlu ya da aynı fazda olma biçimlerinin tanımlanmasını engellemektedir. Dolayısıyla pozitivistizmin ontolojiye dair takip ettiği formülasyon $g_a = a_a = d_a$ iken Bhaskar'ın takip ettiği transandantal ya da ontolojik realizme göre bu $g_a \geq a_a \geq d_a$ şeklindedir. Zira ontolojinin bu üç düzeyi pozitivistizmin iddia ettiği gibi doğal ya da normal olarak eş evreli değildir. Onları bu hale sokan bilimin toplumsal etkinliğidir (Bhaskar, 2018). Görüldüğü üzere Eleştirel Gerçekçilik bizim dışımızda bir dünyanın gerçekliğinin varlığı noktasında pozitivistizmle uzlaşırken, bu gerçekliğin varlığının bizim tarafımızdan keşfedilmek gibi bir ontolojik niteliğinin olmadığını ileri sürerek ondan ayrılmaktadır. Bir başka anlatımla insan bilgisinin aktüel olanın ve gerçeğin alanına ulaşması mümkün iken bu her zaman gerçekleşmeyebilir.

Bhaskar'a göre bir bilim felsefesinin ontolojinin bu üç alanının farkında olmasının önemi deneyimler, olaylar ve mekanizmalar arasındaki farklılıkta da kendisini göstermektedir. Çünkü Bhaskar'a göre

deneyimler ontolojinin çok küçük bir parçasını oluşturarak ontolojinin keşfine dayanan bilimsel faaliyetin sonuna değil en başına karşılık gelmektedir. Deneyimlerden farklı olarak her zaman gözlemlenebilir olmak zorunda olmayan olaylar ise deneyimlerden kategorik olarak bağımsızdır. Zira mevcut dünyada algımız tarafından henüz algılanamayan olayların bulunması mümkündür. Olayların asıl sebebi olan mekanizmalar ise insandan bağımsız olarak var olmakta ve hareket etmektedir (Bhaskar, 2018). Dikkat edilirse Eleştirel Gerçekçiliğin katmanlaşmış ontoloji anlayışının öncüllerinin Karl Marx ve Immanuel Kant olduğu görülecektir. Nitekim Marx'a göre şeylerin görünüş biçimleri ile özleri dolaysız olarak çakışsaydı bilim tümüyle gereksizleşirdi (Marx, 2015). Dolayısıyla bilim biçimin daha derinindekini yani özü açığa çıkarmaya ve biçim ile öz arasındaki farklılığın sebebini bulmaya çalışmakla ilgilidir. Bunun meşakkatli olduğunun bilincinde olarak Marx da bilime giden düz bir yolun bulunmadığını ve yalnızca onun dik patikalarını tırmanmaktan çekinmeyenlerin bilimin aydınlık doruklarına ulaşma şansına sahip olduklarını belirtmiştir (Marx, 2014). Kant'ın varlığın *a priori* ve *a posteriori* formlarından söz ettiği transandantal felsefesinde ise kendinde şeyi olduğu gibi algılamak imkânsız olduğundan bilim insanı *a priori* kategorileri sıraya sokarak şey hakkında bilgi edinmektedir (Altınal, 2010).

Eleştirel Gerçekçiliğin yapı-yapan tartışmasına dair tüm bu hususlarla bağlantılı olan konumlanmasına gelince, Bhaskar'a göre tartışmanın kendisi bireycilik ve kolektivism arasındaki kutuplaşma arasında gidip gelmektedir. Bir başka anlatımla, sosyal bilimlerdeki yapı-yapan tartışması bir tarafta faydacılık ile Weberciliğin bireyciliği ve iradeciliği, diğer tarafta organikçi ve Durkheimci toplumsal düşünceye dahil olan kolektivism ve şeyleştirme arasında gidip gelmektedir. Bunlara karşılık Eleştirel Gerçekçilik ise toplumsal yapılarla bir yapan olarak insan edimi arasındaki ilişkinin *Dönüşümsel Toplumsal Eylem Modeline* (DTEM) dayanan ve hem iradecilikten hem de şeyleştirmeden kaçınan bir çerçeve sunmaktadır. Aynı zamanda toplumsal olana dair ilişkilere esasen bağlı olan veya dayanan bir anlayış geliştirmektedir. Hem atomistik bireyciliğe hem de farklılaşmamış kolektivism'e karşı olan bu modele göre yapının varlığı bir yapan olarak her tür insan faaliyeti için gerekli bir koşuldur. Dolayısıyla iradeciliğin hatasına düştüğü gibi yapı yapanlar tarafından yaratılmamakta ve şeyleştirmenin hatasına düştüğü gibi de yapı yapanın ediminden bağımsız olarak var olamamaktadır. Bununla birlikte Eleştirel Gerçekçilik hem sosyal olayları ve eğilimleri anlamak- açıklamak hem de sömürülen ve ezilenlerin kendilerini özgürleştirmelerini amaçlayan toplumsal eylemi odak noktası olarak seçmek için ilişkisellik olarak gördüğü dikkatleri yapılara yöneltmektedir. Zira yapı faal yapanların vasıflı hüneri olmakla birlikte yapanlar için kabul edilmemiş koşullar, niyetlenilmemiş sonuçlar, örtük beceriler ve bilinçsiz motivasyon olmak üzere dört açıdan anlaşılabilir olabilmektedir (Bhaskar, 2015).

Bhaskar'a göre bu haliyle yapı yapanların asla yaratmadıkları ama pratik eylemlerinde her zaman önceden varsaydıkları ve bu şekilde her yerde yeniden ürettikleri veya dönüştürdükleri, konumlandırılmış pratikler ve ağ halindeki karşılıklı ilişkiler bütünüdür. Dolayısıyla Bhaskar'ın modelinde yapılar onları üreten veya dönüştüren yapanlara bağımlıken, onlara indirgenememektedir. Bhaskar DTEM'nin farklılığını ortaya koymak için onu diğer üç modelle mukayeseli olarak ele almıştır. Buna göre bir yanda en başta Weber tarafından temsil edilen ve sosyal nesnelere yönelimsel ya da anlamlı insan davranışının sonuçları olarak gören bir model (Model I) ve diğer yanda ise Durkheim tarafından temsil edilen ve sosyal olguları bireye dışsal ve zorlayıcı olarak kendi bağımsız yaşamlarına sahip şeyler olarak gören model (Model II) bulunmaktadır. Bu iki model göz önüne alındığında yapı ile yapan arasında diyalektik bir karşılıklı ilişki olduğu varsayımına dayanarak bu çatışan perspektifleri sentezleyebilecek genel bir modeli denemek ve geliştirmek başlangıçta cazip görünmektedir. Bu modele (Model III) göre yapı, yapıyı yaratan yapanlardan oluşmaktadır ve yapı, sürekli bir diyalektik içerisinde yapıyı üreten yapanları üretmektedir. Model III'e göre sosyal yapı onu üreten bir yapan olarak insan etkinliğinden ayrı, kendi başına ayakta durabilecek bir şey olarak tanımlanamamakta ve fakat bir kez yaratıldığında yapının karşısına hem yabancı bir olgusalılık olarak hem de zorlayıcı bir araçsallık olarak dikilmektedir. Dolayısıyla Model III aynı anda hem Weberci geleneğin her türlü iradeci içeriminden hem de Durkheimci gelenekle bağlantılı her türlü şeyleştirmeden kaçınıyor gibi görünmektedir (Bhaskar, 2017).

Bhaskar'a göre Model III ciddi biçimde yanlıştır. Çünkü yapı ve yapan diyalektik olarak ilişkili olmadığı gibi yani bir diyalektik sürecin iki ayrı uğrakları olmadıkları gibi aslında kökten farklı şeylerdir. Bununla birlikte ve Durkheim'in de belirttiği üzere yapı daima yapanların karşısında hazır halde bulunduğu göre Model III bu kapsamda düzeltilmelidir. Bhaskar'a göre elbette şeyleştirme yani yapının yapının etkinliği

olmaksızın var olamayacağı doğru olmakla birlikte bu tespit yapanların yapıyı yarattığı tespitiyle eş değer değildir. Dolayısıyla yapanların yapıyı yeniden ürettikleri ya da dönüştürdüklerini ileri sürmek daha doğrudur. Bir başka anlatımla yapı daima önceden hazır haldeyse, bu durumda her tür somut yapının praksişi onu sadece değiştirebilmekte ve nihayetinde yapı da ya muhafaza edilmekte ya da değiştirilmektedir. Bhaskar'a göre yapı yapanların etkinliklerinin bir sonucu değildir ve bu durumda yapı, yapanların karşısına asla oluşturamayacakları bir şey olarak dikilmekte fakat aynı zamanda da yapanların ancak etkinliği sayesinde var olmaktadır. Bu bakımdan Bhaskar'ın Model III'te yaptığı değişikliklerle ortaya çıkan DTEM aslında bir sentezdir. Zira DTEM'ye göre yapı yapanlığın hem daimî koşulu ve maddi etkeni hem de sürekli yeniden üretilen neticesi haline gelmiştir. Yapanın bilinçli yapanlığı anlamına gelen praksis de hem kapitalizmdeki çalışma yani bilinçli üretim hem de üretim koşullarının genelde bilinçsiz yeniden üretimi yani yapıdır. İlkine yapının ikiliği, diğerine de praksisin ikiliği olarak atıfta bulunan Bhaskar maksatlılığın, yönelimselliğin ve özbilincin yapanın eylemlerini nitelediğini ama sosyal yapıdaki dönüşümleri nitelemediğini kabul etmektedir (Bhaskar, 2017).

Bir başka anlatımla bilinçli etkinliklerde bulunan yapanlar kendi mevcut üretim etkinliklerini yöneten yapıları çoğunlukla bilincinde olmaksızın yeniden üretmekte ve bazen de dönüştürmektedirler. Bhaskar'ın özlü deyişle kişiler çekirdek aileyi yeniden üretmek için evlenmezler, hakeza kapitalist ekonomiyi sürdürmek için çalışıyor da değillerdir. Ancak bu yine de onların etkinliklerinin zorunlu bir koşulu olmasının yanı sıra istenmedik sonucu ve amansız neticesi olmaktadır. Özetle DTEM'ye göre yapı şeyleştirilmenin hatasına düştüğü gibi yapanın etkinliğinden bağımsız olmadığı gibi iradeciliğin hatasına düştüğü gibi yapanın etkinliğinin bir ürünü de değildir. Bu noktada Bhaskar yapının yeniden üretilmesi ya da dönüştürülmesi için zorunlu olan süreçlere genel anlamıyla sosyalizasyon olarak atıfta bulunmaktadır. Çünkü yapının yeniden üretilmesi ya da dönüştürülmesine her ne kadar çoğu zaman bilinçsizce ulaşılmışsa da yine de bu öncel koşulların mekanik bir neticesi değil, aktif yapanların bir başarısı yani ustalıklı bir marifetidir. Şu hâlde yapı yönelimsel yapan eylemi için zorunlu koşulları sağladığı ve yönelimsel yapan eylemi de onun için zorunlu bir koşul olduğu için yapı ile yaparı bir diğerine indirgemek, birini diğeri aracılığıyla açıklamak ve birini diğerinden hareketle yeniden inşa etmek mümkün değildir. Bhaskar'a göre yapı ile yapı arasında ontolojik bir yarıklık ve diğer modellerin tipik bir biçimde görmezden geldiği bir bağlantı tarzı yani dönüştürme söz konusudur. Zira Model I yapanların eylemlerinin var olduğuna ama yapısal koşulların var olmadığına, Model II yapısal koşulların var olduğuna ama yapanların eylemlerinin var olmadığına, Model III ise bu ikisi arasında hiçbir ayırım olmadığına işaret etmektedir (Bhaskar, 2017).

Görüldüğü üzere yapı-yapan tartışması özelinde Eleştirel Gerçekçilik ve geliştirdiği DTEM katmanlaşmış ve ilişkiyel bir yaklaşım sunmaktadır. DTEM'nin bu katmanlaşmış özelliği mikro ve makro düzeydeki yapılar arasında yer alan mezo etkileşimleri irdeleyebilmesini sağlarken, aynı zamanda görünenden görünmeyen yapılara yani daha derinlere doğru inmesini de mümkün kılmaktadır. DTEM'nin ilişkiyel özelliği ise şeylerin ve insanların sahip oldukları anlamın ilişkiler ağı ile ortaya çıktığı ve kendi başlarına nesnel varlıklarının ötesinde bir anlam taşımadıkları varsayımına dayanarak sosyal bilimsel araştırmada ilişki ağlarının temel anlama aracı olarak kullanıldığını ifade etmektedir (Özbilgin & Erbil, 2019). Yine Eleştirel Gerçekçilikte yapı kavramı toplumsal ilişkiler olarak ele alındığı için yapının yapanlar üzerindeki nedensel etkileri, söz konusu ilişkiyel tarafından yerleştirilen yapısal çıkarlar, kaynaklar, güçler, kısıtlamalar ve çıkmazlarda kendisini göstermektedir. Yapıyı tanımlayan toplumsal ilişkiler, yapanlar olarak bireylerin içinde hareket etmek zorunda kaldıkları ve onları belirli şekillerde hareket etmek için motive eden maddi koşulları içermekteyse de Eleştirel Gerçekçilikte bahse konu toplumsal ilişkiler kaba bir maddecilik anlamına gelmemektedir. Öyle ki görece istikrarlı olan yapılar yönettikleri yapanların etkinliklerinden bağımsız değildir. Bununla birlikte bilinçli eylemlerin her zaman amaçlanmış sonuçlar doğurmaması ve yapanların kendi eylemlerinin sonuçlarının farkında olmamaları gibi sebepler de Eleştirel Gerçekçiliğin yapılarındaki nesnel toplumsal ilişkilere karşılık gelmektedir (Kolasi, 2020).

Eleştirel Gerçekçiliğin (Bhaskar'ın Model III olarak adlandırdığı) yapılandırmacı yaklaşımdan temel farkına gelince; bir önceki bölümde de vurgulandığı üzere Wendt ve Anthony Giddens yapı ile yapı arasında karşılıklı belirlemci bir ilişki bulunduğunu ve yapılar ile yapanlar sosyal pratikler üzerinden birleştirildiği için yapıların kurallara ilişkin yapanların taşıdıkları öznel kavrayışlardan bağımsız bir gerçekliğinin olmadığını vurgulamışlardır. Buna karşılık Bhaskar ise yapı ile yapının iki ayrı ontolojik

düzeyi ifade ettiğini, bu sebeple birbirlerine indirgenemeyecek nedensel güçler taşıdıklarını ve yapıların nesnel gerçekliğinin olduğunu ortaya koymuştur (Kolasi, 2018). Sonuç olarak Eleştirel Gerçekçilik ve kapsamında geliştirilen DTEM; bilginin geçişli-geçişsiz yanlarını ortaya koyması, katmanlaşmış ontoloji yaklaşımı ile gerçekliğin farklı alanlarını sorunsal haline getirmesi, ampirik/deneysel alan ile yetinmeyerek bilimsel uğraşı henüz en başında kesintiye uğratmaması ve yapısal dönüşüm olanaklarını, imkanlarını ve kısıtlarını ortaya koyma potansiyeline sahip bir içeriğe sahip olmasıyla sosyal bilimsel araştırma için önemli bir alternatif yaklaşım olarak ortaya çıkmaktadır. Bu bilim felsefesinin bizatihi kendisinin dogmatik bir programdan ziyade farklı alanlardaki eleştirel katkılara açık bir nitelikte olması ise genelde sosyal bilimler özelinde ise Uİ gibi disiplinler için Eleştirel Gerçekçilik kapsamındaki çalışmaların verimli meta-teorik açılımlar sağlayabileceğini göstermektedir. Henüz doğumunun üzerinden 100 yılı çok az aşkın bir zaman geçmesine rağmen sahip olduğu yerleşik sorunlar hasebiyle önce teorisinin ardından da kendisinin sonu ilan edilen Uİ için (Kurnaz, 2023) söz konusu meta-teorik açılımlar gerekliliği daha fazla aciliyet göstermektedir.

4. Sonuç Yerine: Yapı-Yapan Tartışmasının Önemi ve Eleştirel Gerçekçiliğin Uİ Nezdinde Sunduğu Meta-Teorik Açılım

Yapı-yapan tartışmasının mahiyeti ve seyri meselenin farklı isimlerle felsefenin ve sosyal bilimlerin kadim konularından biri olmasının boşuna olmadığını göstermektedir. Bununla birlikte Eleştirel Gerçekçilik sayesinde gerçekleşme potansiyeline sahip meta-teorik açılımlar Uİ nezdinde önem arz etmektedir. Bahse konu öneme dair noktaları sıralamak gerekirse; ilk olarak yapı-yapan tartışması disiplinin Marksizm’le olan mesafesinin azalmasına katkı sağlayacak mahiyettedir. Zira çalışmanın başında belirtildiği üzere Marx’ın iradecilik-zorunluluk tartışmasındaki konumunu ortaya koyan toplumsal insanın yapanlığı ve yapının zorlayıcı unsurlarına yönelik tespiti yapı-yapan tartışmasının ortaya çıkmasına katkı sağlamıştır. Dolayısıyla Uİ açısından yapı-yapan tartışmasının bizatihi yaşanıyor olması bile Marksizm’in disiplinden dışlanmışlığını (Avcı, 2023) azaltan bir etki yapabilecektir. Bununla birlikte yapı-yapan tartışması noktasında çalışmada da üzerinde durulan Eleştirel Gerçekçilik en çok Marksizm’e ve tarihsel materyalizme katkısı bağlamında tartışılan bir bilim felsefesidir (Bhaskar & Callinicos, 2003). Elbette bu tespit Roy Bhaskar’ın örneğin “negatif varlık” ve “yokluk/eksiklik” üzerine bina ettiği diyalektik yaklaşımı göz önüne alındığında Marx’ın yaklaşımıyla tam bir uyum sergilediği anlamına gelmez. Ancak Bhaskar’ın yaklaşımının toplumsal dönüşümün imkân ve kısıtlarını irdeleyen çerçevesi, ontolojide katmanlılığı ve ilişkiselliği vurgulaması, tarihselliğe ve toplumsallığa yaptığı vurgu ile salt duyumsanabilir olanın bilimsel faaliyetin odağı olmadığı yani öz ile biçim arasındaki uyumsuzluğu öne çıkarması gibi hususlar Marx’la ortaklaştığı noktalardır.

Özetle Eleştirel Gerçekçilik ile Marksizm arasındaki ilişkinin ve Eleştirel Gerçekçilik üzerinden Uİ nezdindeki yapı-yapan tartışmasının canlı tutulması ile disiplin ve Marksizm arasındaki Uİ kaynaklı mesafenin azalması (Avcı & Söker, 2017a) arasında doğrudan ve pozitif bir korelasyon bulunmaktadır. İkinci olarak ve çalışmada da üzerinde durulduğu üzere Uİ’nin büyük tartışmalarında bilinçsiz-bilinçli veya üstü örtük-bariz biçimde yapı-yapan meselesine dair tespitlerde bulunulmuştur (Ereker, 2013). Dolayısıyla yapı-yapan tartışmasını ele almak Uİ’nin disiplinel tarihini farklı bir çerçeveden irdelemeyi mümkün kıldığı için de önemlidir. Nitekim yapı-yapan tartışması özelinde Uİ tarihine bakıldığında büyük tartışmaların içine düştüğü epistemik ve ontik hata üzerinden aralarında bağlantı kurulması mümkün hale gelebilecektir. Bununla birlikte Eleştirel Gerçekçiliğin yapı-yapan tartışması özelinde Uİ’nin meta-teorik tartışmalarına dahil edilmesi pozitivism/post-pozitivism açmazındaki disiplinin özgürleşmesine katkı sağlayabilecektir. Zira çalışmada da vurgulandığı üzere her iki bilim felsefesi de gerçekliğe bakışları ve yarattıkları tikanlıklar bakımından neredeyse özdeş konumdadır. Öyle ki pozitivism gerçekliği salt gözlemlenebilir olana hapsederek onun gerçek keşfini engellerken post-pozitivism çareyi gerçekliği tümünden zihinsel ve söylemsel inşaya hapsedmekte yani onun keşfini tümünden imkansızlaştırmakta bulmuştur. Bu bakımdan Eleştirel Gerçekçilik Uİ’nin pozitivist hegemonyayı hala kıramamış ya da en iyi ihtimalle pozitivismin yıkıntıları arasında dolaşan post-pozitivist “her şey mübah”çılığına ciddi bir alternatif olarak kendisini gösterebilecektir.

Bununla bağlantılı ve üçüncü olarak, Uİ'nin tarihi anlatısı noktasında büyük tartışmaları araçsallaştırmak genellikle tercih edilen bir yoldur (Lake, 2013). Lakin büyük tartışmalarda farklı konulara odaklanılması Uİ'nin de parçalı ve dağınık bir disiplin olarak görülmesine sebebiyet vermiştir. Oysa daha önce de vurgulandığı üzere yapı-yapan meselesi her büyük tartışmada farklı veçheleri üzerinden ele alındığı için Uİ'nin büyük tartışmalarını bu mesele üzerinden birbirine bağlamak mümkündür. Hatta Uİ nezdinde yapı-yapan tartışmasına dair meta-teorik açıklamalar sağlama potansiyeline sahip olan Eleştirel Gerçekçiliğin ontolojinin önceliğine yaptığı vurgu benimsenirse (Zhang, 2023) Uİ'nin büyük tartışmalarını ontoloji üzerinden bir araya getirmek mümkündür. Nitekim ilk büyük tartışma olan İdealizm-Realizm tartışmasında Uİ ontolojisinin normatif unsurları da kapsayıp kapsamayacağı irdelenirken İdealizm bunun mümkün olduğunu savunmuş, Realizm ise var olan-mevcut ontolojiye odaklanmasını bilimsel bir yaklaşım olmasının göstergesi olarak sunmuştur (Crawford, 2005). İkinci büyük tartışma olan Gelenekselcilik-Davranışsalcılık tartışmasında ise ontolojinin ampirik ve araştırmacıdan bağımsız olarak var olduğu varsayımından hareket eden Davranışsalcılık, ontolojiye dair araştırmada Gelenekselcilerin kullandığı tarihsel ve felsefi analizler yerine doğa bilimlerinin metotlarını yani pozitivizmi önclemiştir (Kaplan, 1966). Paradigmalar Arası Tartışmanın tarafları olan Neorealizm, Neoliberalizm ve Neomarksizmde ise her bir teori yapısalcı teori geliştirme iddiasını taşıdığı için yapı-yapan tartışmasına dair açık bir tutum gözlemlenmektedir.

Son büyük tartışmada ise Pozitivizm/Post-pozitivizm arasındaki tartışma ontolojiye dair bilginin tarafsızlığı ve objektivitenin mümkünlüğü üzerinden yürütülmüştür (Smith & Owens, 2005). Bu bakımdan Pozitivizm değer-bağımsız ve bilen özne ile bilinen nesne arasında kesin-keskin ayırımın mümkün olduğunu savunurken Post-pozitivizm ontolojiye dair her bilginin bir amaç için olduğunu ileri sürerek bunu reddetmiştir. Özetle ilk büyük tartışmada ontolojinin içeriğinin, ikinci büyük tartışmada ontolojinin metodolojisinin ve son büyük tartışmada ontolojinin epistemolojisinin ele alındığını ileri sürmek mümkündür (Şatana, 2015). Dolayısıyla Eleştirel Gerçekçiliğin ontolojiye öncelik vererek yürüttüğü yapı-yapan tartışmasını ele almak Uİ'nin -en azından büyük tartışmalar nezdinde görülen- parçalı ve dağınık görünümünün tasfiye edilmesine imkân sağlayabilecektir. Dördüncü olarak, en yalın haliyle salt bilim üzerine düşünmek anlamına gelen bilim felsefesi ile Uİ arasındaki ilişki genellikle dolaylı olarak ve bilinçsizce tesis edilmiştir. Bunun önemli bir sonucu sosyal bilimlerin diğer disiplinlerinde yaşanan bilim felsefesi tartışmalarının Uİ'ye ithal edilmesidir. Örneğin Uİ'nin ikinci büyük tartışması olan Gelenekselcilik-Davranışsalcılık tartışmasında, psikolojide Davranışçılık adı ile ortaya çıkmış pozitivist bilim felsefesi (Watson, 1913), disiplinde Davranışsalcılık adıyla kendisini göstermiştir (Singer, 1961b). Bu noktada bilim felsefesinin ithal edildiğinin en önemli göstergeleri ise Davranışsalcılık kelimesinin Uİ nezdinde bir anlamının olmaması ve bu isim altında esas vurgunun pozitivist bilim felsefesi olmasıdır (Avcı, 2017b).

Yapı-yapan tartışması nezdinde ele alınan Eleştirel Gerçekçilik ise bir teori değil bir bilim felsefesidir (Archer, Bhaskar, Collier, Lawson, & Norrie, 1998). Dolayısıyla bu tartışmanın ele alınması sayesinde belki de ilk kez Uİ nezdinde bir bilim felsefesi doğrudan ve bilinçli şekilde tartışılabilir. Beşinci olarak yapı-yapan tartışmasının sonsuz ve bu sebeple politik bir tartışma olması meselenin önemini daha da arttırmaktadır. Tartışmanın sonsuz olmasının anlamı mutlak bir sonuçlanma durumunda sosyal bilimlerin sona erecek olmasıdır. Bir başka anlatımla yapanın mı yoksa yapının mı belirleyici olduğunun tespit edilmesi ya da yapı ile yapan arasındaki ilişkisellik ile bu ilişkiselliğin yönünün ortaya konması sosyal bilimsel alanın anlaşılması ve açıklanmasında artık hiçbir alternatif yaklaşıma gerek olmamasıyla yani sosyal bilimlerin sonuyla sonuçlanacaktır. Ancak Hegel (Yalvaç, 2009) ve Fukuyama'nın (Fukuyama, 1992) sırasıyla felsefenin ve tarihin sonunu ilan ederek sosyal bilimlerin de sonunu ima ettikleri deneyimler *endist* yani soncu yaklaşımların hem başarısızlığa mahkûm olduklarını hem de bu tür girişimlerin politik bir içeriğe sahip olduklarını ortaya koymuştur. Zira sonu olmayan bir tartışmaya dair nihai bir tespit bulunmak politik bir tercihtir. Bu bakımdan yapana ya da yapıya ontolojik öncelik vermek de tamamıyla siyasi bir tercihtir. Dolayısıyla doğumu, gelişimi ve içeriği siyasi bir karakterde olmasına rağmen (Uzgel & Bedirhanoglu, 2015) uzun süre normatif ve siyasi yaklaşımları ideolojik oldukları gerekçesiyle dışlayan Uİ bünyesinde yapı-yapan gibi apaçık politik bir tartışmanın yürütülmesi söz konusu dışlamanın aşılmasına katkı sağlayabilecektir.

Son olarak Eleştirel Gerçekçilik ikinci bölümde vurgulanan içeriği sayesinde Uİ'nin verili kavramlar üzerine bina edilmiş statükocu yapısının aşılmasına yalnızca pratikte değil disiplinel açıdan da ortaya koyacağı dönüşümün imkân ve kısıtları açısından da mümkün kılacaktır. Bu çerçevede ve Eleştirel Gerçekçilik kapsamında disiplinin anarşi, devlet ve hatta uluslararası gibi kavram ve pratiklerinin yeniden değerlendirilmesinin artık mümkün hale geldiğini ileri sürmek mümkündür. Benzer şekilde Eleştirel Gerçekçiliğin Uİ nezdinde temel meseleyi epistemolojiden ontolojiye doğru kaydırma potansiyeli “bilim ve gerçeklik üzerine düşünmeden bilimsel faaliyette bulunma” noktasına gelmiş disiplin için de asli meselelerin büyük tartışma konusu haline gelmesine katkı sağlayabilecektir. Ez cümle, tüm bu noktalardan hareketle Eleştirel Gerçekçiliği Uİ'nin yeni büyük tartışmasının bir konumlanması haline getirmek bugüne kadar disiplin tarafından bilinçli-bilinçsiz şekilde ihmal edilmiş konuların uluslararası ilişkilerin gerçek bir dönüşümsel potansiyeli için yeniden ele alınmasına vesile olabilecektir. Yalnızca epistemik düzeyde değil pratik düzeyde de Batı-merkezci dünya sisteminin işlevsizliği ile riyakarlığının ayyuka çıktığı günümüzde Eleştirel Gerçekçiliğin Uİ nezdinde sağlayabileceği en önemli özgürleştirici açılım belki de bu olacaktır. Bu bağlamda Marx'ın bir deyişle başlayıp yine Marx'ın bir başka deyişle sonlandırmak gerekirse; bugüne kadar filozoflar dünyayı yalnızca değişik biçimlerde yorumlamışlardır, lakin asıl sorun onu değiştirmektir (Marx & Engels, 1998)

5. Extended Abstract

The issue, which is known by names such as voluntarism-structuralism, freedom-necessity, subject-object and abstract-concrete in the history of philosophy and social science, has emerged as the agent-structure debate in the discipline of International Relations (IR). At the core of the debate is the question of whether the structure or the agent is prior in the explanation and understanding of social phenomena and events, as well as the issue of the relationship between the structure and the agent. From this perspective, voluntarism gives priority to the agent, while structuralism focuses on the structure. The structurationist approach, on the other hand, focuses on the mutually deterministic relationship between the structure and the agent. When looking at the history of IR, it is possible to see the theoretical framework for these three positionings. To give an example, while Realism, as a voluntarist theory, explains international relations through the states as agents, Neorealism exhibits a structuralist attitude and develops its explanation through the impact of the anarchic structure of international relations on the states, which are agents. Similarly, World-System Theory, a structuralist theory, deals with international relations with the categories of center, periphery and semi-periphery by developing an explanation within the framework of the axial division of labor, which is the result of the capitalist structure of the international system on the agent states. Constructivism draws attention to the mutual relationship between the structure of the international system and the states as agents. So much so that Wendt's thesis that “anarchy is what states make of it” is a result of this constructivist approach. It is possible to increase the examples of theoretical positions regarding the agent-structure debate within IR theories, because, as Wendt points out, every social theory must implicitly or explicitly have an understanding of the agent-structure maker debate. Critical Realism, which is not a theory of IR but a philosophy of science, offers a meta-theoretical and alternative way for IR. In this context, in the first part of the study, the history of the agent-structure debate in IR was examined. Although Kenneth Waltz and Neorealism first come to mind when issues such as structure, agency and structuralism come to the fore in IR, Alexander Wendt's 1987 article on the subject is a real turning point. However, and within the scope of the study, the history of the agent-structure debate is discussed from epistemological-methodological perspective and ontological perspective. Since the discussion itself has an ontological content, it is also possible to evaluate the first period of agent-structure debate as carried out unconsciously or indirectly, and the second period as carried out consciously and directly. In the second part of the study, the philosophy of science called Critical Realism developed by Roy Bhaskar is focused on. In this context, after touching on the aspects of Critical Realism that transcend Positivism and Post-positivism, the epistemic and ontic fallacy put forward by Roy Bhaskar in the philosophy of social science is discussed, and then the layered ontology is described. Finally, the Transformational Model of Social Action, which expresses the positioning of Critical Realism in the agent-structure debate, was examined comparatively with voluntarist, structuralist

and structurationist models. In the conclusion section of the study, the current importance of the agent-structure debate in terms of IR and the meta-theoretical expansion provided by Critical Realism within this framework are evaluated. To highlight: First of all, Critical Realism is a philosophy of science that will overcome the impasse of IR between Positivism and Post-positivism. Secondly, thanks to Critical Realism, the main focus in IR will shift from epistemology and methodology to ontology. Thirdly, Critical Realism is a philosophy of science that is most commonly considered in the context of its relationship with Marxism. Therefore, this situation will contribute to narrowing the conscious distance between IR and Marxism. Fourthly, unlike the status quo and affirmative approach of IR, Critical Realism, with its transformational model, has the potential to make it possible to question the discipline's concepts such as anarchy, state and international itself, which are taken as given, ahistorical and apolitical. Fifthly, considering that the relationship between IR and philosophy of science has been established indirectly, thanks to Critical Realism, perhaps for the first time, a philosophy of science will be discussed consciously and directly in IR. Sixthly, it is possible to connect the great debates instrumentalized in the historical narrative of IR to one another, specifically through the agent-structure debate and the content of Critical Realism that prioritizes ontology. In this context, the content of ontology was discussed in the first great debate, the Idealism-Realism debate, the methodology of ontology was discussed in the second great debate, the Traditionalism-Behavioralism debate, and the epistemology of ontology was discussed in the last great debate, the Positivism-Postpositivism debate. Based on all these points, it seems possible to make Critical Realism itself a positioning of the new great debate of IR.

Keywords: Agent-Structure Debate, Alexander Wendt, Roy Bhaskar, Critical Realism, Transformational Model of Social Action.

Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı / Contribution of Authors

Yazarların çalışmadaki katkı oranları Yasin AVCI %50/ Hakan MORÇİÇEK %50 şeklindedir.
The authors' contribution rates in the study are Yasin AVCI %50/ Hakan MORÇİÇEK %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.

Kaynakça

- Altınal, B. E. (2010). Rölativizm mi, Eleştirel realizm mi?: Sosyal İnşacılıkta Yöntemsel ve Politik Sonuçları Olan Epistemolojik Bir Tercih. *Eleştirel Psikoloji Bülteni*, 3-4, s. 75-84.
- Archer, M., Bhaskar, R., Collier, A., Lawson, T., & Norrie, A. (1998). *Critical Realism Essential Readings*. London: Routledge.
- Arı, T. (2013). *Uluslararası İlişkiler Teorileri: Çatışma, Hegemonya, İşbirliği*. Bursa: MKM Yayıncılık.
- Ashley, R. K. (1984). The Poverty of Neorealism. *International Organization*, 38(2), s. 225-286. <http://www.jstor.org/stable/2706440>. adresinden alındı
- Ateş, D. (2013). *Uluslararası Politika: Dünyayı Anlamak ve Anlatmak*. Bursa: Dora Yayıncılık.
- Avcı, Y. (2017b). *Uluslararası İlişkiler Disiplininde Tina Sendromu Pozitivizmin Davranışsalçı Altın Çağı ve Simülasyon*. Bursa: Dora Yayıncılık.
- Avcı, Y. (2023). Uluslararası İlişkilerde İdealizm-Realizm Tartışması. M. Aksoy içinde, *Uluslararası İlişkilerin Tarihi ve Teorik Tartışmalar* (s. 51-101). Ankara: Orient Yayınları.
- Avcı, Y., & Söker, Ç. (2017a). Tanımsızlıktan Anlaşılmazlık Sorununa: Uluslararası İlişkilerde Karl Marks. *Akademik Yaklaşımlar Dergisi*, 8(2), s. 1-34.
- Aytekin, E. A. (2001). Konferans Değerlendirmesi Uluslararası Eleştirel Gerçekçilik Birliği Konferansı. *Praksis*(1), s. 270-273.
- Bhaskar, R. (1998). General Introduction. M. Archer, R. Bhaskar, A. Collier, T. Lawson, & A. Norrie içinde, *Critical Realism: Essential Readings* (s. ix-xxiv). London: Routledge.
- Bhaskar, R. (2009). *Scientific Realism and Human Emancipation*. London: Routledge.
- Bhaskar, R. (2012). *Reflections on Metareality A Philosophy For The Present*. London: Routledge.
- Bhaskar, R. (2015). *Çağdaş Felsefeye Eleştirel Bir Giriş Gerçekliği Geri Kazanmak*. (B. S. Aydaş, Çev.) İstanbul: NotaBene Yayınları.
- Bhaskar, R. (2017). *İnsan Bilimlerinin Felsefi Eleştirisi Natüralizmin Olanaklılığı*. (V. S. Öğütle, Çev.) Ankara: Nika Yayınevi.
- Bhaskar, R. (2018). *Gerçekçi Bilim Teorisi*. (S. Oğuz, Çev.) Ankara: Akılçelen Kitaplar.
- Bhaskar, R., & Callinicos, A. (2003). Marxism and Critical Realism: A Debate. *Journal of Critical Realism*, 1(2), s. 89-114. doi:10.1558/jocr.v1i2.89
- Cox, R. W. (1986). Social Forces, States and World Orders: Beyond International Relations Theory. R. W. Cox, & R. O. Keohane (Dü.) içinde, *Neorealism and Its Critics* (s. 204-254). New York: Columbia University Press.
- Crawford, R. M. (2005). *Idealism and Realism in International Relations Beyond the Discipline*. London: Routledge.
- Dessler, D. (1989). What's at Stake in the Agent-Structure Debate? *International Organization*, 43(3), s. 441-473. <https://www.jstor.org/stable/2706654>. adresinden alındı
- Doty, R. L. (1997). Aporia: A Critical Exploration of the Agent-Structure Problematique in International Relations Theory. *European Journal of International Relations*, 3(3), s. 365-392. doi:<https://doi.org/10.1177/1354066197003003004>.
- Ereker, F. (2013). Dış Politikayı Analiz Etmek: Dış Politika Analizinde Yapı-Yapan Sorunu. *Uluslararası İlişkiler*, 9(36), s. 45-71.
- Feenberg, A. (1986). *Lukacs, Marx and the Sources of Critical Theory*. Oxford: Oxford University Press.
- Fukuyama, F. (1992). *The End of History and The Last Man*. New York: Macmillan.
- Kaplan, M. A. (1966). The New Great Debate: Traditionalism vs. Science in International Relations. *19*(1), s. 1-20. <https://www.jstor.org/stable/2009840> adresinden alındı
- Karcı, B. (2017). Eleştirel Gerçekçi Bilgi Teorileri. *Turkish Academic Research Review*, 2(3), s. 89-108. doi:<https://doi.org/10.30622/tarr.358775>.
- Keohane, R. O. (1986). Realism, Neorealism and the Study of World Politics. R. O. Keohane (Dü.) içinde, *Neorealism and Its Critics* (s. 1-26). New York: Columbia University Press.
- Kolasi, K. (2016). Uluslararası Politikanın Yapısal Teorisi: Kenneth Waltz Ve Alexander Wendt'in Uluslararası Yapı Kavramsallaştırmalarının Eleştirisinden Yeni Bir Senteze Doğru. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Kolasi, K. (2018). Uluslararası İlişkiler Teorisinde Bilimsel Realizm ve Yapı Kavramı. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 73(4), s. 931-958. doi:10.1501/SBFder_0000002523
- Kolasi, K. (2020). Postyapısalcılığın Söylemsel Ontolojisinin Eleştirisi. *Uluslararası İlişkiler*, 17(65), s. 83-100. doi:https://doi.org/10.33458/uidergisi.660652.
- Kurnaz, İ. (2023). Uluslararası İlişkiler Disiplininin Sonu Tartışmaları. M. Aksoy içinde, *Uluslararası İlişkilerin Tarihi ve Teorik Tartışmalar* (s. 187-267). Ankara: Orient Yayınları.
- Küçük, M. (2009). Uluslararası İlişkiler Kuramında "Konstrüktivist Dönüşü" Anlamak. *Ege Akademik Bakış*, 9(2), s. 771-795.
- Lake, D. A. (2013). Theory is dead, long live theory: The end of the Great Debates and the rise of eclecticism in International Relations. *19(3)*, s. 567-587. doi:https://doi.org/10.1177/13540661134943
- Lipovac, M., & Stanković, N. (2019). Wendt's Theoretical Contribution to Security Studies: The Agent-Structure Problem. *Journal of Security and Criminal Sciences*, 1(2), s. 11-23. doi:10.5937/zurbezkrim1902011L.
- Little, R. (2016). Structuralism and Neo-Realism. M. Light, & A. Groomhave (Dü) içinde, *International Relations: A Handbook of Current Theory* (s. 74-89). London: Bloomsbury Academic.
- Marx, K. (2014). *Kapital I*. (M. Selik, & N. Satlıgan, Çev.) İstanbul: Yordam Kitap.
- Marx, K. (2015). *Kapital III*. (M. Selik, & E. Özalp, Çev.) İstanbul: Yordam Kitap.
- Marx, K. (2016). *Fransız Üçlemesi*. (E. Özalp, Çev.) İstanbul: Yordam Kitap.
- Marx, K., & Engels, F. (1998). *The German Ideology*. New York: Prometheus Books.
- Özbilgin, M. F., & Erbil, C. (2019). Yönetim Çalışmaları Alanındaki Kısır Yöntem İkilemlerini Dışçekimsel ve Geçmişsel Yaklaşım ve Eleştirel Gerçekçilikle Yöntem Yelpazesine Dönüştürmek. *Yönetim ve Çalışma Dergisi*, 3(1), s. 1-24. doi:https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3420674.
- Reus-Smit, C. (2014). Konstrüktivizm. S. Burchill, A. Linklater, R. Devetak, J. Donnelly, T. Nardin, M. Paterson, . . . J. True içinde, *Uluslararası İlişkiler Teorileri* (s. 285-314). İstanbul: Küre Yayınları.
- Sayer, A. (2010). *Method in Social Science A Realist Approach*. London: Routledge.
- Singer, J. D. (1961a). The Level-of-Analysis Problem in International Relations. *The International System: Theoretical Essays*, 14(1), s. 77-92. doi:https://doi.org/10.2307/2009557.
- Singer, J. D. (1961b). The relevance of the behavioral sciences to the study of international relations. *Behavioral Science*, 6(4), s. 324-335. doi:https://doi.org/10.1002/bs.3830060408.
- Smith, S., & Owens, P. (2005). Alternative Approaches to International Theory. J. Baylis, S. Smith, & P. Owens içinde, *The Globalization of World Politics* (s. 271-294). Oxford: Oxford University Press.
- Soyer, C. (2020). *Marksizm ve Siyaset: Yöntem, Kuram, Eylem*. İstanbul: Yordam Kitap.
- Sunar, L. (2007). Batı Düşüncesinde Yeni Arayışlar ve Roy Bhaskar'ın Eleştirel Realizm Felsefesi. *Sosyoloji Dergisi* 3, 15(2), s. 85-100.
- Şatana, N. S. (2015). Uluslararası İlişkilerde Bilimsellik, Metodoloji ve Yöntem. *Uluslararası İlişkiler*, 12(46), s. 10-33. doi:https://doi.org/10.33458/uidergisi.463026.
- Türk, D. (2012). Eleştirel Gerçekçilik Üzerine. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 67(3), s. 189-217. doi:https://doi.org/10.1501/SBFder_0000002259.
- Uzgel, İ., & Bedirhanoglu, N. (2015). Eleştirel Bir Literatür Değerlendirmesi: Dışlamadan Sınırlı Tanımaya, Uluslararası İlişkiler Kuramları ve Marksizm. *Uluslararası İlişkiler*, 12(46), s. 105-130. doi:https://doi.org/10.33458/uidergisi.463030.
- Waltz, K. N. (1979). *Theory of International Politics*. Boston: Addison-Wesley Publishing Company.
- Waltz, K. N. (1996). International Politics Is Not Foreign Policy. *Security Studies*, 6(1), s. 54-57. doi:https://doi.org/10.1080/09636419608429298.
- Waltz, K. N. (2001). *Man, the State and War: A Theoretical Analysis*. New York: Columbia University Press.
- Watson, J. B. (1913). Psychology as the behaviorist views it. *Psychological Review*, 20(2), s. 158-177. doi:https://doi.org/10.1037/h0074428.
- Wendt, A. E. (1987). The Agent-Structure Problem in International Relations Theory. *International Organization*, 41(3), s. 335-370. doi:10.1017/S002081830002751X.
- Wendt, A. E. (1995). Constructing International Politics. *International Security*, 20(1), s. 71-81. doi:https://doi.org/10.2307/2539217.

- Wendt, A. E. (2003). *Social Theory of International Politics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Wight, C. (2003). The Agent–Structure Problem and Institutional Racism. *Political Studies*, 51, s. 706-721. doi:<https://doi.org/10.1111/j.0032-3217.2003.00454.x>.
- Wight, C. (2006). *Agents, Structures and International Relations*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Yalvaç, F. (2009). Hegel, Dünya Tarihi ve Özgürlük Mücadelesi Olarak Uluslararası İlişkiler. *Uluslararası İlişkiler*, 6(21), s. 3-37.
- Yalvaç, F. (2010). Eleştirel Gerçekçilik: Uluslararası İlişkiler Kuramında Post-Pozitivizm Sonrası Aşama. *Uluslararası İlişkiler*, 6(24), s. 3-32.
- Yalvaç, F. (2012). Uluslararası İlişkiler Teorisindeki Temel Tartışmalar ve Eleştirel Gerçekçilik. T. Arı (Dü.) içinde, *Uluslararası İlişkilerde Postmodern Analizler-1: Kimlik, Kültür, Güvenlik ve Dış Politika* (s. 1-37). Bursa: MKM Yayıncılık.
- Yalvaç, F. (2019). Uluslararası İlişkiler Kuramında Yapısalcı Yaklaşımlar. A. Eralp (Dü.) içinde, *Devlet, Sistem ve Kimlik: Uluslararası İlişkilerde Temel Yaklaşımlar* (s. 131-183). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Yücedağ, İ., & Sarsılmaz, F. (2018). Gerçekliği Farklı Düzlemlerde Geri Kazanmak: Eleştirel Realizm. *Tarib, Kültür ve Sanat Araştırmaları Dergisi*, 7(1), s. 700-709. doi:<https://doi.org/10.7596/taksad.v7i1.1415>.
- Zhang, T. (2023). Critical Realism: A Critical Evaluation. *Social Epistemology*, 37(1), s. 15-29. doi:<https://doi.org/10.1080/02691728.2022.2080127>.

Türkiye'deki Yalın Dönüşüm Uygulamalarında Değer Akışı Haritalaması: Sistemik Literatür Taraması

Safa KÜLAHLI* 
Vural ÇAĞLIYAN** 

ÖZ

Bu çalışmanın amacı, Türkiye'deki değer akışı haritalama uygulamalarına odaklanarak, bu alandaki akademik makaleleri literatür taraması yoluyla incelemektir. Bu çerçevede çalışmanın; uygulamaların, hangi sektörlerde, nasıl gerçekleştirildiği ve bu süreçlerde karşılaşılan zorluklar ve çözüm yollarına odaklanarak, yalın dönüşüme yönelik stratejiler geliştirilmesine katkı sunması amaçlanmaktadır. İlgili literatür çalışmalarını analiz etmek için, 2017-2023 yılları arasında yayınlanan ve Tr Dizinde yer alan makaleler arasından 23 tanesi sistemik bir yöntemle seçilmiş ve analiz edilmiştir. Literatürdeki uygulamalara bakıldığında değer akışı haritalama yöntemi yalın üretime geçiş aşamasında farklı sektörlerde sıklıkla kullanılan bir yöntemdir. Bulgular, değer akışı haritalamanın başta tekstil ve otomotiv olmak üzere birçok farklı sektörde, farklı teknik ve yöntemlerle uygulandığını ve süreç iyileştirmelerine önemli katkılar sağladığını göstermektedir. Bununla birlikte değer akışı haritalama uygulaması esnasında karşılaşılan zorluklara fazla değinilmemiştir. Değer akışı haritalamasının sınırlı uygulamaları bile birçok israf kaynağının belirlenmesine ve süreçlerde iyileştirmelere olanak tanımaktadır. Uygulamanın genişletilerek tüm süreçlere yayılması, işletmelerin daha yalın bir üretim sistemine sahip olmalarını sağlayacaktır.

Anahtar Kelimeler: Değer Akışı Haritalama, Literatür Taraması, Yalın Üretim.

Value Stream Mapping in Lean Transformation Implementation in Türkiye: Systematic Literature Review

ABSTRACT

The purpose of this study is to examine academic articles related to value stream mapping applications in Turkey through a literature review, with a focus on which sectors these applications are used in and how they are implemented. Within this framework, the study aims to contribute to the development of strategies for lean transformation by focusing on the challenges faced and solutions encountered during the processes. To analyze relevant literature studies, 23 articles published between 2017 and 2023 and listed in the TrDizin were systematically selected and analyzed. When examining the applications in the literature, it is evident that value stream mapping is a frequently used method in various sectors, particularly during the transition to lean production. The findings demonstrate that value stream mapping has made significant contributions to process improvements in diverse sectors, including textiles and automotive, using different techniques and methods. However, the challenges encountered during value stream mapping implementation have not been extensively discussed. Even limited applications of value stream mapping allow for the identification of various sources of waste and facilitate process improvements. Expanding its application to all processes will enable businesses to achieve a more streamlined production system.

Keywords: Lean Production, Literature Review, Value Stream Mapping.

1. Giriş

Müşteri taleplerinin dalgalandığı, rekabetçi ve sürekli gelişen modern pazar ortamında; verimliliği artırmak, israfı azaltmak ve süreçleri optimize etmek isteyen işletmeler için operasyonel mükemmellik arayışı en önemli konulardan biridir. Bu arayışta en önemli araçların başında yalın ilkelerin uygulanması yer almaktadır. Değer Akışı Haritalaması (DAH), yalın dönüşüm sürecinde, işletmelerin müşterilerine değer katan malzeme ve bilgi akışını görselleştirmesine, analiz etmesine ve iyileştirmesine olanak tanıyan güçlü bir araç olarak ortaya çıkmaktadır.

* **Corresponding Author/Sorumlu Yazar,** Öğr. Gör./Lect., Selçuk Üniversitesi, Konya, Türkiye/ Selçuk University, Konya, Türkiye, safa.kulahli@selcuk.edu.tr

** Prof. Dr., Selçuk Üniversitesi, Konya, Türkiye/ Selçuk University, Konya, Türkiye, vcaqliyan@selcuk.edu.tr
Makale Gönderim ve Kabul Tarihleri/Article Submission and Acceptance Dates: 15.04.2024-07.06.2024

Citation/Atf: Kulaşlı, S., Çağlıyan, V. (2024). Türkiye'deki yalın dönüşüm uygulamalarında değer akışı haritalaması: sistemik literatür taraması. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 54, 123-139. <https://doi.org/10.52642/susbed.1468355>



Yalın düşüncenin temel bir bileşeni olan değer akışı haritalaması, katma değerli ve katma değerli olmayan faaliyetlerin tanımlanmasını vurgulayarak tüm üretim sürecinin görsel bir temsiliyi ortaya koymaktadır. DAH, kavramsal olarak; israfı ortadan kaldırma ve süreçleri düzene sokma vurgusuyla tanınan bir felsefe olan Toyota Üretim Sistemine (TPS) kadar uzanmaktadır (Womack & Jones, 1996, s. 6). DAH, bir ürün veya hizmetin müşteri siparişinden nihai teslimata kadar tüm yolculuğunu haritalandırmak, verimsizlikleri ortaya çıkarmak ve iyileştirme fırsatlarını belirlemek için TPS ilkelerinden yararlanır (Rother & Shook, 2003, s. 1). Bunun yanında, malzeme, bilgi ve faaliyetlerin akışını görsel olarak temsil ederek değer zincirinin kolektif olarak anlaşılmasını kolaylaştırır ve paydaşlar arasında iş birliğini ve katılımı teşvik eder (Hines & Rich, 1997, s. 47). DAH, küresel rekabet ortamında maliyetlerin azaltılmasında ve süreçleri daha verimli hale getirerek işletmelerin esneklik kazanmasında önemli bir rol oynamaktadır. Mevcut literatürün derinlemesine incelenmesiyle, DAH'nın potansiyelini en üst düzeye çıkarma konusunda önemli çıkarımlar yapılabilir. Bu çalışmada, Türkiye bağlamında değer akışı haritalama uygulamaları konusundaki çalışmalara yönelik literatür taraması gerçekleştirilmiştir. Sistematik literatür taramasında; DAH'nın çeşitli uygulamalarına, ortaya çıkan eğilimlere, hangi sektörlerde, nasıl gerçekleştirildiğine ve bu süreçlerde karşılaşılan zorluklar ve çözüm yollarına odaklanarak, yalın dönüşüme yönelik stratejiler geliştirilmesine katkı sunması amaçlanmaktadır. Belirlenen amaçlar doğrultusunda sistematik yolla seçilen makaleler üzerinden aşağıdaki belirtilen araştırma soruları cevaplanmaya çalışılmıştır:

AS1: DAH uygulamalarının sektörler göre dağılımı nasıldır?

AS2: DAH uygulamalarında hangi problemlerin çözümüne odaklanılmıştır?

AS3: DAH, uygulamalarda hangi teknik veya teknikler ile beraber kullanılmıştır?

AS4: DAH uygulamalarının gelecekteki durumu için nasıl bir projeksiyon çizilmiştir?

AS5: DAH uygulama sürecinde karşılaşılan zorluklar nelerdir? Olası çözüm önerileri nelerdir?

Çalışmanın ikinci bölümünde değer akışı haritalama yöntemi kavramsal açıdan detaylıca tanıtılmıştır. Üçüncü bölümde çalışmanın metodolojisi, literatür tarama sistematığı ve araştırma soruları hakkında bilgi verilmiştir. Dördüncü bölümde, literatür taraması sonucu elde edilen makalelerin detaylı bir analizi yer almaktadır. Son bölümde ise sonuç ve ileriye dönük yapılacak çalışmalar için değerlendirmeler yapılmıştır.

2. Kavramsal Yapı

2.1. Değer Akışı Haritalama

DAH, kavramsal olarak; israfı ortadan kaldırma ve süreçleri düzene sokma vurgusuyla tanınan bir felsefe olan Toyota Üretim Sistemine (Toyota Production Systems-TPS) kadar uzanmaktadır (Womack & Jones, 1996, s. 6). DAH, bir mal veya hizmetin müşteri siparişinden nihai teslimata kadar tüm yolculuğunu haritalandırmak, verimsizlikleri ortaya çıkarmak ve iyileştirme fırsatlarını belirlemek için TPS ilkelerinden yararlanır (Rother & Shook, 2003, s. 1). Bunun yanında, malzeme, bilgi ve faaliyetlerin akışını görsel olarak temsil ederek değer zincirinin kolektif olarak anlaşılmasını kolaylaştırır ve paydaşlar arasında iş birliğini ve katılımı teşvik eder (Hines & Rich, 1997, s. 47).

Değer Akışı Haritalama, imalat ve hizmet endüstrileri genelinde süreçlerin, malzeme ve bilgi akışlarının görselleştirilmesi ve optimizasyonu için kullanılan önemli bir yalın yönetim stratejisidir (Rother & Shook, 2003, s. 3). Geleneksel olarak DAH, yalın bir stratejinin başlatılması sırasında temel bir rol üstlenir, hem değer yaratan hem de israf unsurlarını kapsayan değer akışı içindeki tüm faaliyetlerin tanımlanmasını kolaylaştırır (Qassim, Garza-Reyes, Lim, & Kumar, 2015, s. 2). Ürün veya hizmetlerin değerini müşterinin bakış açısından belirlemeyi ve düzenli bir akış için israfı ortadan kaldırmayı amaçlayan yalın üretimin temel ilkeleriyle uyumlu olan DAH, tüm süreçlerdeki hareketleri görsel olarak sunarak operasyonel verimliliği artırmak için hammadde tedarikinden ürün veya hizmet sunumuna kadar, yenilikçi ve pratik bir yaklaşım sunar. Bununla birlikte, bir süreç akışı içindeki israfın etkili bir şekilde ortadan kaldırılması, genellikle ürün aileleri için değer akışı haritalamasının doğru bir şekilde yapılmamasından kaynaklanan incelikli bir zorluktur.

Değer akışının tamamının haritalandırılmaması, sonraki aşamalarda stokların artmasına ve sapmalara neden olabilir. Bunu azaltmak için DAH uygulamaları sırasında değer doğru tanımlanması ve sürecin bütünsel olarak görselleştirmesi zorunlu hale gelir. DAH'nın kısmi uygulamaları çeşitli iyileştirmeler için imkân tanısa da, olumsuz sonuçların önlenmesi için dikkatli bir yapılandırma ve süreçlerin ihtiyaçlarına

göre özel uygulamalara ihtiyaç duyulmaktadır. Rother ve Shook (2003) tarafından geliştirilen metodoloji, DAH uygulaması için dört aşamalı bir süreci savunmaktadır:

- Bir ürün veya ürün ailesinin seçimi
- Mevcut durum haritasının oluşturulması
- Gelecekteki durum haritasının geliştirilmesi
- Gelecek durum haritasının uygulanması

DAH, belirli ürün kategorilerine odaklanarak süreçleri kolaylaştırmaya hizmet eder ve yöneticilerin bu ürün gruplarının daha verimli bir düzende üretilmesine olanak tanır. Haritalamaya akış yönünün sonundan başlamak ve ürün gruplarını tanımlamak, genel üretim süreçlerinin kapsamlı bir görünümünü kolaylaştırır. Ürün ailesinin seçiminin ardından ikinci adım, bilgi ve malzeme akışının gözlemlenmesini içerir.

Mevcut durumun doğru bir şekilde haritalandırılması ve israfın belirlenmesi için güçlü veri toplama yöntemleri kullanılmalıdır. Mevcut durum haritalamada bütün faaliyetler; değer katan, değer katmayan ama gerekli, değer katmayan ve gereksiz faaliyetler olarak sınıflandırılır. Bu sınıflandırmadaki amaç, değer katmayan ve gereksiz faaliyetlerin ortadan kaldırılması, değer katmayan ama gerekli olan faaliyetlerin sürelerinin azaltılması, sıklıklarının azaltılması ve değer katan faaliyetlerin daha verimli yapılmasına yönelik yapılacak iyileştirme çalışmaları için bir hareket noktası oluşturmaktır (Arunagiria & Gnanavelbabu, 2014, p. 2167).

Mevcut durum haritasının tamamlanmasının ardında belirlenen israf kaynaklarının ortadan kaldırılmasına yönelik çalışmalar süreç için bir gelecek durum haritasının çıkarılmasına yardımcı olur. Mevcut durum haritası ve analizler, belirlenen atıkların ortadan kaldırılmasına yönelik planlama çalışmaları ile gelecek durum haritası oluşturulur. Gelecek durum haritası oluşturulurken israf kaynaklarının yok edilmesi ya da azaltılması için yapılacak Kaizen (iyileştirme) çalışmalarında; Poka Yoke, toplam verimli bakım, 5S, bireysel öneri sistemi, Kanban ve SMED gibi çeşitli yalın tekniklerden yararlanılabilir (Leksic, Stefanic, & Veza, 2020, s. 81). Gelecek durum haritasının çizilmesiyle birlikte süreçte yapılan ve yapılması planlanan iyileştirmeler hayata geçirilerek çeşitli performans kriterleri açısından sistem kontrol edilerek DAH'ın sisteme katkısı ölçülür. Bu performans kriterleri; toplam akış süresi, hurda oranı, birim maliyet, belirli bir sürede gerçekleşen üretim miktarı gibi farklı kriterleri barındırmaktadır.

Yalın üretim çerçevesinde sürekli mükemmellik arayışı göz önüne alındığında yalın üretimin; yenilikçiliği ve sadeliği ön planda tutan sistematik bir yaklaşım olarak ifade edilmesi mümkündür. DAH, israfın tanımlanması ve ortadan kaldırılması için ideal bir yöntem olmakla birlikte, diğer yalın üretim tekniklerinin de süreç boyunca kullanılmasıyla yalın üretime geçiş çalışmaları daha da verimli hale gelecektir.

3. Metodoloji

Değer akışı haritalama yönteminin Türkiye endüstrisindeki uygulamalarını analiz etmek ve değerlendirmek amacıyla yapılan bu çalışmada, konu ile alakalı Türkçe literatürdeki akademik makaleler analiz edilmiştir. Literatür taramasında sistematik bir yaklaşım benimsenmiş ve tarama öncesi bir yöntem geliştirilmiştir. Geliştirilen bu yöntem araştırma amacına hizmet eden araştırma sorularının cevaplarını bulmaya yönelik olarak makalelerin seçilmesini sağlamıştır. Literatür taraması adımları Tablo 1'de verilmiştir.

Değer akışı haritalama çalışması yalın üretime geçişte sıklıkla uygulanan bir tekniktir. Çalışmanın birinci aşamasında, Türkiye'deki çalışmalara ışık tutma amacıyla son yıllardaki teknolojik gelişmeler dikkate alınarak DAH'ın son yıllardaki uygulama alanları ve sonuçlarını analiz etmek üzere 2017-2023 yılları arasında yapılan çalışmalar üzerinden bir tarama yapılmıştır.

Tablo 1. Sistematik Literatür Taraması Aşamaları

Adım	Aşamalar
1. Adım	Planlama
	Araştırmanın tanımlanması
	Amaçların belirlenmesi
2. Adım	Tarama
	Tarama protokolü geliştirilmesi
	Çalışmaların seçilmesi
3. Adım	Analiz
	Çalışmaların ayıklanması
	Detaylı okuma ve veri çıkarma
	Bulgular
	Analiz ve çıkarımlar

Çalışmanın amacına ulaşması açısından aşağıda verilen araştırma soruları üzerinden makaleler analiz edilmiş ve veriler elde edilmiştir:

AS1: DAH uygulamalarının sektörlere göre dağılımı nasıldır?

AS2: DAH uygulamalarında hangi problemlerin çözümüne odaklanılmıştır?

AS3: DAH, uygulamalarda hangi teknik veya teknikler ile beraber kullanılmıştır?

AS4: DAH uygulamalarının gelecekteki durumu için nasıl bir projeksiyon çizilmiştir?

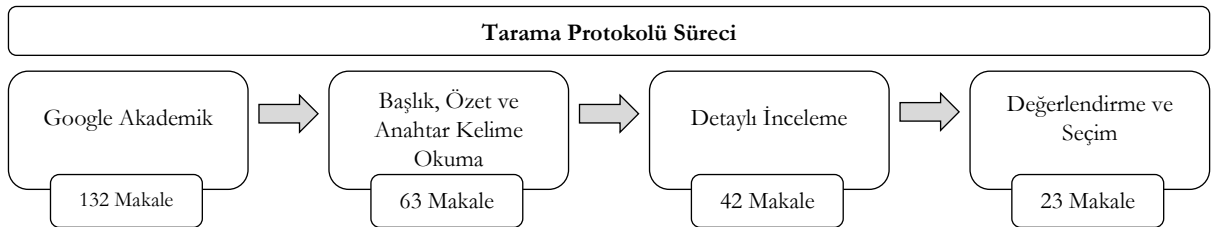
AS5: DAH uygulama sürecinde karşılaşılan zorluklar nelerdir? Olası çözüm önerileri nelerdir?

Geliştirilen tarama protokolü ile araştırmanın amacına uygun makaleler seçilebilmiştir. Geliştirilen tarama protokolü Tablo 2'de verilmiştir:

Tablo 2. Tarama Protokolü Adımları

Araştırma Kriterleri	Açıklama
Taranan veri tabanı	Google Akademik
Yayın türü	Sadece hakemli akademik dergiler dikkate alınmıştır.
Tarih aralığı	2017-2023
Anahtar kelimeler	Değer Akışı Haritalama Yalın Üretim Vaka Analizi Literatür Taraması
Seçim	Türkiye'deki işletmeler üzerinde yapılan, değer akışı haritalama ile ilgili vaka analizi içeren veya Türkiye'deki işletmeler için kavramsal çerçeve çizen çalışmalar seçilmiştir. Diğer çalışmalar elenmiştir.
Veri analizi	Seçilen çalışmalarda, çalışma için geliştirilen araştırma sorularına cevap aranarak çıkarımlar yapılmıştır.

Tarama protokolüne dayalı olarak Google Akademik üzerinden yapılan tarama neticesinde; Tr Dizinde yer alan 132 makaleye ulaşılmıştır. Elde edilen makalelerde ilk olarak başlık, özet ve anahtar kelimeler okunarak, araştırmanın konusuna uygun olmayan 69 makale araştırma kapsamından çıkartılmıştır. Daha sonra kalan 63 makale detaylı bir şekilde incelenmiş araştırma amaçlarına uygun olan 42 tanesi son değerlendirme için seçilmiştir. Son adımda ise 42 makaleden araştırma sorularına cevap verecek 23 makale seçilmiş ve analizler bu makaleler üzerinden yapılmıştır. Makale seçim sürecinde her adımda izlenen yol ve sonucunda elde edilen makale sayısına ait bilgiler Şekil 1'de verilmiştir:

**Şekil 1.** Tarama Protokolü Sonuçları

4. Bulgular ve Çıkarımlar

Bu çalışmada belirlenen tarama protokolüne göre TR Dizinde yer alan 132 makaleye ulaşılmıştır. Ön okuma aşamasında; başlık, anahtar kelime ve özet kısımları gözden geçirilerek, araştırma amacına uygun olmayan makaleler elenmiş ve 63 makale detaylı analiz edilmek üzere seçilmiştir. Detaylı inceleme

aşamasında araştırmanın amacına ve araştırma sorularının cevaplarına hizmet edecek 42 makale seçilmiştir. Son aşamada ise değer akışı haritalama ile ilgili vaka çalışmalarını veya kavramsal çalışmalarını içeren 23 makale seçilmiş ve analiz edilmiştir. Makale seçiminde araştırmanın amaçlarına uygun çalışmaların elde edilmesi açısından makalelerin bu çalışmada yer alan araştırma sorularına cevap verecek verileri barındırmasına dikkat edilmiştir. Bu sayede çalışmadaki araştırma sorularına cevaplar aranarak Türkiye'de gerçekleştirilen yalın üretim uygulamalarının genel bir değerlendirilmesi yapılarak bazı çıkarımlarda bulunulmuştur.

Çalışmalar, araştırma sorularına da cevap verecek şekilde sınıflandırılmak için çeşitli kategoriler üzerinden analiz edilmiştir. Çalışma yılı, araştırma tipi, uygulanan sektör, uygulama amacı, uygulama alanı, uygulanan teknikler ve uygulama sonuçları olmak üzere sınıflandırılan çalışmalara ait bilgiler Tablo 3 ve Tablo 4'te gösterilmiştir. Tablo 3 ve Tablo 4'te ilk göze çarpan unsurların, DAH'ın tekstil, otomotiv başta olmak üzere birçok farklı sektörde uygulanması, yoğunlukla vaka analizi içeren çalışmaların olmasıdır. Bunun yanında DAH uygulamalarında birçok yalın tekniğin de kullanıldığı görülmektedir. Çalışmalar, uygulama amaçları açısından değerlendirildiğinde, çoğunlukla DAH'ın temel amacı olan israf kaynaklarının belirlenmesi ve ortadan kaldırılması amacına hizmet etmektedir.

Tablo 3. Analiz Edilen Çalışmalar ve Bulgular

No	Yıl	Yazar/lar	Araştırma Tipi	Sektör	Uygulama Amacı	Uygulama Alanı	Sonuç
1	2017	(Eser & Yıldız)	Vaka Çalışması	Tekstil	* İsrif kaynaklarının tespiti, azaltılması veya ortadan kaldırılması	Pantolon üretim hattı	Toplam akış süresi %41,6 oranında azaltılmıştır.
2	2017	(Adalı, Kiraz, Akyüz, & Halk)	Vaka Çalışması	İş Makinası	* Değer akış haritalama ile israf kaynaklarının ve darboğazların tespiti ve ortadan kaldırılması	Platform imalat hattı	Değer akış süresi %67 ve çevrim süresinde %8 oranında bir azalma sağlanmıştır.
3	2018	(Tekin, Arslan, Etlüoğlu, Koyuncuoğlu, & Tekin)	Vaka Çalışması	Gıda	* İsrif kaynaklarının tespiti, azaltılması veya ortadan kaldırılması	Paketli un üretim hattı	Toplam akış süresinde %2, işlem sürelerinde %33 oranında azalma; çalışan sayısında 6 kişilik azalma; 1000 m ² alan tasarrufu ve maliyetlerde 6 milyon TL'lik azalma sağlanmıştır.
4	2018	(Sarı)	Vaka Çalışması	Otomotiv	* İsrif kaynaklarının tespiti, azaltılması veya ortadan kaldırılması	Cıvata üretim hattı	Akış süresinde %50, stok miktarında %45 oranında azalma ve üretkenlikte %15 artış sağlanmıştır. Yaklaşık maliyet tasarrufu 11.378.000 avrodur.
5	2018	(Ömürgönülşen & Çatman)	Vaka Çalışması	Hizmet	* Kamu hizmeti veren bir kuruluştaki hizmet sürecinin analizi, israf kaynaklarının tespiti ve ortadan kaldırılması	Yetki belgesi düzenleme işlemleri	İki farklı süreçte toplam işlem sürelerinde %84 ve %81 oranında azalma sağlanmıştır
6	2018	(Sağbaş, Hasan, Çapraz, & Karakurt, 2018)	Vaka Çalışması	İnşaat	* Maliyetleri düşürmek ve müşteri taleplerini karşılamak amacıyla yalın üretim projesine temel oluşturulmak	Isı yalıtım malzemesi üretim hattı	Toplam akış süresinde %61 azalma, %23,5 işçilik tasarrufu ve 98.880 TL/Yıl maliyet tasarrufu sağlanmıştır.
7	2019	(Sarucan & Yılmaz)	Vaka Çalışması	İş Makinası	* İsrif kaynaklarının tespiti, azaltılması veya ortadan kaldırılması	Montaj hattı	Toplam işlem süresinde %34, toplam akış süresinde %79, toplam yerleşim alanında %27 ve toplam üretim kapasitesinde %50 oranında iyileşme sağlanmıştır

No	Yıl	Yazar/lar	Araştırma Tipi	Sektör	Uygulama Amacı	Uygulama Alanı	Sonuç
8	2019	(Uygun, Taş, & Pak)	Vaka Çalışması	Otomotiv	* İsraf kaynaklarının tespiti, azaltılması veya ortadan kaldırılması * Verimliliği artırmak	Traeger Üretim Hattı	Forklift taşıma sürecinde %100, işçilik süreçlerinde %38, boya sürecinde %83 ve presleme sürecinde %11 iyileştirme sağlanarak yıllık 4579,3 avro tasarruf sağlanmıştır.
9	2019	(Başak, Yılmaz, & Deniz)	Vaka Çalışması	Enerji	* İsraf kaynaklarının tespiti, azaltılması veya ortadan kaldırılması	Genleşme tankı üretim hattı	İşlem sürelerinde %6,27 ve kalıp değiştirme sürelerinde %55,5 oranında azalma sağlanmıştır.
10	2019	(Doğan & Saçlı)	Vaka Çalışması	Sağlık	* İsraf kaynaklarının tespiti, azaltılması veya ortadan kaldırılması	Kadın hastalıkları polikliniği	İşlem sürelerinde %79 ve toplam akış süresinde %73 oranında azalma sağlanmıştır.
11	2019	(Sevgili & Antmen)	Vaka Çalışması	İş Makinası	* İsraf kaynaklarının tespiti, azaltılması veya ortadan kaldırılması	Gövde imalat süreci	Üretim akış süresinde 360 dakikalık bir azalma sağlanmıştır.
12	2020	(Akın)	Vaka Çalışması	Tekstil	* İsraf kaynaklarının tespiti, azaltılması veya ortadan kaldırılması	Yatak üretim hattı	Toplam işlem süresinde %4, toplam akış süresinde %71 oranında iyileşme sağlanmıştır
13	2020	(Aydın & Çetin)	Kavramsal Çerçeve Vaka Çalışması	Otomotiv	* Süreçlerin iyileştirilmesinde değer akışı haritalamanın etkinliğini açıklamak	Arka koltuk üretim hattı	Toplam akış süresinde %2, duruş zamanında %60, hata sayısında %70 azalma; üretim kapasitesinde %13 artış ve 75m ² alan tasarrufu sağlanmıştır.
14	2020	(Dağcı & Aslan)	Vaka Çalışması	Sağlık	* Hastane hizmet süreçlerinde bekleme sürelerini azaltmak	Dahiliye polikliniği	Hasta bekleme sürelerinde %23,4 ve toplam işlem sürelerinde %19,6 oranında azalma sağlanmıştır.
15	2020	(Dağ & Kara)	Vaka Çalışması	Enerji	* Süreçlerin iyileştirilmesinde değer akışı haritalamanın etkinliğini açıklamak	Kolektör üretimi	Toplam akış süresi %80,8 oranında azaltılmıştır.
16	2021	(Sema Bilici)	Vaka Çalışması	Tekstil	* Darboğazların belirlenmesi ve ortadan kaldırılması * Üretim süreçlerinin iyileştirilmesi	İplik üretim hattı	Toplam akış süresinde %48, çevrim süresinde %37,8 oranında iyileşme sağlanmıştır
17	2021	(Büyükanıkan)	Vaka Çalışması	Gıda	* İsraf kaynaklarının tespiti, azaltılması veya ortadan kaldırılması	Finans	Değer akışı maliyetleme ile gider kalemlerinin nedenleri daha belirgin hale getirilmiştir.
18	2021	(Doğan & Kama)	Vaka Çalışması	Tekstil	* Bir işletmenin tedarik zincirinde değer akışı haritalama yöntemi ile israf ve israf kaynaklarının tespit edilmesi	Tüm tedarik zinciri	Toplam tedarik süresinde %21 oranında azalma sağlanmıştır.
19	2021	(Emir & Gergin)	Vaka Çalışması	Gıda	* Paketleme hattının performansını artırmak	Paketleme hattı	Çevrim süresinde %16, hazırlık sürelerinde %15,5 azalma ve üretim miktarında %6 oranında artış sağlanmıştır.
20	2022	(Sarı)	Kavramsal Çerçeve	Literatür	*DAH yöntemi ve Endüstri 4.0 entegrasyonu için kavramsal bir çerçeve geliştirmek	Literatür taraması	DAH yöntemi ve Endüstri 4.0 entegrasyonuna yönelik dört katmanlı bir uygulama çerçevesi geliştirilmiştir
21	2022	(Atmaca, Bulut, &	Vaka Çalışması	Bankacılık	*Bireysel krediler	Bireysel	Toplam işlem süresinde

No	Yıl	Yazar/lar	Araştırma Tipi	Sektör	Uygulama Amacı	Uygulama Alanı	Sonuç
		Kalender)	Çalışması		operasyon sürecine ilişkin bir süreç iyileştirme çalışması	kredi operasyon süreci	%26,9 oranında azalma sağlanmıştır.
22	2023	(Coşkun & Özcan)	Vaka Çalışması	Tekstil	* Değer yaratmayan faaliyetleri ortadan kaldırarak üretim süresini kısaltmak * Müşteri taleplerini daha hızlı karşılamak amaçlanmaktadır	Ayakkabı sünger üretim hattı	Toplam akış süresinde %27, bölümler arası taşıma mesafesinde %11 oranında iyileşme sağlanmıştır
23	2023	(Argun & Çelik)	Vaka Çalışması	Otomotiv	* Sıfır stok temelli süreç iyileştirmesi	Koltuk kılıfı üretim hattı	Toplam akış %0,08 ve çalışan sayısı %33,3 oranında azaltılarak maliyetlere 144000 avruluk katkı sağlanmıştır.

Tablo 4. Değer Akışı Haritalama ile Kullanılan Yalın Teknikler

No	Yıl	Yazar/lar	5S	İGİÇ	SMED	Jidoka	Kanban	Planlama	Poka Yoke	Simülasyon	Dijitalleşme	Süper Market	Tek Parça Akış	Hat Dengeleme	Hücrel İmalat	İş Gücü Planlama	Yeni iş akışı belirleme	Doğru Talep Tahmini	Bireysel Öneri Sistemi	Toplam Verimli Bakım	Tedarikçi İlişkileri İyileştirme	Atölye Yerleşiminin Değiştirilmesi	
1	2017	Eser & Yıldız						*			*											*	
2	2017	Adalı vd.	*												*		*						
3	2018	Tekin vd.	*		*	*			*										*				
4	2018	Bilgin Sarı	*	*				*				*								*			
5	2018	Ömürgönülş en & Çatman		*				*			*		*										*
6	2018	Sağbaş vd.						*					*				*			*		*	*
7	2019	Sarucan & Yılmaz	*	*			*		*				*										*
8	2019	Uygun vd.	*				*								*								*
9	2019	Başak vd.	*		*		*					*								*		*	*
10	2019	Doğan & Saçlı						*			*												
11	2019	Sevgili & Antmen		*			*	*									*						
12	2020	Akın	*		*							*								*		*	*
13	2020	Aydın & Çetin					*		*		*	*		*									*
14	2020	Dağcı & Aslan						*			*								*				
15	2020	Dağ & Kara	*				*						*	*									*
16	2021	Bilici & Kosanoğlu	*						*				*					*		*	*	*	*
17	2021	Büyükanın																					
18	2021	Doğan & Kama	*					*															
19	2021	Emir & Gergin	*		*					*							*			*			
20	2022	Bilgin Sarı																					
21	2022	Atmaca vd.											*				*						
22	2023	Coşkun & Özcan						*							*								*
23	2023	Argun & Çelik		*			*									*							*

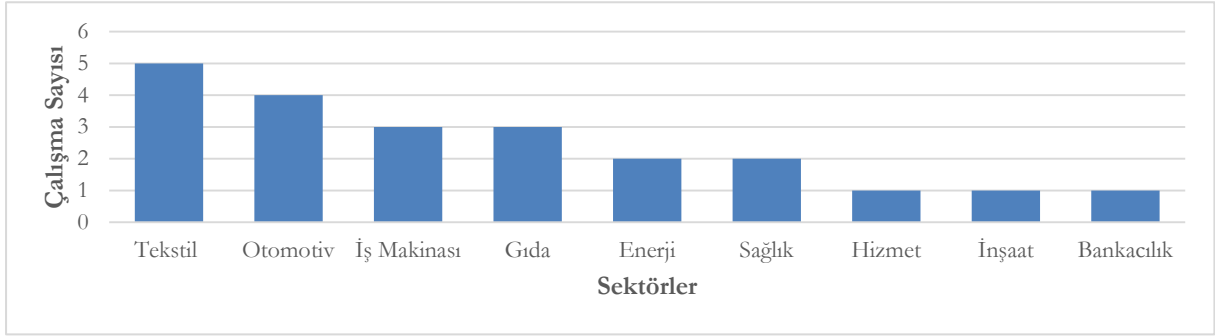
Değer akışı haritalama uygulama çalışmalarında birtakım zorluklar ve kısıtlar ile karşılaşılması sonuçların beklenenden daha düşük performansla gerçekleşmesine sebep olmuştur. Zorluklar veya kısıtlar olarak değerlendirildiğinde, DAH çalışmalarının işletmenin sadece bir bölümünde ve bir ürün grubu için yapılabildiği en dikkat çekici unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Bununla birlikte uygulamaların üretim veya hizmet süreçlerinin bir kısmında yapılmasına rağmen birçok iyileştirme fırsatının değerlendirilerek süreç verimliliklerinin artırılmış olması, DAH'nın bütün süreçlere uygulanması halinde daha verimli süreçlerle daha yüksek performans çıktılarının ulaşılabileceğinin göstergesi olabilir.

Analiz edilen çalışmalar bir bütün olarak değerlendirildiğinde ilerleyen çalışmalara ışık tutacak bazı çıkarımların yapılması da mümkündür. Uygulamalar esnasında karşılaşılan zorluklar ve bu zorlukların çözümüne yönelik geliştirilen stratejiler, uygulamalarda en çok karşılaşılan israf türleri, en çok katma değer

sağlayan uygulamaların hangi bölümlerde yapıldığı gibi veriler, DAH uygulayıcıları açısından odaklanılacak alanların, problem ve zorlukların tespit edilmesinde iyi bir başlangıç verisi olabilir.

- **AS1: DAH uygulamalarının sektörlere göre dağılımı nasıldır?**

Analize dahil edilen çalışmalar incelendiğinde, tekstil sektöründen gıdaya, sağlık sektöründen bankacılığa kadar hem hizmet hem de ürün üreten sektörlerde uygulanabilirliği söz konusudur. Çalışmaların uygulandığı sektörler Şekil 2'de gösterilmiştir. DAH'ın ana hedefinin israfları tespit etmek ve ortadan kaldırmak olarak düşünüldüğünde, israf olan tüm süreçlere uygulanabileceği açıktır. Bunun yanında söz konusu literatür çalışmaları üzerinden hizmet sektöründeki uygulamaların daha az olduğu ifade edilebilir.



Şekil 2. DAH Uygulamasının Sektörlere Göre Dağılımı

Araştırmaya dahil edilen 23 çalışmada bile bu kadar farklı sektörlerin yer alması DAH'ın ne derece geniş bir alanda uygulanabileceğini de göstermektedir. Bununla birlikte yapılan çalışmalarda DAH'ın uygulama alanı genellikle süreçlerin bir bölümünü ya da bir ürün ailesini kapsamaktadır. Bu dar kapsamlı uygulamalarda bile ortaya çıkan iyileştirme fırsatları göz önüne alındığında DAH'ın tüm süreçleri ve ürün gruplarını kapsayacak şekilde genişletildiğinde işletmeler için çok önemli katkıları olacağı açıktır.

- **AS2: DAH uygulamalarında hangi problemlerin çözümüne odaklanılmıştır?**

Yapılan çalışmalarda genel itibarı ile DAH, israfların belirlenmesi ve ortadan kaldırılması genel amacına yöneliktir. Tüm çalışmalarda bu amaca yönelik faaliyetlerin gerçekleştirilmesinin yanında; performansın artırılması, süreç analizi, müşteri beklentilerini karşılamak, verimliliği artırmak, DAH'ın nasıl uygulanacağını göstermek, DAH'ın diğer teknolojilerle entegrasyonunu sağlamak gibi diğer alt amaçlara ulaşmak hedeflenmiştir. Belirtilen alt amaçlar da sonuç olarak, DAH'ın temel amacını gerçekleştirmeye yardımcı olacak uygulamaları gerçekleştirmeyi gerektirir. DAH'ın uygulama alanı ve sektörler göre dağılımı da göz önüne alındığında, uygulama alanının genişlemesi ile birlikte bütünsel olarak DAH'ın amaçlarına ulaşması için birçok alt amacında ortaya çıkması muhtemeldir.

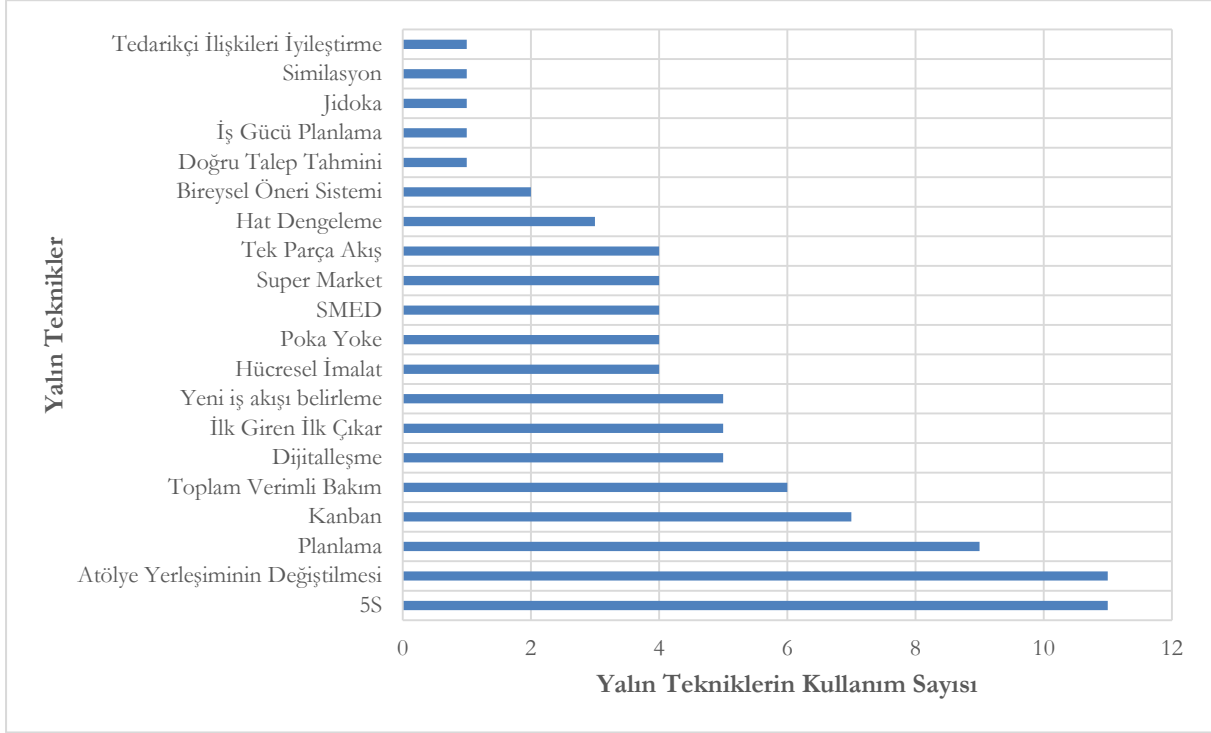
- **AS3: DAH, uygulamalarda hangi teknik veya teknikler ile beraber kullanılmıştır?**

DAH'ın, yalın dönüşümde kullanılan en önemli tekniklerden biri olmasının yanında, süreçte belirlenen israf kaynaklarının ortadan kaldırılmasında birçok farklı yalın tekniklerden de faydalanılmaktadır. Analiz edilen çalışmalarda gerçekleştirilen iyileştirme çalışmalarının hangi tekniklerle uygulandığı incelendiğinde bu durum açıkça ortaya çıkmaktadır. İlgili yalın teknikler ve çalışmalardaki kullanımları Şekil 4'te gösterilmiştir. Bunun yanında israfların ortadan kaldırılmasında yoğunlukla kullanılan teknikler de, Türkiye endüstrisinin yalın dönüşümüne geçişteki durumu için bazı değerlendirmelere imkân tanımaktadır.

Yapılan iyileştirmeler içerisinde en çok başvurulan ilk iki tekniğin atölye yerleşiminin değiştirilmesi ve 5S uygulamalarının olması, işletmelerin genel durumunu ortaya koyması açısından önemlidir. Atölye yerleşimi ve 5S uygulamaları, israf kaynaklarından gereksiz taşımaların ortadan kaldırılması ve iş yeri ortamından yüksek düzeyde faydalanılmasını sağlamaya yöneliktir. İlgili çalışmalarda bu yöntemlere sıklıkla başvurulması genel anlamda işletmelerin üretim ve hizmet ortamlarının düzensizliğine işaret etmektedir. Bir işletmenin sadece bu düzensizliğe bile odaklanması süreçlerini daha yalın ve verimli hale getirebilmesi için önemli bir adım olacaktır. Bu durum DAH uygulamalarının odaklanması gereken israf kaynakları belirlemek için önemli bir veri olabilir.

Yapılan iyileştirmeler için sıklıkla kullanılan bir diğer yöntemin planlama olması da dikkat çekicidir. Uygulama yapılan işletmeler açısından bu durum değerlendirildiğinde, işletmelerin üretim süreçlerinin belirli bir plan ve düzende olmasını sağlayacak sistematik bir planlama ve yönetim çalışmalarının

eksikliğinin birçok israfı açtığı ve verimsizliği tetiklediği söylenebilir. Yapılan iyileştirmelerde sıklıkla kullanılan bu ilk üç iyileştirme yönteminin, israfların belirlenmesi ve ortadan kaldırılmasına yönelik yapılacak yeni çalışmalarda üzerinde durulması gereken en önemli unsurlar olduğu söylenebilir.



Şekil 3. DAH ile Sürecinde Uygulanan Yalın Tekniklerin Kullanım Sıklığı

Uygulamalarda sıklıkla kullanılan diğer tekniklerden olan Kanban, Toplam Üretken Bakım ve dijitalleşme, DAH metodolojisine uygulandığında modern üretim verimliliğinin kritik bir bileşeni haline gelmektedir. Yalın ve tam zamanında üretime yönelik bir planlama stratejisi olan Kanban sistemi, DAH'ın etkinliğinde hayati bir rol oynar. Süreçteki işleri görsel sinyallerle kontrol eden Kanban, üretim verimliliğini yalın üretimin talep odaklı yönü ile birleştirebilir (Ohno, 1988).

Toplam verimli bakım stratejisi, değer akışı verimliliği açısından kritik öneme sahip ekipman güvenilirliğini ve performansını artırmak için proaktif ve önleyici bakıma odaklanır (Wireman, 2004, s. 2). İyi bir toplam verimli bakım programı, makine ve ekipmanların en iyi durumda olmasını sağlayarak, değer akışını kesintiye uğratan beklenmedik arıza sürelerini azaltır. Toplam verimli bakım ve DAH'ın entegrasyonu, işletmelerin makine arızası veya bakım sorunlarıyla ilgili faaliyetlerini organize ederek, değer katmayan sürelerin azaltılmasına yardımcı olur.

DAH'da öne çıkan bir diğer önemli araç olan dijitalleşmenin, gerçek zamanlı verileri dijital araçlarla toplama ve analiz etme yeteneği, değer akışı içindeki israfın belirlenmesinde doğru verilere hızlı bir şekilde ulaşılarak anında yanıt verme olanağı sağlar. Endüstri 4.0; nesnelerin interneti, büyük veri analitiği ve bulut bilişim gibi gelişmiş dijital teknolojiler ile değer akışı haritalama çalışmalarında verilerin anlık olarak elde edilmesi, analiz edilmesi gibi konularda önemli avantajlar sağlar (Buer, Strandhagen, & Chan, 2018, p. 2926). Özellikle üretim sistemlerinin giderek karmaşıklaştığı ve birbirine bağlı olduğu modern endüstriyel ortamda talep edilen esneklik ve yanıt verme yeteneği için Endüstri 4.0 ve DAH entegrasyonu hayati bir öneme sahiptir.

Uygulamadaki tekniklerin kullanım sıklığı, uygulamaların gerçekleştirildiği sektörlerle de ilişkilidir. Bu araştırmada analize dahil edilen çalışmaların gerçekleştirildiği sektörlerin üretim ağırlıklı olması, üretim sektöründe uygulanabilecek iyileştirme tekniklerinin ön plana çıkmasına sebep olmuştur. Farklı sektörlerde yapılacak başka bir çalışmada diğer yalın tekniklerin ön plana çıkması da muhtemeldir. Sonuç olarak yalın dönüşüm; hangi sektörde ya da hangi alanda uygulanırsa uygulansın süreçlerde belirlenen israf kaynaklarının ortadan kaldırılmasına yönelik kullanılacak birçok tekniği içerisinde barındırmaktadır.

- **AS4: DAH uygulamalarının gelecekteki durumu için nasıl bir projeksiyon çizilmiştir.**

Yalın düşünce temelinde yapılan analizler, genel olarak değerlendirildiğinde; işletmeler, düzensiz bir çalışma ortamında düşük verimlilikte çalışmaktadırlar. Bu durum işletme ve ülke ekonomisi için sahip olunan kaynakların daha verimli kullanılması ve değer oluşturma oranının artırılması açısından oldukça önemli bir konudur.

Uygulanan sektörler ve uygulama alanları göz önüne alındığında ortaya çıkan birçok iyileştirme fırsatı ve bu fırsatların değerlendirilmesi sonucu işletmelere olan katkıları yalın dönüşümün işletmeler açısından bir seçenek değil zorunluluk olduğu ifade edilebilir. Analize konu olan çalışmalar belirli kısıtlar altında gerçekleştirilmiş olmasının yanında, gelecekteki çalışmalar için bazı önerileri de barındırmaktadırlar. Çalışmalar bütünsel olarak değerlendirildiğinde ve gelişen teknoloji ve sürekli değişen rekabet koşulları da dikkate alındığında DAH'ın gelecek projeksiyonu ile ilgili bazı çıkarımlar yapmak mümkündür:

- ✓ **Dijital teknolojilerle entegrasyon:** DAH'ın ilerleyen zamanlardaki uygulamalarında, muhtemelen otomasyon, yapay zekâ ve veri analitiği gibi dijital teknolojilerle entegrasyonu sağlayacaktır. Gelişmiş dijital araçlar, gerçek zamanlı veriler ve tahmine dayalı analizler ile DAH'ın etkinliği artırılmasında etkili olabilir.
- ✓ **Hizmet sektörlerine yönelik uygulamaların artması:** DAH geleneksel olarak üretimle ilişkilendirilse de, hizmet sektörlerinde de uygulanmakta ve ilerleyen zamanla daha da fazla kullanılacağı ifade edilebilir. Hizmet sektörlerindeki işletmelerin yalın ilkelerin farkına varmasıyla, DAH'ın hizmet süreçlerini optimize etmede çok önemli bir rol oynaması muhtemeldir.
- ✓ **Belirli sektörler için özelleştirme:** Gelecekteki DAH uygulamaları, farklı endüstrilerin özel ihtiyaçlarına göre şekillendirilebilir. Bu uyarılma, farklı sektörlerin karşılaştığı kendilerine has zorlukların üstesinden gelmek için sektöre özgü ölçümlerin, metodoloji ve uygulamaların geliştirilmesi ile gerçekleştirilebilecektir.
- ✓ **Eğitim ve özel uygulamalar:** DAH'ın faydalarının işletmeler tarafından fark edilmesiyle birlikte, ilgili teknik ve metodolojilerinin etkin kullanımı için eğitim, beceri geliştirme ve özel uygulamalara daha fazla önem verilebilir.
- ✓ **Diğer yalın araçlarla entegrasyon:** İşletmeler, süreç optimizasyonu sağlama adına daha kapsayıcı bir metodoloji oluşturmak için DAH'ı; Kanban, 5S ve Altı Sigma gibi, farklı kalite ve yalın araçlarla entegre ederek yeni metodolojilerin geliştirilmesi olasıdır.
- **AS5: DAH uygulama sürecinde karşılaşılan zorluklar nelerdir? Olası çözüm önerileri nelerdir?**

DAH metodolojisi süreçlerde köklü bir değişikliğe sebep olmakla birlikte uygulama yapılan işletmeler açısından yeni bir yöntem olması nedeniyle uygulamalarda bazı zorluk ve kısıtlamalarla karşılaşmaktadır. DAH'ın üretim ve hizmet süreçlerinin her alanında uygulanabilirliğinin yanında, farklı sektörler için farklı ihtiyaçların olması DAH metodolojisinin genelleştirilmesini de zorlaştırmaktadır.

Literatürde DAH uygulamalarında karşılaşılan zorluklarla alakalı yapılan çalışmalar incelendiğinde uygulama kapsamının ve uygulandığı sektörlerin farklı olması gibi nedenlerden dolayı farklı kısıt ve zorluklarla karşılaşmaktadır (Forno, Pereira, Forcellini, & Kipper, 2014; Hines P. , ve diğerleri, 1998).

Bu çalışmada uygulamalarda karşılaşılan zorluklarla alakalı literatürdeki çalışmalarda yer alan verilerle de benzerlik gösteren zorlukların bir sınıflandırılması yapılmıştır. Analize konu makalelerden elde edilen bu veriler, DAH'ın genel olarak uygulanmasında karşılaşılan zorluklara ışık tutarak uygulayıcılar için önemli bir bilgiler vermektedir. Karşılaşılan zorluklar on başlıkta sınıflandırılarak (P1: Problem 1) şeklinde kodlanmıştır:

- ✓ **P1: Zaman:** DAH'ın amaçlarına tam olarak ulaşması için gerekli zaman, akademik uygulamalar için önemli bir kısıtı oluşturmaktadır. Bundan dolayı uygulamalar; belirli bir bölüm, alan ya da ürün grubu ile sınırlandırılmak zorunda kalmıştır.
- ✓ **P2: Atölye yerleşiminin değiştirilmesi:** İsrafi oluşturan en önemli unsurların başında atölye yerleşiminin verimsizliği gelmektedir. Uygulama yapılan işletmelerin bir kısmında atölye yerleşim değişikliğine sıcak bakılmaması ya da üretim süreçlerinin yoğunluğu gibi sebepler bu alandaki iyileştirmelerin tam olarak yapılamamasına sebep olmuştur.
- ✓ **P3: Ürün çeşitliliği:** İşletmelerin ürün çeşitliliği ve süreçlerin karmaşıklığı DAH uygulamalarının çok dar bir alanda yapılmasına sebep olmaktadır. Bu sebeple DAH'ın kapsamlı bir uygulamasının yapılması zaman kısıtının ortadan kaldırılmasıyla mümkün olacaktır.

- ✓ **P4: Sadece bir ürün grubunun seçilmesi:** Sadece bir ürün ya da ürün grubu üzerinde yapılan uygulamaların işletmenin geneline yayılamaması nedeniyle DAH'dan istenilen düzeyde verim alınamamıştır. DAH uygulamasının adım adım diğer ürün gruplarında da uygulanmasıyla işletmenin tamamına yayılması mümkün olacaktır.
- ✓ **P5: Genelleştirme zorluğu:** Uygulama yapılan alan ya da süreçle alakalı farklı ihtiyaç ve kısıtlar DAH uygulamalarının genelleştirmesini zorlaştırmaktadır.
- ✓ **P6: İyileştirme çalışmalarında devamlılığın sağlanması:** Yalın üretimin ilkelerinden olan sürekli iyileştirme DAH çalışmalarının da verimliliği açısından hayati bir öneme sahiptir. Yapılan uygulamalarda DAH'ın benimsenmemesi ya da bir sistematik haline getirilerek uygulamaya konmaması da istenilen iyileştirme sonuçlarına ulaşılmasında önemli bir engel oluşturmaktadır.
- ✓ **P7: Ölçme ve veri toplama zorluğu:** İşletmelerdeki süreçlerin karmaşıklığı ya da düzensizlik gibi nedenlerden ötürü veriler sağlıklı bir şekilde toplanamamaktadır.
- ✓ **P8: Planlama eksikliği:** Uygulama yapılan işletmelerdeki planlama çalışmalarının yeterli düzeyde olmaması önemli bir israf kaynağını oluşturmaktadır. DAH'ın amacına ulaşması için planlama faaliyetlerinin de verimli ve etkin bir şekilde yapılmasına ihtiyaç vardır. Planlama faaliyetlerindeki yetersizlikler DAH uygulamalarında yapılmak istenen iyileştirmelerin tam olarak hayata geçirilmesinde engel oluşturmaktadır.
- ✓ **P9: Tedarikçi katılımı:** DAH, tedarikçilerinde içerisinde olduğu tüm tedarik zinciri boyunca uygulanarak tüm sürecin haritalandırılmasını ve israflardan arındırılmasını hedeflemektedir. Uygulamalarda DAH'ın işletmelerin tamamına yayılamamasını yanında tedarikçilerin de dahil olduğu sadece bir çalışma vardır.
- ✓ **P10: Kültürel yaklaşım ve üst yönetimin desteği:** DAH'ın işletmeler açısından yeni bir yöntem ve köklü değişikliklere sebep olan bir metodoloji olması, DAH'ın çalışanlar tarafından benimsenmesini zorlaştırmaktadır. Bunun yanında üst yönetimin desteği de DAH'ın etkin bir şekilde uygulanması açısından son derece önemli bir konudur.

Uygulamalarda karşılaşılan ve on başlıkta sınıflandırılan bu problemlerin hangi uygulamalarda karşılaşıldığını gösteren bilgiler Tablo 5'te verilmiştir. Tablo 5'teki veriler dikkate alındığında P4 (Sadece bir ürün grubunun seçilmesi), P5 (Genelleştirme zorluğu) ve P2 (Atölye yerleşiminin değiştirilmesi) uygulamalarda en fazla karşılaşılan problemler olduğu görülmektedir. Sadece bir ürün grubunun seçilmesi, DAH'ın başlangıcı açısından doğru bir yöntemdir, fakat DAH'ın tüm ürün grubuna ve süreçleri için uygulanması, DAH'ın amaçlarına tam manasıyla ulaşılması için gereklidir. Bir ürün grubuyla sınırlı kalan DAH, işletmelerin diğer süreçlerinin israftan arındırılması açısından yeterli değildir.

Analiz neticesinde ortaya çıkan bir diğer zorluk ise DAH uygulamalarının diğer süreç ve sektörlerin farklı ihtiyaç ve durumları açısından genelleştirilememesidir. Bu zorlukta herhangi bir süreç veya sektör için yapılacak uygulamalarda o süreç ya da sektör için genel durumların, kısıtların ve ihtiyaçların belirlenip bir uygulama planı geliştirilmesiyle ortadan kalkacaktır.

Yapılan analizler neticesinde iyileştirme çalışmaları açısından en çok başvurulan yöntemlerden biri olan atölye yerinin yeniden düzenlenmesi, bazı çalışmalarda işletmelerin yoğunluğu ya da üst yönetimin bu değişikliğe sıcak bakmaması gibi nedenlerden dolayı aşılması gereken bir güçlük olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu açıdan değerlendirildiğinde yapılan uygulamaların yaklaşık %50'sinde atölye yerleşiminden kaynaklı israfların olduğu ve bunların bir kısmının ortadan kaldırıldığı görülmektedir.

Genel olarak karşılaşılan zorluklar, sıklık açısından değerlendirildiğinde, DAH uygulayıcılarının odaklanması gereken alanların israfın en çok olduğu alanlar olduğu görülmektedir. Bununla birlikte DAH'ın çalışanlar ve üst yönetim tarafından benimsenmesi ve süreçlerde olumlu yönde sonuçları hızlı bir şekilde ortaya koyacağına anlaşılması, DAH'ın daha verimli uygulanmasına ve daha fazla katma değer oluşturmaya vesile olacaktır.

Tablo 5. Uygulamalarda Karşılaşılan Zorluklar

No	Yıl	Yazar/lar	Uygulamalarda karşılaşılan problemler																	
			P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10								
1	2017	Eser & Yıldız																		
2	2017	Adalı vd.				*	*													
3	2018	Tekin vd.																		
4	2018	Bilgin Sarı						*												
5	2018	Ömürgönülşen & Çatman	*	*		*	*													
6	2018	Sağbaş vd.				*														*
7	2019	Sarucan & Yılmaz																		
8	2019	Uygun vd.	*			*	*			*										*
9	2019	Başak vd.		*						*										*
10	2019	Doğan & Saçlı								*										
11	2019	Sevgili & Antmen								*	*									
12	2020	Akın		*						*										
13	2020	Aydın & Çetin				*	*					*								*
14	2020	Dağcı & Aslan				*	*			*										
15	2020	Dağ & Kara		*			*													
16	2021	Bilici & Kosanoğlu		*						*										
17	2021	Büyükankan																		
18	2021	Doğan & Kama																	*	
19	2021	Emir & Gergin				*														
20	2022	Bilgin Sarı																		
21	2022	Atmaca vd.								*										
22	2023	Coşkun & Özcan	*			*	*													
23	2023	Argun & Çelik			*								*							
TOPLAM			3	5	1	8	7	4	4	3	1	4								

5. Sonuç

Bu çalışmada değer akışı haritalamanın Türkiye'de yalın dönüşüm uygulamalarındaki kullanımını ve etkinliğini belirlemek amacıyla, ilgili uygulamaları içeren akademik makaleler sistemik literatür taraması yöntemiyle seçilmiş ve analiz edilmiş, araştırma amacına yönelik geliştirilen araştırma sorularına cevaplar aranmıştır. Bu amaçla sistemik bir yaklaşımla elde edilen 23 makale detaylıca incelenmiştir.

Yapılan çalışmalar DAH'ın başta tekstil ve otomotiv olmak üzere Türkiye'deki birçok önemli ve farklı sektörde ve süreç içerisinde farklı çalışma alanlarında uygulanabilirliğini göstermektedir. DAH, israfın olduğu tüm süreçlerde ya da süreçlerdeki israfın belirlenmesinde, belirlenen israfların ortadan kaldırılması veya azaltılmasında önemli bir araçtır. Nitekim yapılan çalışmalarda bir takım kısıtlı durumlar olmasına rağmen DAH önemli bir performans çıktısı elde etmiştir. Bu durum DAH'ın tüm süreçlere ve ürünlere uygulanabileceğini ve işletmelere önemli katkılar sağlayacağını göstermektedir.

DAH'ın temel amacı, süreçlerin müşteri bakış açısıyla değerlendirilip israftan arındırılmasıdır. Analize konu olan çalışmaların çoğunluğu bu temel amaca ulaşmak için gerçekleştirilmiş olup, bunun yanında uygulama alanına özgü diğer bazı alt amaçları da barındırmaktadır. Belirlenen amaçlara ulaşmada DAH uygulamalarında süreç iyileştirmelerini sağlamak için, birçok farklı yalın teknikten de faydalanılmıştır. Kullanılan yalın tekniklerin çeşitliliği ve kullanım sıklıkları da mevcut durumların tespiti ve gelecekteki çalışmalar açısından bazı ipuçlarını barındırmaktadır. Analize dahil edilen çalışmalar özelinde en çok kullanılan yalın tekniğin 5S ve yeni atölye yerleşim düzeni olması, işletmelerin ürün ve hizmet süreçlerindeki ortam düzensizliği ve verimsizliğini göstermektedir. Bunu yanında DAH uygulaması yapılacak işletme veya süreçler açısından mevcut durum haritasının doğru bir şekilde çıkarılıp süreçlerdeki israf kaynaklarının doğru bir şekilde tespiti hangi yalın tekniklerin de kullanılacağını belirlemede önemli bir rol oynayacaktır.

Araştırma kapsamında değerlendirilen çalışmalar, DAH'ın gelecek zamanlarda işletmelerin tüm süreçlerine yayılması halinde, işletmelere daha fazla katkı sağlayacağını göstermektedir. Gelişen teknoloji ile dijitalleşmenin artması, DAH'ın Endüstri 4.0 teknolojileriyle entegrasyonu gibi gelişmeler gerçek zamanlı ve doğru verilerle DAH uygulama süreçlerinin etkinliğini artıracak, daha hızlı ve pratik çözümlere ulaşılmasını kolaylaştıracaktır. İşletmeler yoğun rekabet ortamında maliyetlerini azaltmak ve işletme

kaynaklarından en yüksek düzeyde verim elde etmek istedikleri için süreçlerdeki israfı da en aza indirmeleri gerekmektedir. Bu durum DAH'ın işletmeler nezdindeki önemine vurgu yapan bir diğer husustur.

DAH uygulamalarında karşılaşılan en önemli zorluklar; uygulamanın tek bir ürün grubu için yapılması ve dolayısıyla elde edilen sonuçların genellenememesi ve uygulama sonucunda ortaya çıkan israfların azaltılabilmesi için mevcut atölye yerleşiminin değiştirilmesi ve/veya geliştirilmesi şeklindedir. Bu bağlamda özellikle Endüstri 4.0 uygulamaları ve bu uygulamaların getireceği kolaylıklar DAH uygulamalarının daha hızlı, etkin ve pratik bir şekilde gerçekleştirilmesinde büyük bir role sahip olacaktır.

Ülke ekonomisi ve işletmelerin geleceği açısından elde edilen sonuçlar değerlendirildiğinde, günümüz endüstrisinde rekabet ortamının kızışması, hammadde kaynaklarının sürekli azalıyor olması gibi nedenlerden ötürü, işletmelerin eldeki kaynaklardan maksimum düzeyde faydalanarak süreç verimliliklerini artırmaları hem kendi gelecekları hem de ülke ekonomisine katkıları açısından çok önemli bir konudur. Ülke açısından insan, makine, malzeme ve bilgi kaynakları bir milli servettir. Ülkenin geleceği için bu kaynakların en verimli şekilde kullanılması da en önemli devlet politikalarından olmalıdır. Bu amaçla endüstri alanında gerçekleştirilecek çalışmalarda DAH, son derece önemli bir yere sahip olacaktır.

6. Extended Abstract

This study investigates the use and effectiveness of value stream mapping (VSM) in lean transformation practices within Turkey. The research employs a systematic literature review method to analyze academic articles that explore relevant VSM applications. By doing so, the study aims to answer research questions developed specifically for this purpose.

A total of 23 articles were identified and meticulously examined through the systematic approach. The systematic literature review focused on various applications of VSM, emerging trends, targeted sectors, implementation methods, and the challenges and solutions encountered during these processes. This analysis aimed to contribute to the development of lean transformation strategies. The following research questions (RQ) guided the selection of articles and the subsequent analysis:

RQ1: What is the sectoral distribution of VSM applications?

RQ2: What problems do VSM applications target?

RQ3: Which techniques are typically used in conjunction with VSM?

RQ4: What is the projected future of VSM applications?

RQ5: What challenges are faced during VSM implementation, and what are potential solutions?

The second section of the study provides a detailed conceptual introduction to the value stream mapping method. The third section outlines the study's methodology, including the systematic literature review process and the research questions. The fourth section presents a comprehensive analysis of the articles obtained through the literature review. Finally, the last section offers conclusions and proposes areas for future research.

The studies conducted demonstrate the applicability and effectiveness of Value Stream Mapping (VSM) in various important and diverse sectors and processes in Turkey, particularly in the textile and automotive industries. VSM serves as a vital tool for identifying and eliminating waste in processes where it exists or needs to be reduced. Despite some limitations identified within the studies, VSM has yielded significant performance improvements. This highlights its versatility, as it can be applied across all processes and products, providing substantial benefits to businesses.

The core objective of VSM is to assess processes from a customer's perspective and eliminate waste. While most of the analyzed studies aimed to achieve this fundamental goal, they also addressed specific sub-objectives relevant to their application contexts. To achieve these objectives, various lean techniques were employed alongside VSM. The variety and frequency of these lean techniques offer insights into current practices and potential areas for future research. Among the studies analyzed, the 5S methodology and new workshop layouts were the most frequently used lean techniques, highlighting the prevalence of disorder and inefficiency within organizational product and service processes. Additionally, creating an accurate current state map is critical for businesses or processes undergoing VSM implementation. This map helps identify waste sources and determine which lean techniques to apply.

The studies evaluated within the scope of this research suggest that Digital Transformation (DT) would significantly contribute to businesses if extended to all processes. Advancements in technology, the increasing adoption of digitization, and the integration of DT with Industry 4.0 technologies are expected to enhance the effectiveness of DT implementation processes. Real-time and accurate data provided by

these advancements can lead to faster and more practical solutions. Given the intense competitive environment, businesses strive to reduce costs and maximize resource efficiency, necessitating the minimization of waste in processes. This underscores the importance of DT for businesses.

The most significant challenges encountered in DT implementations include limitations caused by focusing on a single product group, resulting in non-generalizable outcomes. Additionally, modifying or improving existing workshop layouts is essential to reduce or eliminate waste resulting from DT applications. In this context, Industry 4.0 applications, along with the conveniences they bring, will play a crucial role in expediting efficient and practical DT implementations.

Considering the results in terms of the country's economy and the future of businesses, the escalating competition in today's industry, coupled with the continuous depletion of raw material resources, underscores the importance of businesses maximizing their resource utilization to enhance process efficiency. Human resources, machinery, materials, and information are all national assets for Turkey. Therefore, optimizing the use of these resources should be a top government priority. In this context, DT will hold a significant position in industrial endeavors, contributing to both individual business futures and the overall national economy.

Keywords: Lean Production, Literature Review, Value Stream Mapping.

Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı / Contribution of Authors

Yazarların çalışmadaki katkı oranları Safa KÜLAHLI %50/ Vural ÇAĞLIYAN %50 şeklindedir.
The authors' contribution rates in the study are Safa KÜLAHLI %50/ Vural ÇAĞLIYAN %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.

Kaynakça

- Adalı, M. R., Kiraz, A., Akyüz, U., & Halk, B. (2017). Yalın Üretime Geçiş Sürecinde Değer Akışı Haritalama Tekniğinin Kullanılması: Büyük Ölçekli Bir Traktör İşletmesinde Uygulama. *Sakarya Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 242-251.
- Akın, N. G. (2020). Değer Akış Haritalama Yöntemi İle Yalın Uygulamalar: Tekstil Sektörü Örneği. *Uluslararası Ekonomi, İşletme ve Politika Dergisi*, 477-492.
- Argun, İ. D., & Çelik, S. (2023). Değer Akışı Haritalama Yöntemiyle Otomotiv Sektöründe Faaliyet Gösteren Bir Firmanın Teslimat Süresinin Azaltılması. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi*, 94-112.
- Arunagiria, P., & Gnanavelbabu, A. (2014). Identification of Major Lean Production Waste in Automobile Industries using Weighted Average Method. *Procedia Engineering*, 2167-2175.
- Atmaca, E., Bulut, İ., & Kalender, Y. (2022). Süreç İyileştirme: Hizmet Sektöründe Bir Uygulama. *Çukurova Üniversitesi İİBF Dergisi*, 1-15.
- Aydın, H., & Çetin, C. (2020). Değer Akışı Haritalama İle Süreçlerin İyileştirilmesi: Yalın Organizasyonda Bir Vaka Çalışması. *Business and Economics Research Journal*, 445-459.
- Başak, E. E., Yılmaz, İ. S., & Deniz, N. (2019). Endüstriyel Ürün İmalatı Yapan Bir İşletmede Yalın Üretim Uygulaması. *Journal of Industrial Engineering*, 157-172.
- Buer, S. V., Strandhagen, J. O., & Chan, F. T. (2018). The Link Between Industry 4.0 and Lean Manufacturing: Mapping Current Research and Establishing A Research Agenda. *International Journal of Production Research*, 2924-2940.
- Büyükanan, U. (2021). Elma Üretimi Yapan Bir Tarım İşletmesinde Değer Akış Maliyetleme Yöntemine Göre Örnek Uygulama. *Alanya Akademik Bakış Dergisi*, 161-175.
- Coşkun, E., & Özcan, S. (2023). Değer Akış Haritalama Yöntemi Ve Bir İmalat İşletmesinde Uygulanması. *KSÜ Mühendislik Bilimleri Dergisi*, 881-894.
- Dağ, H. İ., & Kara, Y. (2020). Yalın Üretime Geçişte Değer Akışı Analizi Ve Haritalandırma ile İsrar Kaynaklarının Belirlenmesi: Güneş Enerjisi Kollektörleri Üreten Bir İşletmede Uygulama. *Konya Mühendislik Bilimleri Dergisi*, 652-665.
- Dağcı, A., & Aslan, E. (2020). Sağlık Sektöründe Yalın Üretim Uygulaması: Tokat İlinde Bir Devlet Hastanesi Örneği. *Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi*, 623-638.
- Doğan, N. Ö., & Kama, A. (2021). Tedarik Zincirinde Değer Katmayan Faaliyetlerin Ortadan Kaldırılması: İmalat Sektöründe Bir Değer Akış Haritalama Uygulaması. *Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi Mühendislik Bilimleri Dergisi*, 91-99.
- Doğan, N. Ö., & Saçlı, E. (2019). Sağlık Sektöründe Değer Akış Haritalama Uygulaması: Bir Özel Hastane Örneği. III. *Uluslararası Eğitim Bilimleri Ve Sosyal Bilimler Sempozyumu*, (s. 196-204). Nevşehir.
- Emir, O., & Gergin, Z. (2021). Yalın Sistem Tasarımı İçin Simülasyon Destekli Değer Akış Haritalama Uygulaması. *Journal of Industrial Engineering*, 108-126.
- Eser, S., & Yıldız, M. S. (2017). Denim Pantolonu Üretiminde Değer Akış Haritalandırma Yönteminin Uygulanması. *İşletme Bilimi Dergisi*, 1-24.
- Forno, A. J., Pereira, F. A., Forcellini, F. A., & Kipper, L. M. (2014). Value Stream Mapping: A Study about the Problems and Challenges Found in the Literature From the Past 15 Years about Application of Lean Tools. *The International Journal of Advanced Manufacturing Technology*, 779-790.
- Hines, P., & Rich, N. (1997). The Seven Value Stream Mapping Tools. *International Journal of Operations & Production Management*, 46-64.
- Hines, P., Rich, N., Bicheno, J., Brunt, D., Taylor, D., Butterworth, C., & Sullivan, J. (1998). Value Stream Management. *The International Journal of Logistics Management*, , 25-42.
- Leksic, I., Stefanic, N., & Veza, I. (2020). The Impact Of Using Different Lean Manufacturing Tools on Waste Reduction. *Advances in Production Engineering & Management*, 81-92.
- Ohno, T. (1988). *Toyota Production System Beyond Large-Scale Production*. New York: Productivity Press.
- Ömürgönülşen, M., & Çatman, R. (2018). Bir Kamu Kurumunda Değer Akış Haritalama ve Simülasyon Yöntemiyle Hizmet Sürelerinin Değerlendirilmesi. *Finans Politik & Ekonomik Yorumlar*, 47-70.
- Qassim, O., Garza-Reyes, J. A., Lim, M. K., & Kumar, V. (2015). Integrating Value Stream Mapping and PDCA to Improve the Operations of A Pharmaceutical Organisation in Pakistan. *Proceedings of the 23rd International Conference for Production Research (ICPR)*, (s. 2-10).

- Rother, M., & Shook, J. (2003). *Learning to See: Value-Stream Mapping to Create Value and Eliminate*. Brookline: Lean Enterprise Institute.
- Sağbaşı, A., Hasan, D., Çapraz, O., & Karakurt, N. (2018). Yalın Üretime Geçiş Sürecinde Seri Üretim Hattında Üretim Sistemi Optimizasyonu. *Verimlilik Dergisi*, 7-27.
- Sarı, E. B. (2018). Üretim Hattı Tasarımında Değer Akış Haritalama Tekniğinin Kullanılması. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 67-82.
- Sarı, E. B. (2022). Endüstri 4.0 ile Şekillenen Üretim Sistemlerinde Değer Akış Haritalama: Sistemik Literatür Analizi Ve Kavramsal Model Önerisi. *Journal Of Business In The Digital Age*, 76-84.
- Sarucan, A., & Yılmaz, A. (2019). Değer Akış Haritalama Süreci Ve Bir İşletmede Uygulama. *Uluslararası Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırma Dergisi*, 4131-4140.
- Sema Bilici, F. K. (2021). Değer Akış Haritalama Yöntemi Kullanılarak Tekstil Sektöründe Yalın Üretim Uygulaması. *International Journal of Advances in Engineering and Pure Sciences*, 131-142.
- Sevgili, A., & Antmen, Z. F. (2019). Yalın Üretim Tekniklerinden Değer Akış Haritalandırmanın Bir Metal İşleme Fabrikasında Süreç İyileştirme Amacıyla Uygulanması. *Avrupa Bilim ve Teknoloji Dergisi*, 219-228.
- Tekin, M., Arslan, M., Etlüoğlu, M., Koyuncuoğlu, Ö., & Tekin, E. (2018). Değer Akışı Haritalamasının Büyük Ölçekli Bir İşletmede Uygulanması. *Mühendislik ve Teknoloji Yönetimi Zirvesi 2018-ETMS2018*, 300-311.
- Uygun, M., Taş, Ü., & Pak, E. (2019). Değer Akışı Haritalandırma Yöntemi İle Verimliliğin Artırılması: Otomotiv Sektöründe Bir Vaka Çalışması. *Verimlilik Dergisi*, 7-39.
- Wireman, T. (2004). *Total Productive Maintenance*. New York: Industrial Press .
- Womack, J. P., & Jones, D. T. (1996). Beyond Toyota: How to Root Out Waste and Pursue Perfection. *Harvard Business Review*, 74(5), 140-151.

Lise Öğrencileri Arasında FoMO ve Sosyal Medya Bağımlılığı İlişkisinde Can Sıkıntısının Aracılık Rolü

Hamide SARITAŞ* 
Şükrü BALCI** 
Ebru SOLAK*** 

ÖZ

Ergen sosyal medya kullanıcılarının sosyal medya bağımlılığı ve FoMO davranışı ilişkilerinde; fizyolojik, psikolojik ve sosyal şartlara bağlı olarak yaşadıkları can sıkıntısının aracılık rolünü araştırmak bu çalışmanın temel amacını oluşturmaktadır. Çalışmanın sonuçları, ergenlerin hem eğitim hayatları hem de sosyal yaşamlarının iyileştirilmesi ve daha sağlıklı bir gelecek nesil inşa edilmesinde, geliştirilecek uygulamalara akademik veri sağlaması açısından önem taşımaktadır. Nicel araştırma yöntemlerinden saha araştırmasının kullanıldığı çalışmada, gerekli izinler alındıktan sonra, 400 lise öğrencisinden yüz yüze görüşme ile veriler elde edilmiştir. Araştırma bulguları; lise öğrencilerinin cinsiyetine göre sosyal medya bağımlılığı, FoMO ve can sıkıntısı düzeylerinin anlamlı olarak farklılaştığına işaret etmektedir. Betimleyici istatistik sonuçları; kızların sosyal medya bağımlılığı, FoMO ve can sıkıntısı ortalamalarının erkeklerle göre daha yüksek olduğunu göstermektedir. Çalışmada FoMO'nun sosyal medya bağımlılığı üzerinde pozitif yönlü anlamlı etkisi belirlenmiştir. Benzer şekilde FoMO'nun can sıkıntısı üzerinde de pozitif anlamlı etkisi söz konusudur. Çalışma kapsamında görüşüne başvurulmuş lise öğrencilerinin FoMO düzeyi arttıkça, can sıkıntısı düzeyinde de bir artış yaşanmaktadır. Lise öğrencilerinin FoMO gibi rahatsızlık verici duygulardan kurtulmak için yöneldiği faaliyetlerden biri, sosyal medya karşısında geçirilen ve kontrol edilemeyen zamandır. Sosyal medya ile geçirilen zaman uzadıkça, bağımlılık riski kendini göstermektedir. Bu haliyle FoMO'nun, medya bağımlılığı üzerindeki etkisinde, can sıkıntısının aracılık rolü ortaya çıkmaktadır.

Anahtar Kelimeler: FoMO, Can Sıkıntısı, Sosyal Medya Bağımlılığı, Ergenler, Etki.

The Mediating Role of Boredom in the Relationship between FoMO and Social Media Addiction among High School Students

ABSTRACT

This study aims to examine the relationships between social media addiction and FoMO behavior of adolescent social media users and to investigate the mediating role of boredom experienced depending on physiological, psychological, and social conditions. The results of the study are essential in terms of providing academic data for applications to be developed to improve both the educational and social lives of adolescents and build a healthier future generation. In the study where field research, one of the quantitative research methods, was used, data was obtained from 400 high school students through face-to-face interviews after obtaining the necessary permissions. Research findings indicate that social media addiction, FoMO, and boredom levels of high school students differ significantly according to their gender. Descriptive statistics results show that girls' social media addiction, FoMO, and boredom averages are higher than those of boys. The study determined a significant positive effect of FoMO on social media addiction. Similarly, FoMO has a positive significant effect on boredom. As the FoMO level of the high school students whose opinions were consulted within the scope of the study increases, there is also an increase in the level of boredom. One of the activities that high school students turn to to get rid of uncomfortable feelings, such as FoMO, is the uncontrollable time spent in front of social media. As the time spent with social media increases, the risk of addiction becomes evident. In this form, the mediating role of boredom in the effect of FoMO on media addiction emerges.

Keywords: FoMO, Boredom, Social Media Addiction, Adolescents, Effect.

* Dr./Ph.D., Bağımsız Araştırmacı, Konya, Türkiye/ Indep. Res., Konya, Türkiye, hsaritas32@gmail.com

** **Corresponding Author/Sorumlu Yazar**, Prof. Dr., Selçuk Üniversitesi, Konya, Türkiye/ Selçuk University, Konya, Türkiye, sukubalci@selcuk.edu.tr

*** Yüksek Lisans Öğrencisi/Grad.Stud., Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya, Türkiye/ Selçuk University Institute of Social Sciences, Konya, Türkiye, solakebru00@gmail.com

Makale Gönderim ve Kabul Tarihleri/Article Submission and Acceptance Dates: 15.04.2024-24.06.2024

Citation/Atf: Sarıtaş, H., Balcı, Ş., Solak, E. (2024). Lise öğrencileri arasında FoMO ve sosyal medya bağımlılığı ilişkisinde can sıkıntısının aracılık rolü. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 54, 140-158. <https://doi.org/10.52642/susbed.1468359>



1. Giriş

Teknolojide yaşanan gelişmeler toplumun her alanında değişime ve dönüşüme yol açmıştır. Özellikle iletişim teknolojilerinde yaşanan değişimler insanların günlük iletişim şekilleri ve kanallarında da farklılaşmalara sahne olmaktadır. İnternet tabanlı uygulamalar toplumsal yaşamda bireylerin; ekonomik kazanç elde etme yollarını, sosyal hayata katılma biçimlerini, psikolojik anlamda ise duygu ve düşüncelerini etkilemektedir. Bu etkilenme biçimi başta ergenler olmak üzere kullanıcılar üzerinde olumlu olmanın yanında uzun süreli kullanımıyla bağımlılık gibi olumsuz sonuçlarda doğurmaktadır. Yeni medya araçları arasında en geniş kullanıcı ağına sahip uygulamalar olarak sosyal medya platformları karşımıza çıkmaktadır.

Sosyal medya platformları, bireylerin yazı, ses, görüntü, video ve fotoğraf paylaşımı yapma ve başkalarının yaptığı paylaşımları görebilmeleri; yer ve zaman kısıtlaması olmadan çevrim içi iletişim kurmaları üzerine tasarlanan araçlardır (Allen, Ryan, Gray, McInerney, & Waters, 2014; Koçak & Traş, 2021). Sosyal dünyaya yeni bir boyut kazandıran sosyal medya araçları; gerçek zamanlı iletişim sağlaması, kullanıcıyı küreselleştirmesi, pazarlama için en iyi platformlar olması gibi olumlu kullanımlarının yanında bağımlılık yapmasıyla kullanıcıların psikolojik durumlarının bozulmasına neden olmaktadır (Chunduru, 2014). Sosyal medya bağımlılığı/bozukluğu (Pantic, 2014; van den Eijnden ve diğerleri, 2016; Savcı ve diğerleri, 2018) bireylerin sosyal medyayı kullanmak için güçlü bir motivasyona sahip olmaları, ilgili platformları kullanırken büyük oranda zaman ve enerji harcamaları, diğer sosyal medya kullanıcıların paylaştıkları gönderileri merak etme ve bu paylaşımlarla gereğinden fazla ilgilenme durumudur. Sosyal medya bağımlısı olan bireylerin günlük aktivitelerinde, sosyal yaşamında, kişilerarası ilişki ve iletişiminde, fiziksel ve psikolojik sağlık durumunda bozulmalar meydana gelmektedir (Andreassen & Pallesen, 2014; Andreassen, 2015). Sosyal medya bağımlılığı; dikkat eksikliği, zaman yönetimini sağlayamama, eleştirel düşünme yeteneğini düşürme, depresyon, duruş bozukluğu, göz sağlığını yitirme, kaygı bozukluğu, benlik saygısında azalma, yalnızlık, uyku ve yeme bozukluğu, fiziksel gelişim bozukluğu, sosyal fobi, sosyal kaygı, akademik başarıda düşüş ve gerçek dünya ile sanal dünyanın ayırımında zorlanma gibi sorunlara neden olmaktadır (Kaya ve diğerleri, 2015; Yeşilay, 2023).

Her yaşta kullanıcı için aşırı kullanımda bağımlılık oluşturan sosyal medya, özellikle dijital yerliler olarak adlandırılan ergen bireyleri daha çok etkilemektedir. Sosyal medyanın en istekli ve aktif kullanıcıları olarak ergenler sosyal medyayı iletişim kurmanın yanında görünür olma, başkalarının hayatlarını takip etme, kendilerini kısıtlayan ya da uyarıcı bir otoritenin bulunmaması, gerçek yaşamda dile getiremediği düşünceleri özgürce söyleyeceği alan olarak görme, başkalarının hayatlarıyla karşılaştırma yapma, kendi dışında gerçekleşen olayları takip edebilme gibi nedenlerle kullanmakta ve bağımlı hale gelmektedirler (Allen ve diğerleri, 2014; Bilgin ve diğerleri, 2020; Güney & Taştepe, 2020). Sosyal medya bağımlılığını gerek ergenlerde gerek diğer kullanıcılarda sosyal ve psikolojik faktörler etkilemektedir.

Gelişmeleri kaçırma korkusu da sosyal medya bağımlılığını etkileyen psikolojik kaygı bozukluğu türü olarak karşımıza çıkmaktadır (Tanhan ve diğerleri, 2022). Gelişmeleri kaçırma korkusu olarak Türkçeye çevrilen “Fear of Missing Out (FoMO)”, bireylerin sosyal hayatı için önemli gördüğü olay ve durumlardan bilgi alamamaktan ve yaşanan gelişmeleri kaçırdığını düşünmekten kaynaklanan gerginlik ve endişe hali şeklinde anlaşılmaktadır (Przybylski, ve diğerleri, 2013). İnsanların bilme ve olaylardan haberdar olma isteği her zaman var olagelen bir davranış şeklidir. Ancak internetin yaygın kullanılmaya başlaması ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler bu isteği daha farklı bir boyuta taşımıştır. Özellikle sosyal medya ağlarının ortaya çıkmasıyla bireyler sürekli, diğer insanların yapıp etiklerini bilme ve takip etme, kendi yaşamı ile diğerlerinin yaşamını kıyaslama, sürekli diğerleriyle iletişim halinde olma isteğini daha yoğun yaşamaya başlamışlardır. Öyle ki; kullanıcılar sosyal medya platformlarından uzak kaldıklarında huzursuz, gergin ve agresif davranışlar sergilemektedirler (Alt, 2015; Koçak & Traş, 2021). Bu nedenle bireyler diğer sosyal medya kullanıcılarına ilişkin gelişmelerden haberdar olmak için sosyal medya platformlarında daha uzun süre kalma ihtiyacı hissetmekte ve sosyal medya bağımlısı olmaktadır.

Sosyal medya bağımlılığını etkileyen bir diğer değişken ise can sıkıntısı olgusudur. Can sıkıntısı, bireyin çevresinde ilgisini çekecek yeterli uyarıcı bulamaması sonucunda kendini huzursuz, tedirgin, bunalmış ve mutsuz hissetmesi hali olarak adlandırılmaktadır. Genel anlamda can sıkıntısı, bireyin kendini eğlendirecek, iyi vakit geçirmesini sağlayacak herhangi bir faaliyette bulunmayı istemesi ancak bunu gerçekleştirememesi durumunda ortaya çıkan memnuniyetsizlik ve mutsuzluk durumudur (Eastwood ve diğerleri, 2012;

Pekrun, 1992). Can sıkıntısı, bireylerin toplumsal ve bireysel anlamda belirlenmiş olan hedeflere doğru zaman içinde ilerleyemediklerinde (German & Latkin, 2012; Mains, 2008), kendilerine gerekli ve anlamlı gelmeyen rutin durumlardan uzaklaşamayacaklarını hissettiklerinde, üstesinden gelemeyecekleri yükümlülükler altında olduklarını düşündüklerinde ve boş zamanlarını etkin geçiremediklerinde belirginleşmektedir (Lin ve diğerleri, 2009). Bu nedenle bireyler, ilgili durumlardan kaynaklanan can sıkıntısını gidermek için çevrelerinde yeni ve heyecan verici eğilimlere yönelmektedirler. İnternet tabanlı uygulamalar olan sosyal medya platformlarını kullanma bu eğilimlerin başında gelmektedir (Skues ve diğerleri, 2015). Sosyal medya ağlarında can sıkıntılarında kurtulmak için kullanıcıların geçirdikleri vakit artmakta ve bu durum bağımlılık halini olmaktadır. Öyle ki; bireyler can sıkıntısı davranışından uzaklaşmak için kendine heyecan verici içeriklere sahip olduğunu düşündükleri sosyal medya platformlarında daha çok vakit geçirmekte ve sosyal medyaya bağımlı hale gelmektedirler (Bai ve diğerleri, 2021).

Alan yazın tarandığında FoMO'nun sosyal medya bağımlılığı üzerinde pozitif ilişkisi ve etkisinin varlığı ortaya konulmuştur. Bir diğer değişle gelişmeleri kaçırmak istemeyen bireyler, sosyal medyayı daha yoğun ve uzun süreli kullanarak sosyal medya bağımlılığı belirtisi sergilemektedirler (Casale ve diğerleri, 2018; Eşer & Alkaya, 2019; Fabris ve diğerleri, 2020; Koçak & Traş, 2021; Kovan & Ormancı, 2021; Oberst ve diğerleri, 2017; Söker, 2022). Kendilerinin dışında sosyal medya kullanıcıların yapıp ettiklerinden haberdar olamayan kullanıcılar, onların yaşamlarında oluşan gelişmeleri kaçırdıklarını düşünerek huzursuz, bunalmış ve memnuniyetsiz duygu durumuna kapılarak can sıkıntısı yaşamaktadırlar. Gelişmeleri kaçırmak korkusu ile can sıkıntısı arasındaki ilişkiyi ön plana çıkaran araştırmalarda her iki değişken arasında pozitif etkinin bulunduğu göstermektedir (Al-Saggaf, 2021; Sepetçi ve diğerleri, 2021; Wolniewicz ve diğerleri, 2020). Yaşamış olduğu gerçek dünyanın kendi istek ve beklentilerini karşılamadığını, hayallerini, hedeflerini hayata geçiremeyeceği için bunalan ve mutsuz olan birey can sıkıntısı yaşamaktadır. Bu duygu durumundan kurtulmak için kullanıcılar, dikkatini çekecek ve kendine heyecan verecek farklı hayatları görmek için sosyal medya platformlarını tercih etmektedirler. Can sıkıntısı ve sosyal medya bağımlılığı ilişkisini ele alan çalışmalar bunu ortaya çıkarmaktadır (Allahverdi, 2022; Duygun ve diğerleri, 2022; Pawar & Shah, 2019).

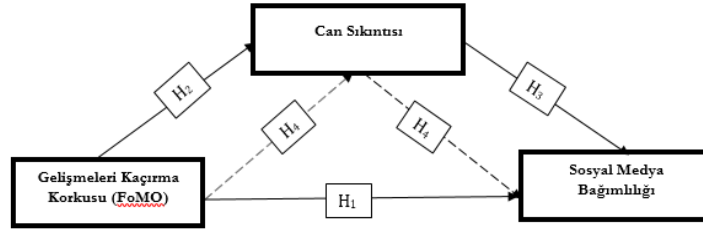
Teknolojik bağımlılık türlerinden biri olarak sosyal medya bağımlılığı özellikle ergen ve genç bireyleri fiziksel, sosyolojik ve psikolojik birçok değişkenle ilişkilendirilmiş ve olumsuz etkisinin olduğu ortaya konulmuştur. Lise öğrencileri üzerinde saha araştırılması yöntemi kullanılarak verilerin elde edildiği bu çalışmada gerek içinde buldukları dönem gerek gelecek beklenti ve isteklerini gerçekleştirmede olumsuz duygu durumuna kapılmaya müsait ergen bireylerin sosyal medya bağımlılığında, gelişmeleri kaçırmak korkusunun etkisinin varlığı sorgulanmıştır. Aynı zamanda ergenlerin yaşamış oldukları fizyolojik, psikolojik ve sosyal şartlara bağlı olarak girmiş oldukları can sıkıntısının gelişmeleri kaçırmak korkusu (FoMO) ve sosyal medya bağımlılığı/bozukluğu aracılık rolü sorgulanmıştır. Bu çalışmanın sonuçları, ergenlerin hem eğitim hayatları hem de sosyal yaşamlarının iyileştirilmesi ve daha sağlıklı bir gelecek nesil inşa edilmesinde, geliştirilecek uygulamalara akademik veri sağlaması açısından önem taşımaktadır.

2. Yöntem

Bu çalışmada; FoMO'nun, sosyal medya bağımlılığı üzerindeki etkisinde, can sıkıntısının aracılık rolü incelenmektedir. Örneklem olarak 400 lise öğrencisinin yer aldığı çalışmada nicel araştırma yöntemi kullanılmıştır.

2.1. Araştırma Modeli

FoMO ile sosyal medya bağımlılığı ilişkisinde, can sıkıntısının aracılık rolünü belirlemeye yönelik bu çalışmada, iki ve daha fazla değişken arasındaki ilişkinin araştırıldığı ilişkisel tarama deseni kullanılmıştır. İlişkisel tarama deseni; bağımlı ve bağımsız değişkenin birbiri üzerindeki etkilerini ortaya koymak için kullanılmaktadır (Creswell , 2016). Sosyal medya bağımlılığının bağımlı değişkeni oluşturduğu modelde FoMO bağımsız değişkeni, can sıkıntısı düzeyi ise aracı değişkeni oluşturmaktadır.



Şekil 1. Araştırma Modeli

Literatür tartışmaları ve araştırmanın modeli ışığında aşağıdaki hipotezler kurulmuştur:

Hipotez 1: Katılımcıların gelişmeleri kaçırma korkusu (FoMO) düzeyinin, sosyal medya bağımlılığı üzerinde pozitif yönde anlamlı etkisi bulunmaktadır.

Hipotez 2: Katılımcıların gelişmeleri kaçırma korkusu düzeyi, can sıkıntısı düzeyi üzerinde pozitif yönde anlamlı etkiye sahiptir.

Hipotez 3: Katılımcıların can sıkıntısı düzeyinin, sosyal medya bağımlılığı üzerinde pozitif yönde anlamlı etkisi söz konusudur.

Hipotez 4: Katılımcıların gelişmeleri kaçırma korkusu (FoMO) düzeyi ile sosyal medya bağımlılığı ilişkisinde, can sıkıntısının aracılık rolü bulunmaktadır.

2.2. Araştırma Grubu

Bu araştırma, Konya'nın Sarayönü ilçesinde bulunan ortaöğretim (lise) kurumlarında eğitim alan 1379 öğrenci arasından kolayda örneklem yöntemiyle seçilmiş gönüllü öğrenciler üzerinde yapılmıştır. Ortaöğretim kurumları ve öğrenci sayılarına ilişkin bilgiler Konya İl Milli Eğitim Müdürlüğü web sayfasından alınmıştır (MEB, 2023). Örnekleme belirlemede 1379 öğrencinin dikkate alındığı hesaplamada yüzde 95 güven aralığında evreni temsil etme gücüne sahip en az katılımcı sayısının 383 kişi olduğu hesaplanmıştır (Yazıcıoğlu & Erdoğan, 2014). Araştırmada kullanılan veriler 400 gönüllü ergen öğrenci üzerinden toplanmıştır. Araştırma özel bir grubu, ya da belirli bir cinsiyeti temel almamaktadır. Yapılan araştırma katılımcılara fiziksel, zihinsel ve psikolojik anlamda herhangi bir zarar vermemektedir.

Örneklemin seçildiği Sarayönü ilçesi, hem yüz ölçümü hem de nüfus yoğunluğu olarak Konya'nın küçük ilçelerinden biri konumundadır. Küçük yerleşim birimlerinde ortak kullanım mekanlarının az olması, sosyal ve kültürel aktivitelerin diğer büyük şehirlere göre nispeten sınırlı olması başta ergenler olmak üzere bireylerin boş zamanlarını etkili ve verimli geçirmemelerine neden olmaktadır (Şengün, 2020). Bu süreçte ortaya çıkan can sıkıntısı, günümüzde onları daha çok sosyal medya kullanımına yöneltebilmektedir. Öğrencilerin kendilerine ait boş zamanlarını sosyal medya platformlarında daha çok geçirmeleri, bir süre sonra tüm zamanlarını ona ayırmalarına neden olabilmektedir. Bu durum beraberinde sosyal medyadaki gelişmeleri sürekli takip etme ve onları kaçırmama isteği ve davranışını ortaya çıkarmaktadır. Dolayısıyla ergenler sosyal medyadaki gelişmeleri kaçırmamak ve can sıkıntılarından kurtulmak için sosyal medyayı daha çok kullanıp, onun bağımlısı olma riskiyle karşı karşıya kalabilmektedir.

2.3. Veri Toplama Araçları

Araştırmada kullanılan veriler, geliştiricilerinden ve Türkçe uyarlamalarını yapan bütün araştırmacılardan kullanım izni alınmış üç ölçek ve katılımcıların sosyodemografik bilgilerini içeren kişisel bilgi formu aracılığıyla toplanmıştır. Çalışmada kullanılan ölçekler ilgili konuyu ortaya koymaya en iyi hizmet edeceği düşünülen, geçerliliği ve güvenilirliği yüksek ölçeklerdir. Ölçeklere ilişkin ayrıntılı bilgi aşağıda verilmiştir.

Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği (Fear of Missing Out Scale-FoMO)

Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeği (Fear of Missing Out Scale-FoMO): Przybylski ve diğerlerinin (2013) alana kazandırmış olduğu FoMO ölçeği, 5'li Likert (1= Hiç doğru değil, 5= Son derece doğru) tipinde 10 maddeden oluşmaktadır. Ölçek bireyin, akranları ve sosyal gruplarıyla temas halinde olmadığına

dair bir sosyal kaygı biçimi (Baumeister & Tice, 1990) ya da dışlanmışlık hissi (Pundir ve diğerleri, 2021) içeren maddeleri bir araya getirmektedir. Katılımcılar, her bir maddenin ne kadar doğru olduğunu 1 ile 5 arasında puanlayarak bildirmektedirler. Gelişmeleri kaçırma korkusu puanları ölçüm aracında, en yüksek kaçırma korkusunu işaret eden maddelerin puanlarının ortalamaları alınarak oluşturulmuştur. Cronbach's $\alpha = ,81$ olan ölçüm aracı (Gökler ve diğerleri, 2016) tarafından Türkçe'ye uyarlanmış; ölçeğin tutarlılık ve geçerliliğinin yeterli olduğu görülmüştür. Bu çalışmada ölçeğin güvenilirlik katsayısı ,752 olarak bulunmuştur. Madde güvenilirliklerine yönelik düzeltilmiş madde-toplam korelasyon katsayısı; ,229-,539 arasında farklılığa sahiptir. Ölçekten hangi madde çıkartılırsa çıkartılsın, ölçekte kalan maddelerin güvenilirlik katsayısı ,710'un üzerindedir. Yapı geçerliliği açısından Doğrulamalı Faktör Analizi (DFA); ölçeğin uyum indeks değerlerinin (CMIN/DF(χ^2 /df): 2,954; RMSEA: 0,070; GFI: 0,952; CFI: 0,925; SRMR: 0,061) kabul edilebilir düzeyde (Baumgartner & Homburg , 1996; Browne & Cudeck, 1992; Hooper ve diğerleri, 2008; Kline, 2011; Simon ve diğerleri, 2010) olduğuna vurgu yapılmaktadır.

Kısa Can Sıkıntısı Ölçeği

Struk ve diğerleri (2015) tarafından geliştirilen Kısa Can Sıkıntısı Ölçeği; 8 maddelik 7'li likent tipi (1= Hiç Katılmıyorum, 7= Tamamen Katılıyorum) bir ölçektir. Ölçekte katılımcılara “*Kendimi sıklıkla yarım kalmış işlerin içinde ne yapacağımı bilmez halde bulurum*” ve “*Çoğu zaman hiçbir şey yapmadan öylece otururum*” gibi ifadeler verilmekte ve bu maddelere ne kadar katıldıklarını işaretlemeleri istenmektedir. Yazarlar ölçeğin tek boyutlu ve 8 maddelik versiyonunun çok iyi analiz değerleri verdiğini; iyi bir iç tutarlılığa ve yapı geçerliliğine (Cronbach's $\alpha = ,86$) sahip olduğunu bildirmişlerdir. Ölçek Türkçeye Koç ve arkadaşları (2018) tarafından uyarlanmıştır. Türkçe formuna ilişkin uyum indeksi değerlerinin 8 maddeli ve tek boyutlu ölçme modelinin yeterli olduğunu göstermiştir. Ölçeğin maddelerin yol katsayıları faktör yükleri ,52 ile ,80 arasında değişmektedir. Kısa Can Sıkıntısı Eğilimi Ölçeği yaşam doyumu (-.48) ve öznel mutluluk (-.50) negatif ilişkili bulunmuştur. Kısa Can Sıkıntısı Eğilimi Ölçeği'nin Cronbach alpha iç tutarlılık katsayısı ,86 olarak hesaplanmıştır. Güner ve arkadaşlarının (2021) araştırmasında ise ölçek güvenilirliği ,91 olarak hesaplanmıştır. Bu çalışmada ölçeğin güvenilirlik katsayısı ,766 olarak tespit edilmiştir. Madde güvenilirliklerine yönelik düzeltilmiş madde-toplam korelasyon katsayısı; ,362-,560 arasında farklılık göstermektedir. Ölçekten hangi madde çıkartılırsa çıkartılsın ölçekte kalan maddelerin güvenilirlik katsayısı ,720'nin üzerindedir. Bu çalışma için DFA; ölçeğin uyum indeks değerlerinin (CMIN/DF(χ^2 /df): 2,560; RMSEA: 0,063; GFI: 0,968; CFI: 0,945; SRMR: 0,043) kabul edilebilir düzeylerde olduğunu ortaya koymuştur.

Sosyal Medya Bozukluğu Ölçeği (SMBÖ)

Ölçek, sosyal medya bağımlılığının, özellikle ergenler arasında düzeyini ortaya koymak adına, van den Eijnden ve arkadaşları (2016) tarafından geliştirilen 9 madde ve tek boyuttan oluşmaktadır. Ölçeğin orijinalinde maddeler 2'li (evet-hayır) bir derecelendirme ile puanlanmaktadır. 10 ila 17 yaşları arasındaki toplam 2198 Hollandalı ergen arasında gerçekleştirilen üç çevrimiçi anket ile ölçeğin güvenilirlik ve geçerliliği test edilmiştir. 9 maddelik ölçek, sağlam yapısal geçerlilik, uygun iç tutarlılık, iyi yakınsama ve ölçüt geçerliliği, yeterli test-tekrar test güvenilirliği ve tatmin edici duyarlılık ve özgüllük göstermiştir. Ölçeğin Türkçe uyarlaması Savcı ve arkadaşları (2018) tarafından yapılmıştır. SMBÖ daha hassas sonuçlar verebilmesi açısından Türkçeye 5'li Likert (0=Hiçbir zaman, 4=Her zaman) olarak uyarlanmıştır. SMBÖ maddelerinin her biri, bağımlılık tanı kriterlerinden birine işaret etmektedir. SMBÖ'nün güvenilirliği test -tekrar test yöntemi ve üç farklı örnekleme Cronbach α iç tutarlık güvenilirlik katsayısı ile incelenmiştir. Analiz sonucunda Cronbach α iç tutarlık güvenilirlik katsayıları ve t-tekrar test güvenilirlik katsayısının yeterli düzeyde olduğu görülmüştür. Ölçeğin bu çalışmada Cronbach's Alpha katsayısı ,83 olarak hesaplanmıştır. Madde güvenilirliklerine yönelik düzeltilmiş madde-toplam korelasyon katsayısı; ,438-,635 arasında farklılık göstermektedir. Ölçekten hangi madde çıkartılırsa çıkartılsın ölçekte kalan maddelerin güvenilirlik katsayısı ,810'un üzerindedir. Bu araştırma için DFA ile ölçeğin uyum indeks değerlerinin (CMIN/DF(χ^2 /df)= 3,502; RMSEA= 0,079; GFI= 0,950; CFI= 0,940; SRMR= 0,048) kabul edilebilir düzeyde olduğu tespit edilmiştir.

Kişisel Bilgi Formu

Katılımcıların yaşını, cinsiyetini, eğitim gördüğü liseyi ve günlük sosyal medya kullanım süresini belirlemeye yönelik sorular veri toplama aracının bu bölümünde bulunmaktadır.

2.4. Araştırma Verilerinin Analizinde Kullanılan Testler

Çalışma verileri 6-10 Şubat 2023 tarihleri aralığında, örnekleme seçilen katılımcılardan yüz yüze görüşmeyle toplanmıştır. Sahadan toplanan veriler istatistik programları SPSS 25 ve AMOS 21 ile analiz edilmiştir. Araştırma anket formunda bulunan değişkenler için önce betimleyici analizler yapılmıştır. FoMO ölçeği, Kısa Can Sıkıntısı Ölçeği ve Sosyal Medya Bozukluğu/Bağımlılığı Ölçeği arasındaki ilişkinin gücü ve yönünü belirlemek için Korelasyon Analizi; FoMO ve can sıkıntısının sosyal medya bağımlılığına etkisini ise Yol Analizi (Yapısal Eşitlik Modeli (YEM)) ile tespit edilmiştir. FoMO ile sosyal medya bozukluğu/bağımlılığı ilişkisinde can sıkıntısının aracılık rolü aracılık analizi ile incelenmiştir.

2.5. Etik Kurul İzinleri

Çalışmanın konusu, yapılacak örneklem grubu ve çalışmada katılımcılar üzerinde uygulanacak veri toplama araçlarının konuya uygunluğunu; katılımcıların çalışmaya gönüllülük esasına dayalı olarak katılacaklarını ve kendilerinden elde edilen verilerin araştırmacılar tarafından korunacağını belirten kapsamlı bir form ile Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Etik Kurulundan, E-428167 sayılı belgeyle 21.12. 2022 tarihli etik kurul izni; Konya İl Milli Eğitim Müdürlüğünden ise 19.01.2023 tarihli E-450055 sayılı belge ile araştırma onayı alınmıştır.

3. Bulgular

Evreni temsilen seçilen örnekleme dahil olan katılımcıların yaş, cinsiyet gibi özelliklerine, sosyal medya karşısında geçirdikleri süreye ve ölçüm araçlarının tanımlayıcı analizlerine; verilerin normal dağılımını belirlemeye yönelik çarpıklık-basıklık oranlarına bu başlık altında yer verilmiştir. Aynı zamanda FoMO, can sıkıntısı ve sosyal medya bağımlılığı ilişkisi için Korelasyon Analizi ve etkiyi belirlemek için Yol Analizi sonuçlarına yer verilmiştir.

3.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Araştırma örnekleminin yüzde 45,7'si erkek öğrencilerden, yüzde 54,3'ü ise kadın öğrencilerden oluşmaktadır. Bu sonuç araştırma sorularına cevap verenlerin yüzdelik olarak birbirine yakın oranda olduğunu göstermektedir. Bu durum yapılan analizlerde cinsiyete göre karşılaştırma yapılabileceğine işaret etmektedir.

Katılımcıların en küçük 14, en büyük 19 yaşında olduğu çalışmada lise öğrencilerinin yaşlarının ortalaması 15,35, dağılımın standart sapması ise 1,16'dır. Öğrencilerin günlük sosyal medya kullanım sürelerine bakıldığında; en az 6, en çok 720 dakika sosyal medya ile zaman geçirildiği tespit edilmiştir. Katılımcıların günlük sosyal medya kullanım süresi ortalaması ise yaklaşık 153 dakikadır. Lise öğrencilerinin cinsiyetine göre günlük sosyal medya kullanım süreleri anlamlı farklılık göstermemektedir ($t = -3,394$; $p > ,05$). Betimleyici istatistik sonuçları erkek ($X = 147,42$) ve kadınların ($X = 157,09$) günlük sosyal medya kullanım sürelerinin birbirine yakın olduğuna işaret etmektedir.

3.2. Ölçeklerin Betimleyici İstatistikleri, Korelasyon Analizi ve Fark Testleri Sonuçları

Çalışmada kullanılan *Gelişmeleri Kaçırma Korkusu (FoMO)* (Skewness: -,321; Kurtosis: -,123), *Sosyal Medya Bağımlılığı* (Skewness: ,545; Kurtosis: -,422) ve *Can Sıkıntısı* (Skewness: ,252; Kurtosis: ,180) ölçeklerine ait çarpıklık ve basıklık değerleri -1,0 ile +1,0 arasındadır. Bu değerler istatistiki anlamda elde edilen verilerin dağılımının normal olduğuna işaret etmektedir (Tabachnick & Fidel, 2013).

Tablo 1. FoMO, Sosyal Medya Bağımlılığı ve Can Sıkıntısı Ölçeklerinin Betimleyici İstatistik ve Korelasyon Analizi Sonuçları

Ölçekler	Betimleyici İstatistikler				Korelasyon (<i>r</i>) Analizi	
	\bar{X}	SS	Çarpıklık (Skewness)	Basıklık (Kurtosis)	2	3
1. FoMO ¹	28,35	6,78	-,321	-,123	,384**	,372**
2. SMB ²	29,47	10,32	,545	-,422	-	,526**
3. CS ³	188,68	7,47	,252	,180	-	-

Not: FoMO= Gelişmeleri Kaçırma Korkusu; SMB= Sosyal Medya Bağımlılığı; CS= Can Sıkıntısı Ölçeği
***p* < ,01

FoMO, sosyal medya bağımlılığı ve can sıkıntısı arasında anlamlı pozitif ilişkilerin olduğu görülmektedir. Analiz sonuçlarına bakıldığında; gelişmeleri kaçırma korkusu ile sosyal medya bağımlılığı arasında pozitif yönlü orta düzey anlamlı ilişki ($r=,384$); gelişmeleri kaçırma korkusu ile can sıkıntısı arasında pozitif yönlü orta düzey anlamlı ilişki ($r=,372$); sosyal medya bağımlılığı ile can sıkıntısı arasında da pozitif yönlü orta düzey anlamlı ilişki ($r=,526$) bulunmaktadır.

Tablo 2. Sosyal Medya Bağımlılığı, Fomo Ve Can Sıkıntısı Düzeylerinin Cinsiyete Göre Farklılığı

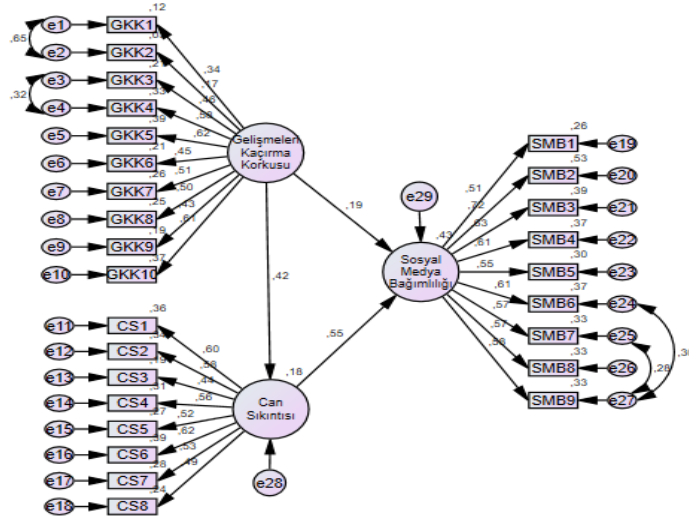
	Cinsiyet	N	\bar{X}	t-value	Sig.	Cohen's <i>d</i>
Sosyal Medya Bağımlılığı	Erkek	183	19,57	-2,52	,012	-0,25
	Kız	217	21,45			
FoMO	Erkek	183	27,24	-3,04	,002	-0,30
	Kız	217	29,29			
Can Sıkıntısı	Erkek	183	27,62	-3,39	,001	-0,34
	Kız	217	31,03			

Lise öğrencilerinin cinsiyetine göre sosyal medya bağımlılığı ($t= -2,52$; $p < ,05$); FoMO ($t= -3,04$; $p < ,01$) ve can sıkıntısı ($t= -3,39$; $p < ,01$) düzeyleri anlamlı farklılık taşımaktadır. Betimleyici istatistik sonuçlarına bakıldığında; kızların sosyal medya bağımlılığı, FoMO ve can sıkıntısı ortalamalarının erkek katılımcılara göre daha yüksek olduğu görülmektedir. Anlamlı farklılığı oluşturan etkinin büyüklüğünü işaret eden Cohen's *d* (1988) değerine göre, her üç değişkenin de küçük etki büyüklüğüne sahip olduğu analiz edilmiştir.

3.3. Etki Analizleri

FoMO'nun sosyal medya bağımlılığı ve can sıkıntısı üzerindeki etkisinin yanında can sıkıntısının sosyal medya bağımlılığı üzerindeki etkisi tek bir model üzerinde amaca yönelik olarak Yol Analiziyle gerçekleştirilmiştir.

İlk olarak gelişmeleri kaçırma korkusunun (FoMO) *sosyal medya bağımlılığı/bozukluğu üzerindeki etkisi* analiz edilmiş; FoMO'nun düzeyinin sosyal medya bağımlılığı üzerindeki etkisinin pozitif yönde anlamlı ($\beta= ,194$; $p= ,007$) olduğu tespit edilmiştir. Tahmini β değeri üzerinden gösterilen etki yönünün pozitif olduğu modelde, FoMO düzeyinde oluşan bir birimlik yükselişin, sosyal medya bağımlılığında 0,194'lük artışa neden olduğu dikkat çekmektedir. **Hipotez 1** doğrulandığı bu modelde; FoMO ölçüm aracında e1 ile e2, e3 ile e4; sosyal medya bağımlılık ölçüm aracında ise e24 ile e27 ve e25 ile e27 arasında iyileştirmenin yapıldığı modelin uyum indeksleri ($\chi^2/df= 2.117$; RMSEA= ,053; GFI= ,907; CFI= ,876; SRMR= ,073) kabul edilebilir oranda olduğu (Baumgartner & Homburg , 1996; Browne & Cudeck, 1992; Kline, 2011) analiz edilmiştir.



Şekil 2. FoMO, Can Sıkıntısı ve Sosyal Medya Bağımlılığı Arasındaki İlişkiye Yönelik Yol Analizi Diyagramı

Tablo 3. Sosyal Medya Bağımlılığı, FoMo ve Can Sıkıntısı Değişkenlerine İlişkin Yol Analizi Sonuçları

Yol Analizi	β	SS	t-value	P	Sonuç
FoMO \rightarrow SMB	0,194	0,112	2,718	,007**	H_1 Kabul
FoMO \rightarrow CS	0,422	0,309	4,427	,000***	H_2 Kabul
CS \rightarrow SMB	0,548	0,043	6,203	,000***	H_3 Kabul
$\Delta\chi^2$ p df $\Delta\chi^2/df$ RMSEA GFI CFI SRMR					
671,051 *** 317 2,117 ,053 ,907 ,876 ,073					

***p<,001; **p<,01

Çoğu insan, sosyal medyayı geniş kitlelerle iletişim kurmanın, kendilerini ve hayatlarını göstermenin veya başkalarının hayatlarını tanımının bir yolu olarak kullanabilir (Anwar ve diğerleri, 2020). Sosyal medyaya erişim kolaylığı, FoMO'nun duygusu olan kaygı ve rahatsızlık duygularının veya kayıp hissini üstesinden gelmek için birçok fırsat sunar (Hetz ve diğerleri, 2015). FoMO, sosyal medya kullanan bireyleri özgü bir problem değildir. Ancak yüksek FoMO'lu bireyler, arkadaşlarının planları ve faaliyetlerinden haberdar olmak adına sosyal medya hesaplarını daha çok kontrol etmeye mecburmuş gibi davranabilirler. Özellikle sosyal medya, düşük düzeyde yaşam memnuniyetine (örneğin, başkalarıyla bağlantı kurma) sahip bireylerin çevresiyle etkileşim kurmasını daha cazip hale getirebilir. Çünkü sosyal medyaya, özellikle akıllı telefon gibi mobil cihazlar aracılığıyla erişildiğinde, etkileşimde kalmanın kolay bir yolu olarak görülmektedir (Oberst ve diğerleri, 2017). Kuss ve Griffiths (2017) ilgili literatür incelemesi ışığında, FoMO'nun sosyal medya bağımlılığının güçlü bir yordayıcısı olabileceğini vurgu yapmaktadır. Türkiye'de de son yıllarda FoMO'nun dijital bağımlılık üzerindeki etkisiyle ilgili giderek daha fazla çalışma yapılmaktadır. Örneğin Gökler ve arkadaşları (2016) üniversite öğrencileri üzerinde yaptıkları çalışmada, sosyal medyayı yoğun olarak kullanan ve çok sayıda sosyal medya hesabı bulunan öğrencilerin FoMO düzeylerinin daha yüksek olduğunu tespit etmiştir. Bunun yanında artan sosyal medya bağımlılığının, öğrencilerin sosyal medyadaki olaylara ve paylaşımlara karşı daha fazla merak duymasına ve dolayısıyla FoMO düzeylerinin artmasına neden olabileceği söylenebilir. Bağımlılığın FoMO'yu pekiştirebileceği ve ardından ödüllendirici deneyimler sunan sosyal medyanın, bireylerin kendi ve arkadaşlarının profillerini kontrol etme ve sosyal ağlarda zaman geçirme dürtüsünü etkileyerek, neyle bağlantıda olma arzusunun geliştireceği düşünülmektedir (Hamutoğlu ve diğerleri, 2020). Öyle ki Hoşgör ve arkadaşlarının (2017) araştırmasında, FoMO eğilimi olan üniversite öğrencilerinin her gün sosyal medyada aktif olarak en az 7 saat geçirdikleri ve 4 farklı sosyal paylaşım sitesinde 4 farklı hesaba sahip oldukları gözlemlenmiştir. Bu haliyle, FoMO ile sosyal medya bağımlılığı arasında iki yönlü pozitif bir ilişki söz konusudur.

Modelde ikinci olarak *FoMO'nun can sıkıntısı düzeyi üzerindeki etkisi* incelenmiş, bu amaca yönelik olarak Yol Analizi gerçekleştirilmiştir. Analiz sonucunda, FoMO'nun can sıkıntısı düzeyi üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı etkisi ($\beta= ,422$; $p= ,000$) bulunmaktadır. Tahmini β değeri üzerinden etki yönünün pozitif olduğunun sunulduğu modelde, FoMO düzeyinde oluşan gelen bir birimlik yükselişin, can sıkıntısı düzeyinde 0.422'lik bir artışa neden olduğu bulgulanmıştır. **Hipotez 2**nin doğrulandığı bu sonuçla ortaya konulmaktadır.

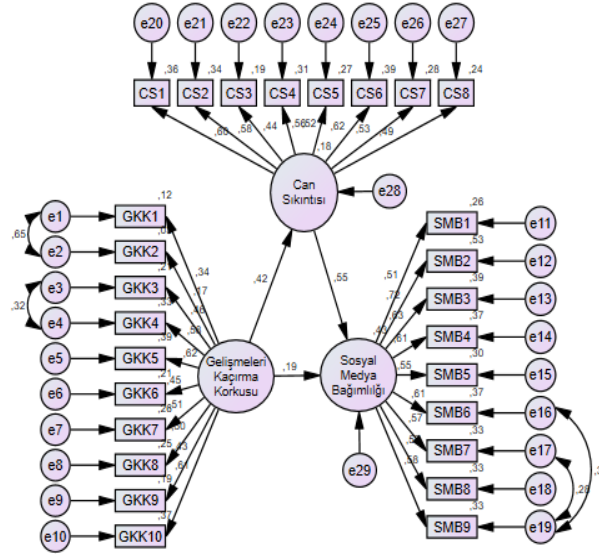
Literatür incelendiğinde de FoMO ile can sıkıntısı arasında pozitif bir ilişkinin varlığı dikkat çekmektedir (Elhai ve diğerleri, 2018; Holte & Ferraro, 2020; Oberst ve diğerleri, 2017; Wolniewicz ve diğerleri, 2018; Wolniewicz ve diğerleri, 2019). Bir başka ifadeyle, daha fazla gelişmeleri kaçırma korkusu yaşayan insanların can sıkıntısı düzeyinin de yüksel olabileceği söylenebilir. Genç ve ergenlerde sıklıkla görülen FoMO, bireylerin yaşamlarında birçok olumsuz duruma neden olabilir. Yüksek FoMO seviyesine sahip bireyler akıllı telefonlarda çok zaman harcarlar. Başkalarının paylaşımını sürekli olarak takip eden bireyler, sorumluluklarını ve görevlerini yerine getiremezler ve bireylerin yaşam kalitesinde bozulma ve işlevsellik ortaya çıkar. Sorumluluklarını yerine getiremeyen bireyler, aynı zamanda yoğun pışmanlık yaşarlar. Akıllı telefon ve sosyal medya uygulamaları gibi teknolojik cihazlarla yoğun ilişkileri olan bireylerin hayatlarını, arkadaşların yaşamlarıyla karşılaştırdıkları ve sanal dünyadaki bireyleri takip ettikleri ve kendi yaşamlarının sürekli değersiz olduğu ve dışlanmış hissettikleri gözlenmiştir (Tanhan ve diğerleri, 2022). Bu durum, bireylerin daha fazla endişe yaşamasında ve can sıkıntısı düzeylerinin artmasında etkili olabilir. Özellikle bu bireylerde, başkalarının daha iyi yaşamları olduğu düşüncesi, can sıkıntısını artırabilmektedir.

Bu model kapsamında üçüncü olarak lise öğrencilerinin *can sıkıntısı düzeyinin sosyal medya bağımlılığı üzerindeki etkisi* incelenmiş; bu amaçla Yol Analizine başvurulmuştur. Analiz sonuçları, can sıkıntısı düzeyinin sosyal medya bağımlılığı üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı etkisini ($\beta= ,548$; $p= ,000$) göstermektedir. Diğer bir ifadeyle can sıkıntısı düzeyinde meydana gelen bir birimlik artışın, sosyal medya bağımlılığı üzerinde 0.630'luk bir artışa neden olduğu belirlenmiştir. Bu sonuçlarla da **Hipotez 3** doğrulanmıştır.

Alan yazındaki daha önceki çalışmalar da can sıkıntısının sosyal medyanın aşırı kullanımı üzerindeki etkisini belirlemişlerdir (Allahverdi, 2022; Ayhan ve diğerleri, 2021; Pawar & Shah, 2019; Whelan ve diğerleri, 2020). Can sıkıntısı hoş olmayan ama çok ihtiyaç duyulan bir duygudur. Gerçekten de, beynimiz can sıkıntısını atlatmak için dış uyaranlara aç durumdadır. Bu noktada sosyal medya, neredeyse sonsuz bir deneyim bolluğu sağlar. Kullanıcılar, dünyanın herhangi bir yerindeki başkalarıyla bağlantı ve iletişim kurabilir; bilgi, multimedya ve haber paylaşabilir; hatta oyun oynayabilir. Bu noktada yeni bir şeyler öğrenme, yeni insanlarla tanışma veya ilginç bir şeyler izleme fırsatları sınırsızdır, bu nedenle birçok kişinin can sıkıntısını gidermek ve zihinsel/duygusal uyarım sağlamak için sosyal medya platformlarına yönelmesi anlaşılır bir durumdur (Whelan ve diğerleri, 2020). Bu nedenle bireyler can sıkıntısını hafifletmek için çevreden yeni ve heyecan verici bir şeyler aramaya eğilimlidirler (Skues ve diğerleri, 2015). Aynı zamanda kullanıcılar, yeni olan bir uyarana aşırı bağımlı hale geldiğinde, yeniliğe uyum, ilgiyi azaltabilir ve yeni bir can sıkıntısına yol açabilir (Bai ve diğerleri, 2021).

3.4. Aracılık Analizi

Bu başlık altında FoMO'nun sosyal medya bağımlılığı üzerindeki etkisinde can sıkıntısının aracılık rolüne ilişkin analiz sonuçlarına yer verilmiştir.



Şekil 3. FoMO ve Sosyal Medya Bağımlılığı İlişkisinde Can Sıkıntısının Aracılık Rolüne İlişkin Yapısal Eşitlik Modeli (YEM) Diyagramı

Tablo 4. FoMO ve Sosyal Medya Bağımlılığı İlişkisinde Can Sıkıntısının Aracılık Rolünü Belirlemeye Yönelik Analiz Sonuçları

Aracı yokken etki	β	SS.	t-value	p	Sonuç
FoMO \rightarrow SMB	0,449	0,111	5,008	0,000***	Kabul edildi
Aracı varken doğrudan etki	β	SS.	t-value	p	Sonuç
FoMO \rightarrow CS \rightarrow SMB	0,194	0,043	6,203	0,007**	Kabul edildi
Aracı varken dolaylı etki	β	Güven Aralığı			Sonuç
FoMO \rightarrow CS \rightarrow SMB	0,231	(0,138 – 0,341)			Anlamlı (Kısmi Aracılık var)
Model Uyum Değerleri					
$\chi^2/df= 2,117$; RMSEA= 0,053; GFI= 0,907; CFI= 0,876; SRMR= 0,073					

***p< ,001; **p< ,01

Hipotez 4 kabul edildi

Gelişmeleri Kaçırma Korkusunun (FoMO), Sosyal Medya Bağımlılığı (SMB) üzerindeki etkisinde Can Sıkıntısının (CS) aracılık rolünün test edildiği modelde; FoMO'nun sosyal medya bağımlılığı üzerinde anlamlı etkisi bulunduğu tespit edilmiştir ($\beta= ,449$; $p< ,001$). Söz konusu etkide can sıkıntısının aracılık rolünün varlığı belirlenmiştir ($\beta= ,194$; $p< ,01$). Etkinin anlamlılığının devam ettiği, ancak etki kat sayısının düşmesi, can sıkıntısı değişkeninin FoMO ile sosyal medya bağımlılığı ilişkisinde kısmi aracılık ettiğini ortaya çıkarmıştır. Modelde FoMO ölçeğinde e1-e2, e3-e4 arasında ve sosyal medya bağımlılığı ölçeğinde ise e19-e16, e19-e17 arasında iyileştirmeler yapılmıştır. Sonuç olarak, can sıkıntısı değişkeninin FoMO ve sosyal medya bağımlılığı arasında aracı değişken rolü oynadığı söylenebilir.

4. Tartışma, Sonuç ve Öneriler

Teknolojinin gelişiminin bir yansıması olarak hayatımıza giren sosyal medya; sosyal ilişkiler kurma ve genişletme konusunda, toplumun farklı kesimlerine büyük kolaylıklar sağlamakla kalmaz, aynı zamanda dışarıdaki bilgileri öğrenmek için de önemli bir pencere sunar (Zhang ve diğerleri, 2020). Özellikle toplumun genç ve ergen kesimi; günün büyük bir bölümünü sosyal medyada, arkadaşlarıyla ya da toplumla ilgili haber ve paylaşımları takip ederek geçirmektedir. Yatmadan önce sosyal medyada gezinmekte, geceleri genellikle bildirimlerle uyanmakta ve sabah uyandığında ilk kontrol ettiği şey sosyal medya olmaktadır. Genç ve ergenler çoğu zaman, önemli bir şeyi kaçırıyor olabileceğine dair rahatsız edici bir duyguyu yerine getirmenin yanında, net bir amacı olmadan da sosyal ağlarda gezinmektedir (Roberts & David, 2020). Sosyal medya aynı zamanda, kullanıcılarının herhangi bir gelişme için, bu ağları sürekli olarak izlemelerine

olanak tanımaktadır (David ve diğerleri, 2017; Roberts & Pirog, 2013). Bu haliyle gelişmeleri kaçırma kaygısı, insanın ait olma ihtiyacından kaynaklanan bir istek ve doğuştan sahip olduğu temel bir motivasyondur. İnsanlar bu ihtiyacı sosyal gruplara ait olma arayışıyla tatmin ederler. Günümüzde sosyal gruplar hem fiziksel hem de sanal şekillerde mevcuttur ve insanlar sosyal gruplarına hem çevrimiçi hem de çevrimdışı olarak erişebilirler. Örneğin, Facebook veya Instagram gibi sosyal medya araçları, kullanıcılara kişisel ağlarındaki kişilerle çevrimiçi bağlantı sunarak iletişim halinde olma pratiğini kolaylaştırır. Sosyal ağlar, kullanıcılarının, özellikle de genç kuşakların, akranlarının neler yaptığını sürekli olarak takip edebilecekleri ve neler kaçırdıklarını (örneğin, sosyal olaylar, yaşam deneyimleri, yaşam fırsatları vb.) kontrol edebilecekleri bir yer sunar. FoMO, yani diğer insanları kontrol etme arzusu, kişinin kaygısında geçici bir rahatlama yolu açabileceğinden, sosyal medya kullanımını yönlendirebilir (Franchina ve diğerleri, 2015). Przybylski ve arkadaşlarının da (2013) vurguladığı gibi; genç yetişkinlerin önemli bir bölümü, başkaları tarafından deneyimlenen ve daha da önemlisi, sosyal medyada paylaşılan keyifli etkinlikleri kaçırma korkusu yaşamaktadırlar. Bu korku beraberinde sosyal medyaya yönelimi körüklemektedir.

İşte bu araştırma, FoMO'nun aşırı sosyal medya kullanımı üzerindeki etkisi ile bu süreçte can sıkıntısının aracılık rolünü mercek altına almıştır. Çalışmada FoMO'nun sosyal medya bağımlılığı üzerinde pozitif yönlü anlamlı etkisi belirlenmiştir. Diğer bir ifadeyle daha yüksek FoMO seviyelerine sahip ergenlerin aşırı sosyal medya kullanımı açısından daha büyük risk altında olması mümkündür. Alan yazında benzer sonuçları ortaya koyan çalışmalar (Blackwell ve diğerleri, 2017; Dempsey ve diğerleri, 2019; Fabris ve diğerleri, 2020; Franchina ve diğerleri, 2015; Oberst ve diğerleri, 2017; Stead & Bibby, 2017) bulunmaktadır. FoMO'su yüksek ergenler, sosyal medya kullanımının bir sonucu olarak, ait olmadıklarına ve önemli paylaşılan deneyimleri kaçırdıklarına dair artan bir duygu sahip olabilirler (Fabris ve diğerleri, 2020). Özellikle kaygı ve depresyon gibi psikopatolojik sorunları olan ergenler, algılanan sosyal eksiklikleri nedeniyle daha yüksek FoMO geliştirebilirler. Bilindiği gibi kişinin akranlarıyla bağ kurması ve akranları tarafından kabul edilmesi, ergenlikte son derece önemlidir. Bu nedenle sosyal ağlar, onlara daha yüksek düzeyde sosyal katılım sağlamak için, son derece çekici ve işlevsel bir yapıya sahiptir. Ergenler sosyal medyayı kullanarak, ait olma ihtiyaçlarını karşılayabilirler. Ancak ait olmadıklarını ve önemli paylaşılan deneyimleri kaçırdıklarını hissettiklerinde, kaygıdan muzdarip olma riskleri daha yüksek düzeye sahiptir (Oberst ve diğerleri, 2017).

Aslında aşırı sosyal medya kullanımı, bir tür kısır döngüde FoMO'yu artırabilir, çünkü çevrimiçi ağ kurarak bağlantı veya aidiyet ihtiyacını karşılama girişimi, sosyal medya kullanım yoğunluğunu beraberine getirir. Einstein'ın "*Ne kadar çok öğrenirsem, ne kadar çok şey bilmediğimi o kadar çok fark ederim*" sözünün ardından, bu artan sosyal ağ etkinliği, insanlarda yeterince bağlı olmadığına dair daha fazla duygu üretebilir ve bunu telafi etmeye çalışmak için, daha fazla sosyal medya katılımı gerçekleştirebilirler (Oberst ve diğerleri, 2017). Bu noktada sosyal medya bağımlılığının FoMO düzeyini artırdığını tespit eden bazı çalışmalar (Blachnio & Aneta, 2018; Dhir ve diğerleri, 2018; Gökler ve diğerleri, 2016; Zhang ve diğerleri, 2021) da söz konusudur. Sosyal medyanın mobil cihazlar aracılığıyla kalıcı olarak erişilebilir olması nedeniyle, tanıdıklarla bağlantı kurma, paylaşma ve ödüllendirici deneyimler yaşama olanakları önemli ölçüde artmıştır. Sosyal medya uygulamaları, bilgi almak ve bağlantı kurmak için neredeyse sınırsız olanaklar sağladığından, insanların kendilerini psikolojik veya pratik olarak ilgilendirebilecek konular hakkında başkalarının iletişimlerini öznel olarak kaçırma olasılıklarını artırabilir (Wegmann ve diğerleri, 2017).

Bir başka noktada bu çalışmada FoMO'nun can sıkıntısı üzerinde pozitif anlamlı etkisi ortaya konulmuştur. Çalışma kapsamında görüşüne başvurulmuş lise öğrencilerinin FoMO düzeyi arttıkça, can sıkıntısı düzeyinde de bir artış yaşanmaktadır. Literatürde benzer sonuçlara vurgu yapan araştırmalar (Elhai ve diğerleri, 2018; Liang ve diğerleri, 2022; Oberst ve diğerleri, 2017; Wolniewicz ve diğerleri, 2018) bulunmaktadır. Przybylski ve arkadaşlarının (2013) da vurguladığı gibi, FoMO, bireylerin ihtiyaçlarının karşılanmaması ve bunun sonucunda daha düşük yaşam doyumuna sahip olmasının ürünüdür. İnsanların ihtiyaçları karşılandığında, eksik olduğunu hissetmesine gerek kalmayacaktır. Bununla birlikte, beklenti ve ihtiyaçlar karşılanmadığında, bireylerin bu ihtiyaçları karşılamak için arzu ettikleri deneyimleri kaçırdıkları korkusunu taşımaları mantıklıdır. İnsanlar ödüllendirici deneyimlere değer verir ve bunlara sahip olmayanlar, onları elde etme fırsatlarını kaçırdıkları konusunda endişelenirler (Holte & Ferraro, 2020). Bu

endişe beraberinde onların can sıkıntısı düzeyinin artmasında etkili olabilir. Bazı çalışmalar ise can sıkıntısının FoMO düzeyini etkilediğini belirlemiştir (Wolniewicz ve diğerleri, 2020; Holte & Ferraro, 2020). Sıkılmış bireyler bilişsel olarak eğlenceli vakit geçirmediklerinden, ödüllendirici bir deneyimi kaçırdıklarını düşünmeye daha yatkındırlar. Bu haliyle insanlar, bilişsel olarak teşvik edici görevler ve faaliyetler yapmayı seçerek; kaçırdıkları endişelerini azaltabilirler. Özellikle toplumun genç ve ergen kesimi sıkıldıklarında sosyal medyada saatler geçirmek, kaçırdıkları deneyimlere maruz kalmak yerine, daha ödüllendirici deneyimler sağlayan faaliyetler yapmayı (Holte & Ferraro, 2020); sosyal medyaya güvenmek yerine, arkadaşları ve yakın çevresiyle daha aktif olarak iletişim kurmayı deneyebilirler.

Bu araştırmanın ortaya koyduğu önemli bulgulardan biri, can sıkıntısının sosyal medya bağımlılığı üzerinde pozitif anlamlı etkisidir. Diğer bir ifadeyle katılımcıların can sıkıntısı düzeyi arttıkça, sosyal medyanın aşırı kullanımında da bir artış yaşanmaktadır. Bu sonuç alan yazındaki diğer çalışmalarla (Allahverdi, 2022; Ayhan ve diğerleri, 2021; Catedrilla ve diğerleri, 2020; Lin ve diğerleri, 2009; Öner, 2014; Pawar & Shah, 2019; Stockdale & Coyne, 2020; Wang, 2019; Whelan ve diğerleri, 2020) uyumludur. Günümüzde ergenler can sıkıntısını hafifletmek için (bu deneyimler sosyal ilişkileri olumsuz yönde etkilese bile) sosyal medyayı aşırı bir şekilde kullanmaktadırlar. Bilindiği gibi sosyal medya, neredeyse sonsuz bir deneyim bolluğu sağlar. Kullanıcılar dünyanın herhangi bir yerindeki diğer kişilerle bağlantı kurabilir ve iletişim sağlayabilirler; multimedya ve haber paylaşabilir ve oyun oynayabilir. Sosyal medyanın yeni bir şeyler öğrenme, yeni insanlarla tanışma veya ilginç bir şeyler izleme fırsatları sınırsızdır. Bu nedenle birçok kişinin can sıkıntısını gidermek ve zihinsel/duygusal uyarım sağlamak için sosyal medya platformlarına yönelmesi anlaşılır bir durumdur (Skues ve diğerleri, 2015; Wang, 2019; Whelan ve diğerleri, 2020). Ancak sosyal meydanın aşırı kullanımı beraberinde bağımlılık gibi problemlerin yaşanmasına zemin oluşturmaktadır. Bu haliyle ergenler sosyal ağ sitelerinin dışındaki davranışları giderek daha az ödüllendirici ve ilgi çekici bulabilirler. Bu döngü, sosyal ağ sitesi kullanıcılarının, sorunlu veya bağımlılık yapan sosyal medya kullanımıyla tutarlı davranış kalıpları sergileyene kadar devam eder (Stockdale & Coyne, 2020).

Öte yandan bu çalışmada FoMO ile sosyal medya bağımlılığı/bozukluğu arasındaki ilişkiye can sıkıntısının aracılık ettiği belirlenmiştir. Bilindiği gibi lise öğrencilerinin FoMO gibi rahatsızlık verici duygulardan kurtulmak için yöneldiği faaliyetlerden biri, sosyal medya karşısında geçirilen ve kontrol edilemeyen zamandır. Sosyal medya ile geçirilen zaman uzadıkça, bağımlılık riski kendini göstermektedir. Bu haliyle FoMO'nun, medya bağımlılığı üzerindeki etkisinde, can sıkıntısının aracılık rolü ortaya çıkmaktadır.

Sonuç olarak sosyal medyanın ergenler üzerinde hem eğitimciler hem de aileler tarafından önemli etkisi olduğu kabul edilmelidir. Lise öğrencisi gibi toplumun ergen kesimine, bu platformlarının -onlara yasaklama, engelleme ya da kötüleme davranışı yerine- daha faydalı nasıl kullanılabileceği, teknik altyapılarının (algoritmalar, kişisel bilgiler vb.) nasıl işlediği anlatılmalıdır. Aşırı sosyal medya kullanımının zararlarını onlara anlatmanın yanında, ergenlerin içinde olduğu ve onların sosyal medyanın olumlu-olumsuz yönlerini başkalarına anlatmalarının sağlandığı bilimsel etkinlikler düzenlenebilir. Bu haliyle sosyal medya platformlarının diğer kuşaklardaki kullanıcılar tarafından nasıl etkin kullanılacağı, ne gibi faydalarının ya da zararlarının olduğunu anlatan sosyal sorumluluk projeleri geliştirilebilir. Bu şekilde hem kendilerinden yaşça büyükler için bu platformların kullanımında yönlendirici olacaklar hem de toplumun geleceğini oluşturdukları ve kendilerine ihtiyaç olduğunu düşünerek, belli sorumluluk bilinci geliştirebileceklerdir. Aynı zamanda ergenler, uygulamalı olarak, sosyal medya platformlarının ne gibi zararları ya da faydası olduğunu bilincine varabileceklerdir. Aynı zamanda ergenlerin can sıkıntısı davranışının en aza indirilmesinde onların akranlarıyla temas halinde oldukları ortamlar oluşturmak, sosyal destek projelerinde görevlendirmek, yeni alışkanlıklar edinmelerini sağlayacak spor ve eğlence alanları yaratmak gibi faaliyetler etkili olabilmektedir.

Ergenler söz konusu etkinliklerin yapılmasıyla kaçırdıklarını düşündükleri gelişmelerin takipçisi değil üreticisi olduklarını anlayacaklar; gerçek dünyanın aslında kendileri ve diğer insanlar için, fiili olarak yapıp ettiklerinden ibaret olduğunu farkına varacaklardır. Bu sayede istediklerini gerçekleştiremedikleri ya da hedeflerine ulaşamadıkları için, yaşamış oldukları can sıkıntısı sorunsalından da kurtulabileceklerdir. Çünkü yapmış oldukları bu etkinlikler hem eğitim hayatlarını hem de sosyal hayatlarında belirli farkındalıklar

oluşmasını sağlayacaktır. Bu sayede ergenlerin, var oldukları çevreye ve ülkeye daha faydalı olabilecekleri, yeni sorumluluklar almaya daha istekli olacakları düşünülmektedir.

Bu çalışmanın sonuçları; teknolojik araçların günden güne etkisini daha fazla hissettirdiği bir çağda, FoMO gibi psikolojik davranışların, sosyal medya bağımlılığını nasıl etkilediğini ortaya koyması; can sıkıntısının sürece nasıl aracılık ettiğini anlatması ve literature yeni araştırma sonuçları kazandırması açısından önem taşımaktadır. Bu çalışma doğası gereği kesitseldir ve burada sunulan model çerçevesinde elde edilen sonuçlar, değişkenler arasındaki ilişkilerin nedenselliği konusunda sınırlı cevap verme yeteneğine sahiptir. Modelde sunulan değişkenlerin yönü de daha detaylı incelenmelidir. Örneğin, FoMO ile sosyal medya bağımlılığı ve can sıkıntısı arasındaki varsayılan ilişkiler aslında tersine çevrilebilir. Daha yüksek sosyal medya bağımlılığının daha fazla FoMO ve can sıkıntısına yol açması muhtemeldir. Belki de, bir birey sosyal medya karşısında uzun saatler geçiriyorsa, toplumdan kendini soyutlamakta ve yalnızlaşmakta; toplumda medyana gelen olayları kaçırma endişesi yaşamakta, akranlarının ödüllendirici bir deneyimini kaçırdığını düşünmekte, bu da FoMO ve can sıkıntısı düzeyini artırabilmektedir. Çalışma lise öğrencisi gibi belirli bir kesimi üzerinde yürütülmüştür ve daha geniş bir nüfusa genelleme imkânı bulunmamaktadır. Homojen örneklem nedeniyle sonuçlar, bu tür araştırmaların güçlü bir yönü olan yaş değişiminden etkilenemez. Ayrıca elde edilen veriler de katılımcıların kişisel bildirimleriyle sınırlıdır. Verilerin geçerliliği ise, örneklemdaki lise öğrencilerinin verdiği cevapların doğruluğuna bağlıdır. Gelecekteki çalışmalar daha geniş bir örnekleme giderek, toplumun farklı kesimleri üzerinde yürütülebilir. Yine gelecekte dizayn edilecek araştırmalarda, yalnızlığın sosyal medya bağımlılığı üzerindeki etkisinde, can sıkıntısının aracılık rolü inceleme konusu yapılabilir.

5. Extended Abstract

Social media has entered our lives as a reflection of the development of technology. It provides excellent convenience to different segments of society in establishing and expanding social relations and offers a critical window to learn outside information.

The young and adolescent segment of society spends most of the day on social media, following news and posts about their friends or society and surfing social media sites before bed. He often wakes up with notifications at night, and the first thing he checks when he wakes up is social media. Teenagers and adolescents often browse social networks without a clear purpose, fulfilling a nagging feeling that they may be missing something important. Excessive, aimless, and long-term use of social media reveals social media addiction.

Social media addiction is when individuals have a solid motivation to use social media, spend a significant amount of time and energy using the relevant platforms, are curious about the posts shared by other social media users, and are overly interested in these posts. Fear of missing out (FoMO) is defined as tension and anxiety resulting from not being able to receive information about events and situations that individuals consider essential for their social life and thinking that they have missed the developments. Fear of missing out is also a type of psychological anxiety disorder that affects social media addiction. Another variable that affects social media addiction is the phenomenon of boredom. Boredom is the state of dissatisfaction and unhappiness that occurs when an individual wants to engage in any activity that will entertain him and enable him to have a good time but is unable to do so. It is known that adolescents, in addition to wanting to be informed about what is happening around them, turn to social media networks to get rid of the unhappiness and dissatisfaction they experience if they cannot carry out activities that will make them happy.

The purpose of this study is to be designed based on this information. In addition to investigating the relationship and effect of adolescents' social media addiction and FoMO, it also reveals the mediating role of boredom between FoMO and social media. In the literature, social media addiction, FoMO, and boredom variables are studied separately or by considering two variables in the adolescent universe. In this research, considering all three variables together adds originality to the research. In an age where technological tools make their impact more felt day by day, revealing how psychological behaviors such as FoMO affect social media addiction, the research is essential in explaining how boredom mediates the process and providing up-to-date information to the relevant literature. At the same time, this research is

essential in providing academic data for the applications to be developed to improve adolescents' educational and social lives and build a healthier future generation.

This study, in which the quantitative research method was used, was conducted on 400 students selected by the Simple Random Sampling method among 1379 students in secondary education institutions in the Sarayönü district of Konya. Ethics committee permissions were obtained from relevant institutions and organizations to conduct the research. Participants were informed that participation in the research was voluntary. At the same time, parents and students were informed that the data obtained in the research would be used entirely for this study and would not be shared with other people or institutions. The research does not cause any physical, mental, or psychological harm to the participants. The research is not based on a specific group or a specific gender.

Findings obtained as a result of the research indicate that social media addiction, FoMO, and boredom levels of high school students differ significantly according to their gender. Descriptive statistics results show that girls' social media addiction, FoMO, and boredom averages are higher than those of boys. The study determined a significant positive effect of FoMO on social media addiction. Similarly, FoMO has a positive significant effect on boredom. As the FoMO level of the high school students whose opinions were consulted within the scope of the study increases, boredom also increases. One of the activities that high school students turn to to get rid of uncomfortable feelings, such as FoMO, is the uncontrollable time spent in front of social media. As the time spent with social media increases, the risk of addiction becomes evident. In this form, boredom has a partial mediating role in the effect of FoMO on media addiction. These results indicate that the hypotheses created in the research design were confirmed.

Keywords: FoMO, Boredom, Social Media Addiction, Adolescents, Effect.

Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı / Contribution of Authors

Yazarların çalışmadaki katkı oranları Hamide SARITAŞ %35/ Şükrü BALCI %35/ Ebru SOLAK%30 şeklindedir.
The authors' contribution rates in the study are Hamide SARITAŞ %35/ Şükrü BALCI %35/ Ebru SOLAK%30 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.

Kaynakça

- Allahverdi, F. Z. (2022). Trait boredom and perceived social media addiction relationship. *Journal of Positive School Psychology*, 6(2), 5024-5036.
- Allen, K.-A., Ryan, T., Gray, D. L., McInerney, D., & Waters, L. E. (2014). Social media use and social connectedness in adolescents: The positives and the potential pitfalls. *Australian Journal of Educational and Developmental Psychology*, 31(1), 18-31. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1017/edp.2014.2>
- Al-Saggaf, Y. (2021). Phubbing, fear of missing out and boredom. *Journal of Technology in Behavioral Science*, 6(3), 1-6. <https://doi.org/https://link.springer.com/article/10.1007/s41347-020-00148-5>
- Alt, D. (2015). College students' academic motivation, media engagement and fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 49, 111-119. <https://doi.org/https://psycnet.apa.org/doi/10.1016/j.chb.2015.02.057>
- Andreassen, C. S. (2015). Online social network site addiction: A comprehensive review. *Current Addiction Reports*, 2(2), 175-184.
- Andreassen, C. S., & Pallesen, S. (2014). Social network site addiction - an overview. *Current Pharmaceutical Design*, 20(25), 4053-4061. <https://doi.org/https://doi.org/10.2174/13816128113199990616>
- Anwar, Z., Fury, E. D., & Fauziah, S. R. (2020). The fear of missing out and usage intensity of social media. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 395, 183-187. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.2991/assehr.k.200120.038>
- Ayhan, C., Kaya, H. B., Yalçın, I., & Karakuş, G. (2021). Serbest zamanda sıkılma algısı ve yalnızlık arasındaki ilişki üzerine sosyal medya bağımlılığının aracılık etkisi. *Journal of Human Sciences*, 18(4), 749-759. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.14687/jhs.v18i4.6261>
- Bai, J., Mo, K., Peng, Y., Hao, W., Qu, Y., Lei, X., & Yang, Y. (2021). The relationship between the use of mobile social media and subjective well-being: The mediating effect of boredom proneness. *Frontiers in Psychology*, 11(568492), 1-10. <https://doi.org/https://doi.org/10.3389%2Ffpsyg.2020.568492>
- Baumeister, R. F., & Tice, D. M. (1990). Point-counterpoints: Anxiety and social exclusion. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 9(2), 165-195. <https://doi.org/https://psycnet.apa.org/doi/10.1521/jscp.1990.9.2.165>
- Baumgartner, H., & Homburg, C. (1996). Applications of structural equation modeling in marketing and consumer research: A review. *International Journal of Research in Marketing*, 13(2), 139-161. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0167-8116\(95\)00038-0](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0167-8116(95)00038-0)
- Bilgin, M., Şahin, İ., & Togay, A. (2020). Social media addiction in adolescents and parent-adolescent relationship. *Education and Science*, 45(202), 263-281. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.15390/EB.2020.8202>
- Blachnio, A., & Aneta, P. (2018). Facebook intrusion, fear of missing out, narcissism, and life satisfaction: A cross-sectional study. *Psychiatry Research*, 259, 514-519. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.psychres.2017.11.012>
- Blackwell, D., Carrie, L., Rose, T., Ciera, O., & Miriam, L. (2017). Extraversion, neuroticism, attachment style and fear of missing out as predictors of social media use and addiction. *Personality and Individual Differences*, 116, 69-72. <https://doi.org/https://psycnet.apa.org/doi/10.1016/j.paid.2017.04.039>
- Browne, M. W., & Cudeck, R. (1992). Alternative Ways of Assessing Model Fit. *Sociological Methods & Research*, 21(2), 29-58. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/0049124192021002005>
- Casale, S., Rugai, L., & Fioravanti, G. (2018). Exploring the role of positive metacognitions in explaining the association between the fear of missing out and social media addiction. *Addictive Behaviors*, 85, 83-87. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2018.05.020>
- Catedrilla, J., Limpin, L., Ebarido, R., Cuesta, J., Ching, M. R., Leano, C., & Trapero, H. A. (2020). Loneliness, boredom and information anxiety on problematic use of social media during the COVID-19 pandemic. *28th International Conference on Computers in Education*. Taiwan: Department of Foreign Languages and Literature at Asia University.
- Chunduru, A. P. (2014). Social Media Addiction. *Engineering for World (2013-2013)*, 1-15. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.13140/2.1.2578.9448>

- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences*. Routledge. <https://doi.org/https://doi.org/10.4324/9780203771587>
- Creswell, J. W. (2016). *Araştırma Deseni: Nitel, Nicel ve Karma Yöntem Yaklaşımları*. Eğiten Kitap.
- David, M. E., Roberts, J. A., & Christenson, B. (2017). Too much of a good thing: Investigating the association between actual smartphone use and individual well-being. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 34(3), 265-275. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1080/10447318.2017.1349250>
- Dempsey, A., O'Brien, K., Tihamiyu, M., & Elhai, J. (2019). Fear of missing out (FoMO) and rumination mediate relations between social anxiety and problematic Facebook use. *Addictive Behaviors Reports*, 9(100150). <https://doi.org/https://doi.org/10.1016%2Fj.abrep.2018.100150>
- Dhir, A., Yossiri, Y., Puneet, K., & Sufen, C. (2018). Online social media fatigue and psychological well-being—A study of compulsive use, fear of missing out, fatigue, anxiety and depression. *International Journal of Information Management*, 40, 141-152. <https://doi.org/https://psycnet.apa.org/doi/10.1016/j.ijinfomgt.2018.01.012>
- Duygun, S., Turkak, V., Cöhce, E., & Balcı, R. Ç. (2022). Lise öğrencilerinde boş zaman can sıkıntısının sosyal medya bağımlılığı üzerindeki etkilerinin incelenmesi. *Anadolu Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 1(1), 106-119. <https://doi.org/https://anadolusosyal.com/index.php/as/article/view/21>
- Eastwood, J. D., Frischen, A., Fenske, M. J., & Smilek, D. (2012). The unengaged mind: Defining boredom in terms of attention. *Perspectives on Psychological Science*, 7(5), 482-495. <https://doi.org/https://psycnet.apa.org/doi/10.1177/1745691612456044>
- Elhai, J. D., Levine, J. C., Alghraibeh, A. M., Alafnan, A. A., Aldraiweesh, A. A., & Hall, B. J. (2018). Fear of missing out: Testing relationships with negative affectivity, online social engagement, and problematic smartphone use. *Computers in Human Behavior*, 89, 289-298. <https://doi.org/https://psycnet.apa.org/doi/10.1016/j.chb.2018.08.020>
- Eşer, A. K., & Alkaya, S. A. (2019). Hemşirelik öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık durumu ve gelişmeleri kaçırma korkusunun incelenmesi. *SBÜHD Sağlık Bilimleri Üniversitesi Hemşirelik Dergisi*, 1(1), 27-36.
- Fabris, M. A., Marengo, D., Longobardi, C., & Settanni, M. (2020). Investigating the links between fear of missing out, social media addiction, and emotional symptoms in adolescence: The role of stress associated with neglect and negative reactions on social media. *Addictive Behaviors*, 106364, 1-6. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2020.106364>
- Franchina, V., Abeele, M. V., van Rooij, A., Coco, G., & Marez, L. (2015). Fear of missing out as a predictor of problematic social media use and phubbing behavior among Flemish adolescents. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 15(10), 2319. <https://doi.org/https://doi.org/10.3390%2Fijerph15102319>
- German, D., & Latkin, C. A. (2012). Boredom, depressive symptoms, and HIV risk behaviors among urban injection drug users. *AIDS and Behavior*, 16(8), 2244-2250. <https://doi.org/https://doi.org/10.1007%2Fs10461-012-0247-5>
- Gökler, M. E., Aydın, R., Ünal, E., & Metintaş, S. (2016). Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ölçeğinin Türkçe sürümünün geçerlilik ve güvenilirliğinin değerlendirilmesi. *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 17(Ek.1), 53-59.
- Güner, H., Okan, N., & Kardaş, S. (2021). Kısa Can Sıkıntısı Eğilimi Ölçeğinin Türkçe'ye Uyarlanması ve Psikometrik Yönden İncelenmesi. *Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 53(53), 326-341. <https://doi.org/https://doi.org/10.15285/maruaebd.797235>
- Güney, M., & Taştepe, T. (2020). Ergenlerde sosyal medya kullanımı ve sosyal medya bağımlılığı. *Ankara Sağlık Bilimleri Dergisi*, 9(2), 183-190. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.46971/ausbid.757713>
- Hamutoğlu, N. B., Topal, M., & Gezgin, D. M. (2020). Investigating direct and indirect Effects of social media addiction, social media usage and personality traits on FOMO. *International Journal of Progressive Education*, 16(2), 248-261. <https://doi.org/https://doi.org/10.29329/ijpe.2020.241.17>
- Hetz, P. R., Dawson, C. L., & Cullen, T. A. (2015). Social media use and the fear of missing out (FoMO) while studying abroad. *Journal of Research on Technology in Education*, 47(4), 259-272. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/15391523.2015.1080585>

Holte, A. J., & Ferraro, R. F. (2020). Anxious, bored, and (maybe) missing out: Evaluation of anxiety attachment, boredom proneness, and fear of missing out (FoMO). *Computers in Human Behavior*, 112(106465). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2020.106465>

Hooper, D., Coughlan, J., & Mullen, M. (2008). Structural equation modelling: Guidelines for determining model fit. *Electronic Journal of Business Research Methods*, 6(1), 53-60. <https://doi.org/https://doi.org/10.21427/D7CF7R>

Hoşgör, H., Tütüncü, S. K., Hoşgör, D. G., & Tandoğan, Ö. (2017). Üniversite öğrencileri arasında sosyal medyadaki gelişmeleri kaçırma korkusu yaygınlığının farklı değişkenler açısından incelenmesi. *International Journal of Academic Value Studies (Iavstudies)*(17), 213-223. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.23929/javs.668>

Kaya, H., Turan, N. K., Hasoğlu, Ö., Güre, Ö., Arslanova, E., & Elmas, G. (2015). Hemşirelik Fakültesi Öğrencilerinin Sosyal Ağ Sitelerini Kullanma Amacı ile İletişim Becerileri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi Hemşirelik Öğrencilerinin Sosyal Ağ Sitelerini Kullanma Amaçları ile İletişim Becerileri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 40, 16-31.

Kline, R. B. (2011). *Principles and practice of structural equation modeling* (3 b.). New York: The Guilford Press.

Koç, E., Ekşi, H., & Demirci, İ. (2018). Kısa Can Sıkıntısı Eğilimi Ölçeğinin psikometrik özelliklerinin incelenmesi. 1. *Uluslararası Eğitimde Yeni Arayışlar Kongresi*. İstanbul.

Koçak, M., & Traş, Z. (2021). Üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı ile sosyal ortamlarda gelişmeleri kaçırma korkusu ve yaşamın anlamı arasındaki yordayıcı ilişkiler. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(3), 1618-1631. <https://doi.org/https://doi.org/10.33206/mjss.893201>

Koçak, M., & Traş, Z. (2021). Üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı ile sosyal ortamlarda gelişmeleri kaçırma korkusu ve yaşamın anlamı arasındaki yordayıcı ilişkiler. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(3), 1618-1631. <https://doi.org/https://doi.org/10.33206/mjss.893201>

Kovan, A., & Ormancı, N. (2021). Üniversite öğrencilerinin sosyal medyadaki gelişmeleri kaçırma korkusu ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişki: COVID-19 pandemi örneği. *Erciyes İletişim Dergisi*, 2, 125-145. <https://doi.org/https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.975976>

Kuss, D. J., & Griffiths, M. D. (2017). Social networking sites and addiction: Ten lessons learned. *International Journal of Environ Res Public Health*, 14(3), 311. <https://doi.org/https://doi.org/10.3390%2Fijerph14030311>

Liang, L., Li, C., Meng, C., Guo, X., Lv, J., & Mei, S. (2022). Psychological distress and internet addiction following the COVID-19 outbreak: Fear of missing out and boredom proneness as mediators. *Archives of Psychiatric Nursing*, 40, 8-14. <https://doi.org/https://psycnet.apa.org/doi/10.1016/j.apnu.2022.03.007>

Lin, C.-H., Lin, S.-L., & Wu, C.-P. (2009). The effects of parental monitoring and leisure boredom on adolescents' Internet addiction. *Internet Addiction Adolescence*, 44(176), 993-1004.

Mains, D. (2008). Neoliberal times: Progress, boredom, and shame among young men in urban Ethiopia. *American Ethnologist*, 34(4), 659-673. <https://doi.org/https://doi.org/10.1525/ae.2007.34.4.659>

MEB. (2023, 3 12). *Milli Eğitim Bakanlığı*. Okullar ve Diğer Kurumlar: <https://www.meb.gov.tr/baglanti/okullar/index.php> adresinden alındı

Oberst, U., Wegmann, E., Stodt, B., Brand, M., & Chamarro, A. (2017). Negative consequences from heavy social networking in adolescents: The mediating role of fear of missing out. *Journal of Adolescence*, 55, 51-60. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2016.12.008>

Öner, B. (2014). *Ergenlerde serbest zamanda sıkılma algısı, internet bağımlılığı ve akademik başarıları arasındaki ilişkinin incelenmesi*. Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Pantic, I. (2014). Online Social Networking and Mental Health. *Cyberpsychol Behav Soc Networking*, 17(10), 652-657. <https://doi.org/https://doi.org/10.1089%2Fcyber.2014.0070>

Pawar, P., & Shah, J. (2019). The relationship between social media addiction, self-esteem, sensation seeking and boredom among college students. *Indian Journal of Mental Health*, 6(4), 333-339. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30877/IJMh.6.4.2019.333-339>

Pekrun, R. (1992). The impact of emotions on learning and achievement: Towards a theory of cognitive/motivational mediators. *Applied Psychology: An International Review*, 41(4), 359-376. <https://doi.org/https://psycnet.apa.org/doi/10.1111/j.1464-0597.1992.tb00712.x>

Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1841-1848. <https://doi.org/https://psycnet.apa.org/doi/10.1016/j.chb.2013.02.014>

Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1841-1848. <https://doi.org/https://psycnet.apa.org/doi/10.1016/j.chb.2013.02.014>

Pundir, V., Devi, E. B., & Nath, V. (2021). Arresting fake news sharing on social media: a theory of planned behavior approach. *Management Research Review*, 44(8), 1108-1138. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/MRR-05-2020-0286>

Roberts, J., & David, M. (2020). The social media party: Fear of missing out (FoMO), social media intensity, connection, and well-being. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 36(4), 386-392. <https://doi.org/https://psycnet.apa.org/doi/10.1080/10447318.2019.1646517>

Roberts, J., & Pirog, S. F. (2013). A preliminary investigation of materialism and impulsiveness as predictors of technological addictions among young adults. *Journal of Behavioral Addictions*, 2(1), 56-62. <https://doi.org/https://doi.org/10.1556/jba.1.2012.011>

Savcı, M., Ercengiz, M., & Aysan, F. (2018). Ergenlerde sosyal medya bozukluğu ölçeğinin Türkçe uyarlaması. *Arch Neuropsychiatry*, 55(3), 248-255. <https://doi.org/https://doi.org/10.5152/npa.2017.19285>

Sepetçi, P., Özdemir, S., & Sever, M. (2021). Canım sıkılıyor! Can sıkıntısı, sosyotizm ve gelişmeleri kaçırma korkusu. *Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(1), 26-36. <https://doi.org/https://doi.org/10.55044/meusbd.962572>

Simon, D., Kriston, L., Loh, A., Spies, C., Scheibler, F., Wills, C., & Härter, M. (2010). Confirmatory factor analysis and recommendations for improvement of the Autonomy-Preference-Index (API). *Health Expectations*, 13(3), 234-243. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/j.1369-7625.2009.00584.x>

Skues, J., Williams, B., Oldmeadow, J., & Wise, L. (2015). The effects of boredom, loneliness, and distress tolerance on problem internet use among university students. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 14(2), 167-180. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1007/s11469-015-9568-8>

Söker, S. (2022). *Geç ergenlik dönemindeki bireylerinde yoksunluk korkusu ile sosyal medya kirliliği arasındaki ilişkide kendiliklerin biçimlendirici rolü*. Işık Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.

Stead, H., & Bibby, P. (2017). Personality, fear of missing out and problematic internet use and their relationship to subjective well-being. *Computers in Human Behavior*(76), 534-540. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.08.016>

Stockdale, L., & Coyne, S. (2020). Bored and online: Reasons for using social media, problematic social networking site use, and behavioral outcomes across the transition from adolescence to emerging adulthood. *Journal of Adolescence*, 79(1), 173-183. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2020.01.010>

Struk, A. A., Carriere, J. S., Cheyne, J. A., & Danckert, J. (2015). A short boredom proneness scale: development and psychometric properties. *Assessment*, 24(3), 346-359. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/107.319.1115609996>

Şengün, H. (2020). İlk ve Ortaokul Öğrencilerine Kent Kültürü ve Kentlilik Bilincinin Kazandırılması Etkinlikleri: Bayburt Örneği. *Kent ve Çevre Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 25-44.

Tabachnick, B. G., & Fidel, L. S. (2013). *Using Multivariate Statistics*. Boston: Pearson Publications.

Tanhan, F., Özkok, H. İ., & Tayız, V. (2022). Fear of Missing Out (FoMO): A current review. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*, 14(1), 74-85. <https://doi.org/https://psycnet.apa.org/doi/10.18863/pgy.942431>

van den Eijnden, R., Lemmens, J. S., & Valkenburg, P. M. (2016). The Social Media Disorder Scale: Validity and psychometric properties. *Computers in Human Behavior*, 61, 478-487. <https://doi.org/https://psycnet.apa.org/doi/10.1016/j.chb.2016.03.038>

Wang, W.-C. (2019). Exploring the relationship among free-time management, leisure boredom, and internet addiction in undergraduates in Taiwan. *Psychological Reports*, 5, 1651-1665. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/0033294118789034>

Wegmann, E., Obsert, U., Stodt, B., & Brand, M. (2017). Online-specific fear of missing out and Internet-use expectancies contribute to symptoms of Internet-communication disorder. *Addictive Behaviors Reports*, 5, 33-42. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.abrep.2017.04.001>

Whelan, E., Islam, A. N., & Brooks, S. (2020). Is boredom proneness related to social media overload and fatigue? A stress-strain-outcome approach. *Internet Research*, 30(3), 769-787. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1108/INTR-03-2019-0112>

Wolniewicz, C. A., Tihamiyu, M. F., Weeks, J. W., & Elhai, J. D. (2018). Problematic smartphone use and relations with negative affect, fear of missing out, and fear of negative and positive evaluation. *Psychiatry Research*, 262, 618-623. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.psychres.2017.09.058>

Wolniewicz, C. A., Rozgonjuk, D., & Elhai, J. D. (2019). Boredom proneness and fear of missing out mediate relations between depression and anxiety with problematic smartphone use. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2, 61-70. <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/hbe2.159>

Wolniewicz, C. A., Rozgonjuk, D., & Elhai, J. D. (2020). Boredom proneness and fear of missing out mediate relations between depression and anxiety with problematic smartphone use. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2, 61-70. <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/hbe2.159>

Yazıcıoğlu, Y., & Erdoğan, S. (2014). *SPSS uygulamalı bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Detay Yayıncılık.

Yeşilay. (2023, Mart 29). *Ergenler sosyal medya bağımlılığında risk grubunda*. Ergenler sosyal medya bağımlılığında risk grubunda. <https://www.yesilay.org.tr/tr/makaleler/ergenler-sosyal-medya-bagimlilikinde-risk-grubunda> adresinden alındı

Zhang, Y.-l., Li, S., & Yu, G.-l. (2020). Fear of missing out and cognitive failures in college students: Mediation effect of mobile phone social media dependence. *Chinese Journal of Clinical Psychology*, 28(1), 67-70+81.

Zhang, Y., Li, S., & Yu, G. (2021). The relationship between social media use and fear of missing out: A meta-analysis. *Acta Psychologica Sinica*, 53(3), 273-290. <https://doi.org/https://psycnet.apa.org/doi/10.3724/SP.J.1041.2021.00273>

Bütünlüğü Bozulmuş Aile Yapısının Eğitime Etkisi: Ortaöğretim Öğrencilerinin Deneyimlerine Göre Bir İnceleme

Taner ATMACA* 
Senem KILIÇ** 

ÖZ

Bu araştırma, bütünlüğü bozulmuş ailelerin bu durumunun ortaöğretim öğrencilerinin eğitim hayatı üzerindeki etkilerini incelemektedir. Yorumlayıcı fenomenoloji yaklaşımıyla gerçekleştirilen araştırmada, 35 öğrenciyle yapılan yarı yapılandırılmış görüşmelerden elde edilen veriler analiz edilmiştir. Bulgular, “Eğitim Hayatı Üzerindeki Etkiler”, “Kişisel Duygular ve Başa Çıkma Yolları” ve “Gelecek Perspektifi ve Öneriler” olmak üzere üç ana tema altında toplanmıştır. “Eğitim Hayatı Üzerindeki Etkiler” teması, aile içi sorunların öğrencilerin akademik performansını düşürdüğü, derslere konsantrasyon ve okula devamlılığını azalttığı ve sosyal ilişkilerini olumsuz etkilediği bulgularını içermektedir. “Kişisel Duygular ve Başa Çıkma Yolları” teması, öğrencilerin yaşadıkları duygusal zorluklar ve bu zorluklarla başa çıkma stratejilerine odaklanmaktadır. “Gelecek Perspektifi ve Öneriler” teması ise, öğrencilerin geleceğe dair hedefleri ve bu zorluklara yönelik önerileri ile ilgilidir. Araştırma, aile yapısındaki değişikliklerin öğrencilerin eğitim hayatlarına derin ve çok yönlü etkileri olduğunu ve bu öğrencilere yönelik destek sistemlerinin ve müdahalelerinin önemini vurgulamaktadır. Özellikle bu tür öğrenciler için okullarda rehber öğretmenlerin varlığı, öğrencilere birebir destek sağlanmasının gerekliliği ve öğretmenlerin empatik yaklaşım sergilemeleri oldukça önemlidir.

Anahtar Kelimeler: Bütünlüğü Bozulmuş Aileler, Ortaöğretim, Parçalanmış Aileler.

The Effect of Disintegrated Family Structure on Education: An Investigation According to the Experiences of Secondary School Students

ABSTRACT

This study analyses the impact of family disintegration on the educational life of secondary school students. The study, which was conducted using an interpretive phenomenological approach, analysed data from semi-structured interviews with 35 students. The results were analysed under three main themes “Impact on Educational Life”, “Personal Feelings and Ways of Coping” and “Future Perspectives and Suggestions”. The theme of “Impact on Educational Life” includes the findings that domestic problems reduce students’ academic performance, decrease their concentration and school attendance, and negatively affect their social relationships. The theme of “Personal Feelings and Ways of Coping” focuses on the emotional difficulties experienced by students and their coping strategies. The theme of “Future Perspectives and Suggestions” relates to students’ goals for the future and their aspirations for these difficulties. The research emphasises that changes in family structure have a profound and multifaceted impact on students’ educational lives and the importance of support systems and interventions for these students. Especially for such students, the presence of counsellors in schools, the necessity of providing one-to-one support to students and the empathic approach of teachers are very important.

Keywords: Broken Families, Disintegrated Families, High School.

1. Giriş

Günümüz toplumunda aile yapısında meydana gelen değişimler, özellikle boşanma oranlarındaki artış, ebeveynler arasındaki çatışmalar ve ekonomik zorluklar gibi faktörler, aile bütünlüğünün bozulmasına neden olabilmekte ve bu durum doğrudan çocukların ve gençlerin eğitim hayatını etkileyebilmektedir

* **Corresponding Author/Sorumlu Yazar**, Doç. Dr./Assoc. Prof. Dr., Düzce Üniversitesi, Düzce, Türkiye/ Düzce University, Düzce, Türkiye, taneratmaca@duzce.edu.tr

** Yüksek Lisans Öğrencisi/Grad.Stud., Düzce Üniversitesi, Düzce, Türkiye/ Düzce University, Düzce, Türkiye, senemkiliic@gmail.com

Makale Gönderim ve Kabul Tarihleri/Article Submission and Acceptance Dates: 15.04.2024-02.07.2024

Citation/Atf: Atmaca, T., Kılıç, S. (2024). Bütünlüğü bozulmuş aile yapısının eğitime etkisi: ortaöğretim öğrencilerinin deneyimlerine göre bir inceleme. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 54, 159-174. <https://doi.org/10.52642/susbed.1468464>



(Amato, 2001; Jaynes, 2002). Çeşitli araştırmalar, bütünlüğü bozulmuş aile yapısının çocukların akademik başarısı, okula devamlılığı, eğitim motivasyonu ve sosyal ilişkileri üzerinde olumsuz etkilere sahip olduğunu göstermiştir. Örneğin, Amato (2001) tarafından yapılan bir meta-analiz çalışması, boşanmış ailelerden gelen çocukların, tam aile yapısına sahip akranlarına kıyasla akademik başarıda ve okul devamlılığında daha düşük performans gösterdiğini ortaya koymuştur. Benzer şekilde Jaynes (2002), bütünlüğü bozulmuş aile yapısının çocukların okul başarısını negatif yönde etkilediğini ve bu öğrencilerin okulda daha fazla davranışsal problem yaşadığını kanıtlamaktadır. Şentürk'ün (2012) çalışmasındaki bulgular ise okul çağındayken ailesinin bütünlüğü bozulmuş çocukların başarı için gerekli motivasyonu elde edemediğini ortaya koymaktadır.

Üreyen & Ünal'ın (2022) yaptıkları güncel çalışmada bütünlüğü bozulmuş aile çocuklarının okullarda tam anlamıyla rehberlik hizmeti alamadıklarına; davranışsal, akademik ve sosyal pek çok sorunu deneyimlediklerine dair güncel kanıtlar bulunmaktadır. Herdem & Bozgeyikli'ye (2013) göre ilköğretim çağındaki çocuklarda bütünlüğü bozulmuş aileye mensup olanlar, bütünlüğü bozulmamış ailelere mensup çocuklara göre rehberlik hizmetlerine anlamlı şekilde daha fazla ihtiyaç duymaktadır. Benzer şekilde, farklı bir güncel araştırma olan Bayındır'ın (2023) bulguları, parçalanmış aile çocuklarının yaşadığı sorunlar arasında ebeveynlerin hangisi ile akademik ilişki kurması gerektiği konusundaki yaşadıkları ikilem, dikkat dağınıklığı, disiplinsiz davranışlar ve aile kavramına karşı aşırı hassasiyetin ortaya çıktığını göstermektedir. Bazı öğretmenlerin görüşlerine göre ise huzursuz aile ortamında büyüyen çocuklar ebeveynlerinin ayrılmasına sıcak baksa da bunu kabullenmekte de zorlanmaktadırlar (Korkmaz, 2023). Bütünlüğü bozulmuş ailelerde yetişen çocuklarda uzun vadeli olumsuz etkiler kendini daha çok göstermektedir. Lipwicz vd. (2023), bu türden bir aile yapısında büyümenin, çocuklarda daha iyi eğitim alma şansını azalttığı gibi yetişkinlik döneminde yaşam memnuniyetini düşürdüğünü ileri sürmektedir. Ploeg'in (2002) çalışmasındaki bulgular, aile geliri farklılıklarının, bütünlüğü bozulmuş ailelerden gelen öğrenciler ile bütünlüğü bozulmamış ailelerden gelen öğrenciler arasındaki eğitim eşitsizliklerinin çoğunu açıklamaktadır. Bütünlüğü bozulmuş ailelerden gelen öğrencilerin, çeşitli karşılıksız maddi destekler alsalar bile diğer akranlarına göre üniversiteye devam etme ve üniversiteyi tamamlama olasılıklarının önemli ölçüde daha düşük olduğunu göstermektedir.

Farklı ve güncel bir araştırma ise Kalmijn'e (2023) aittir ve bu araştırmadaki bulgular, okuldaki öğrencilerin eğer büyük kısmı parçalanmış ailelere mensupsa, bu öğrencilerin daha düşük okuma testi puanlarına sahip olduğunu, okulda daha zayıf davranışlar sergilediğini ve okul dışında daha fazla sorunlu davranışa sahip olduğunu göstermektedir. Chen ve Kaplan (1999), bireylerin sağlam aile yapısında büyümesinin, erken dönemlerden itibaren olumlu okul deneyimleri oluşturduğunu ve bu durumun öğrencilerin yükseköğretime devam etmesini teşvik ettiğini kanıtlamaktadır. Hetherington & Kelly (2002) tarafından yapılan araştırmalar, boşanmanın çocuklar üzerinde kısa vadeli olumsuz etkilerinin yanı sıra, uzun vadede de sosyal ve duygusal gelişim üzerinde derin etkiler bırakabileceğini belirtmiştir. Bu araştırmanın temel bulguları, boşanmış aile çocuklarının yetişkinlik dönemlerinde ilişkiler kurma ve sürdürmede zorluklar yaşayabileceğini öne sürmektedir. Nieczuja-Dwojacka vd. (2023), ekonomik zorlukların aile yapısının bozulmasının ötesinde, çocukların eğitim ve gelişimine doğrudan etki edebileceğini göstermiştir. Bu araştırmacılara göre, düşük gelirli ve tek ebeveynli ailelerin çocuklarının, eğitimde daha düşük başarı ve okuldan erken ayrılma oranlarına sahiptir. Masten & Coatsworth (1998) tarafından yapılan araştırma, zorluklarla başa çıkabilme yeteneğinin ve dayanıklılığın, risk altındaki çocukların uzun vadeli gelişiminde kritik rol oynadığını vurgulamaktadır. Araştırmacılar, güçlü sosyal destek sistemlerinin ve olumlu yetişkin rol modellerinin varlığının, bu çocukların zorluklarla başa çıkma becerilerini geliştirmede ve yaşamın ilerleyen dönemlerinde başarılı ve tatmin edici ilişkiler kurmada önemli olduğunu belirtmektedirler. Ailelerin bütünlüğünün bozulmasının çocukların eğitim hayatı üzerindeki literatüre yansıyan çeşitli etkileri Tablo 1'deki gibi ifade edilebilir:

Tablo 1. Aile Bütünlüğünün Bozulmasının Çocukların Eğitim Hayatına Çeşitli Etkileri

Etki	Açıklama	Kaynak
Düşük Akademik Performans	Parçalanmış ailelerden gelen çocuklar, muhtemelen evdeki destek ve istikrar eksikliği nedeniyle, genellikle daha düşük akademik performans gösterirler.	Ploeg (2002)
Azalan Okul Bağlılığı	Bu çocuklar arasında okul faaliyetlerine katılım ve akademik uğraşlara ilgi daha düşük olma eğilimindedir.	Chen & Kaplan (1999)
Davranış Sorunları	Bozulmuş aile yapıları çocuklarda davranış sorunlarına yol açabilir ve bu da okuldaki öğrenmelerini ve sosyal etkileşimlerini etkiler.	Amato & Cheadle, (2008), Xerxxa vd., 1999
Daha Düşük Eğitim Hedefleri	İki ebeveynli bir yapının yokluğu, çocukların eğitimlerine ilişkin istek ve beklentilerini etkileyebilir	McLanahan & Sandefur (1994)
Konsantrasyon Güçlüğü	Ailedeki aksaklıklardan kaynaklanan duygusal ve psikolojik zorluklar, çocukların konsantre olma ve akademik performans gösterme becerilerini engelleyebilir.	Hetherington & Kelly, 2002
Artan Sorumluluk ve Stres	Ailedeki aksaklıklar nedeniyle genç yaşta daha fazla sorumluluk üstlenmek stresin artmasına yol açarak eğitim sonuçlarını daha da etkileyebilir	Lange vd., 2022
Bilişsel ve Dil Gelişimi Üzerindeki Etkisi	Sağlıklı bir ev ortamı, çocukların bilişsel ve dil gelişimi için çok önemlidir ve bu alanlar parçalanmış ailelerin çocuklarında olumsuz etkilenebilir.	Carlson & Corcoran, 2001

Kaynak: Yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

Tabloda belirtilen bu hususlar, aile içi sorunların ve bütünlüğün ortadan kalkmasının çocukların eğitim hayatları üzerindeki olumsuz etkilerini içermektedir. Tersten düşünülecek olursa da aile yapısının istikrarı ile çocukların akademik başarısı ve refahı arasındaki hayati ilişkinin altı çizilmektedir. Parçalanmış ya da bütünlüğü bozulmuş aileler genellikle bir çocuğun akademik performansı ve okul faaliyetlerine katılımı için çok önemli olan tutarlılık ve destekten yoksundur. Bu destek eksikliği sadece maddi kaynaklarla ilgili olmayıp, aynı zamanda elverişli bir öğrenme ortamını teşvik etmek için temel olan duygusal ve psikolojik istikrarı da içermektedir.

Literatür, istikrarlı ve sağlam ailelerden gelen çocukların, kısmen daha destekleyici ve ilgi çekici bir ev ortamı nedeniyle, daha olumlu okul deneyimlerine ve daha yüksek eğitim hedeflerine sahip olma eğiliminde olduğunu göstermektedir (Dam, 2008; Keçeli-Kaysılı, 2008). Bu katılım ve destek, bir çocuğun gelişim yıllarında çok önemlidir ve yalnızca akademik sonuçları değil, aynı zamanda sosyal entegrasyonu ve davranış kalıplarını da etkiler. Bütünlüğü bozulmuş ailelerden gelen çocuklarda sıklıkla görülen davranış sorunları ve okulda karşılaşılan zorluklar, onları akranlarından ve eğitimcilerinden daha da uzaklaştırarak bir kopma ve akademik mücadele döngüsü yaratabilir (Alkan, 2014; Apaydın & Gebizli, 2017; Şahbaz, 2020; Şatır, 2023). Dahası, bu tür deneyimleri olan çocuklara yüklenen stres ve artan sorumluluklar, öğrencilerin konsantre olma yetenekleri üzerinde derin etkilere sahip olabilir ve akademik ve bilişsel gelişimlerini daha da engelleyebilir. Bu faktörlerin bir araya gelmesi genellikle okulu bırakma riskinin artmasına yol açarak uzun vadeli sosyo-ekonomik dezavantajlara zemin hazırlamaktadır (Aküzüm vd., 2015; Çakır & Çolak, 2019; Ryan vd., 2015). Bu bağlamda, aile yapısındaki bozulmaların öğrencilerin eğitim hayatı üzerindeki etkileri çok yönlü ve karmaşık bir yapıya sahiptir (Alkan, 2018; Aslan, 2002). Aile içi çatışmalar, ekonomik sıkıntılar ve boşanma gibi faktörlerin, çocukların akademik başarısı, sosyal ilişkileri ve genel refahı üzerinde doğrudan ve dolaylı yollarla etkili olduğu anlaşılmaktadır. Bu nedenle, aile yapısındaki değişikliklerin çocukların eğitim hayatına olan etkilerini anlamak, bu öğrencilere yönelik destek sistemlerinin ve müdahalelerinin geliştirilmesinde kritik derecede önemlidir.

Günümüz toplumunda aile yapısının hızlı değişimi, özellikle boşanma oranlarının artması ve ekonomik zorluklar gibi faktörlerin çocukların eğitim hayatını nasıl etkilediğine dair geniş bir literatür bulunmaktadır (Erdim & Ergün, 2016; Öngider, 2013). Ancak mevcut çalışmalar genellikle bütünlüğü bozulmuş aile yapısının çocuklar üzerindeki genel etkilerine öğretmenlerin deneyimleri ve gözlemleri üzerinden odaklanmakta, ortaöğretim öğrencilerinin bu durumdan nasıl etkilendiğine dair derinlemesine bir inceleme yapmamaktadır. Özellikle, öğrencilerin kendi deneyimleri üzerinden yapılan detaylı analizlere ihtiyaç vardır. Bu eksiklik, öğrencilerin akademik başarısı, okula devamlılığı, eğitim motivasyonu ve sosyal ilişkiler üzerindeki spesifik etkilerin daha iyi anlaşılmasını engellemektedir.

Bu araştırma, literatürdeki bu boşluğu doldurmayı amaçlamakta ve ortaöğretim öğrencilerinin, bütünlüğü bozulmuş aile yapısının eğitim hayatları üzerindeki etkilerine ilişkin deneyimlerini detaylı bir şekilde incelemektedir. Araştırmanın ana ekseninin ortaöğretimdeki öğrencilerin kendi perspektiflerinden

elde edilen bilgiler üzerine kurulu olması ve böylece konuya daha önce ele alınmamış bir derinlik ve anlayış katması özgün yönlerinden biri olarak nitelenebilir. Bu yaklaşım, tüm öğretmenler başta olmak üzere daha da özelden rehber öğretmenlerin ve eğitim politikası yapımcılarının, bütünlüğü bozulmuş ailelerden gelen öğrencilere nasıl daha iyi destek olabilecekleri konusunda daha bilinçli kararlar almasına yardımcı olabilir.

Araştırmada aşağıda oluşturulan alt problemlere cevap aranmıştır:

- Bütünlüğü bozulmuş ailelerin bu durumu ortaöğretim öğrencilerinin eğitim hayatlarına nasıl yansımaktadır ve öğrenciler bu süreci nasıl deneyimlemektedir?
- Ortaöğretim öğrencileri içinde bulunmuş oldukları bu zorlu süreçle nasıl başa çıkmaktadır?
- İçinde buldukları bu durum karşısında ortaöğretim öğrencileri gelecek için nasıl bir perspektif belirlemektedir ve beklentileri nelerdir?

2. Yöntem

2.1. Araştırmanın Modeli

Bu araştırma, nitel metodoloji geleneği içinde yer alan yorumlayıcı fenomenoloji modeli ile gerçekleştirilmiştir. Fenomenoloji, bireylerin yaşadıkları deneyimlere ve bu deneyimlerin özüne, bireylerin bu deneyime yükledikleri anlama odaklanmaktadır (Creswell, 2018). Aynı zamanda fenomenoloji modelindeki araştırmalar belirli bir olguya karşı bireylerin algı ve tepkilerini de konu edinmektedir (Frankel, 2012). Yorumlayıcı fenomenoloji modelinde ise bireylerin deneyimlerin ne anlama geldiği hakkında yorum yapmaktadır (Yalçın, 2022). Aile bütünlüğünün bozulmasını deneyimleyen ve bu deneyimin eğitim hayatına yansımalarını yaşayan ortaöğretim öğrencilerinin bu deneyimlere yükledikleri anlamı ortaya çıkarmak bu araştırmanın özünü oluşturduğu için yorumlayıcı fenomenoloji modeli tercih edilmiştir.

2.2. Çalışma Grubu

Araştırmanın çalışma grubunu ortaöğretim kademesinde öğrenci olan toplam 35 kişi oluşturmaktadır. Çalışma grubuna ait demografik veriler Tablo 2'de sunulmuştur.

Tablo 2. Çalışma Grubunun Demografik Bilgileri

Kod	Cinsiyet	Sınıf	Yaş	Kardeş Sayısı	Kimle Yaşıyor?	Aile Bütünlüğünün Bozulma Zamanı
Ö1	Erkek	10	15	1	Anne	12 Yıl Önce
Ö2	Erkek	12	17	2	Baba	1 Yıl Önce
Ö3	Kadın	9	14	Tek Çocuk	Anneanne	10 Yıl Önce
Ö4	Kadın	11	16	7	Anne	3 Yıl Önce
Ö5	Kadın	9	16	3 (2'si üvey)	Baba+Üvey Anne	8 Yıl Önce
Ö6	Kadın	12	17	3	Anne	3 Yıl Önce
Ö7	Kadın	12	17	3	Anne	10 Yıl Önce
Ö8	Kadın	10	16	3	Sevgi Evinde	8 Yıl Önce
Ö9	Kadın	9	15	5	Anne	1 yıl Önce
Ö10	Kadın	9	14	4 (2'si üvey)	Babaanne	9 Yıl Önce
Ö11	Kadın	10	16	6	Baba	3 Yıl Önce
Ö12	Kadın	9	14	3	Anne	3 Yıl Önce
Ö13	Kadın	9	14	3	Anneanne	1 Yıl Önce
Ö14	Kadın	10	16	5	Anneanne	6 Yıl Önce
Ö15	Kadın	10	18	4	Anne	2 Yıl Önce
Ö16	Kadın	12	17	2	Anne	2 Yıl Önce
Ö17	Kadın	10	15	2	Babaanne	14 yıl Önce
Ö18	Kadın	10	15	4 (1'i üvey)	Baba	8 Yıl Önce
Ö19	Kadın	9	14	2	Anne	5 Yıl Önce
Ö20	Kadın	9	14	3	Babaanne	2 Yıl Önce
Ö21	Kadın	12	17	5	Anne	4 Yıl Önce
Ö22	Kadın	12	17	2	Baba	5 yıl Önce
Ö23	Kadın	9	15	5	Anne	1 Yıl Önce
Ö24	Kadın	12	16	1	Anne	1 Yıl Önce
Ö25	Kadın	12	17	7	Abla	1 Yıl Önce
Ö26	Kadın	11	16	3	Sevgi Evinde	11 Yıl Önce
Ö27	Kadın	9	14	3	Anne	3 Yıl Önce

Ö28	Kadın	11	17	4	Baba	14 Yıl Önce
Ö29	Kadın	10	16	6 (3'ü üvey)	Koruyucu ailede	10 Yıl Önce
Ö30	Kadın	11	16	2	Anne	5 Yıl Önce
Ö31	Kadın	9	14	Tek Çocuk	Baba	10 Yıl Önce
Ö32	Kadın	9	14	4	Baba	1 Yıl Önce
Ö33	Kadın	9	17	2	Anneanne	11 Yıl Önce
Ö34	Erkek	11	17	2	Anne	6 Yıl Önce
Ö35	Kadın	12	17	1	Baba-Babaanne	15 Yıl Önce

Çalışma grubunun 3'ü erkek, 32'si kadın öğrencidir. Öğrencilerin 13 tanesi 9. sınıfta, 8 tanesi 10. sınıfta, 5 tanesi 11. sınıfta ve 9 tanesi de 12. sınıftadır. Araştırmaya katılan öğrencilerin yaş ortalaması 15,7'dir. 2 öğrencinin hiç kardeşi yokken 4 öğrencinin bir kardeşi, 8 öğrencinin iki kardeşi, geriye kalan 25 öğrencinin ise üç ve üçten fazla kardeşi vardır. 3 öğrencinin ise ayrıca üvey kardeşleri bulunmaktadır. 9 öğrenci babası ile yaşarken 3 öğrenci babaanesi ile, 4 öğrenci anneanesi ile, 2 öğrenci sevgi evinde, 1 öğrenci ablasının yanında, 1 öğrenci koruyucu aile yanında ve 15 öğrenci de annesi ile yaşamaktadır. Öğrencilerin aile bütünlüğünün bozulma zamanı 1 yıl ile 15 yıl arasında değişkenlik göstermektedir.

2.3. Veri Toplama Aracı

Araştırmanın verileri yarı yapılandırılmış görüşme formu ile toplanmıştır. Öğrencilere ana soru ve sondaj sorularla birlikte toplamda 7 soru yöneltilmiştir. Sorular, literatürde yer alan bilgiler doğrultusunda hazırlanmış, eğitim bilimleri uzmanlarından görüş alınmış ve nihai hali verilmiştir. Örnek bazı sorular arasında “Ailenizin içinde bulunduğu durum, okul hayatınızı nasıl etkiledi? Öğrenme motivasyonunuzda bir değişiklik oldu mu? Neden?” “Bu süreçte en çok neyle mücadele ettiniz ve bu durumla başa çıkmak için hangi yöntemlere başvurduunuz?” “Öğretmenleriniz veya okul yönetimi tarafından durumunuzla ilgili herhangi bir destek veya anlayış gördünüz mü? [Evet ise] nasıl gerçekleşti? Bu destek sizin için yeterli miydi? Neden?” şeklinde ifadeler yer almaktadır.

2.4. Verilerin Toplanması ve Analizi

Araştırmanın verileri toplanmadan önce Düzce Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etik Kurulu'ndan (25.03.2024 tarihli ve 416836 sayılı) etik izin alınmıştır. Daha sonra ise Düzce ilinde iki ayrı meslek lisesinde eğitim gören öğrencilerden veriler alınmıştır. Araştırmanın verileri okul yönetimlerinin bilgisi ve izni dahilinde ve önceden veli onamları alınarak, okullarda rehber öğretmenler gözetiminde yüz yüze toplanmıştır. Veriler toplanmadan önce öğrencilere araştırmanın içeriğinden söz edilmiş, gönüllü olarak katılmak isteyenlerle görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Öğrencilerin kişisel bilgilerinin anonim şekilde araştırmada kullanılacağına dair her birine güvence verilmiştir ve araştırmanın herhangi bir anında vazgeçmek istemeleri halinde sorulara cevap vermeyi bırakabilecekleri belirtilmiştir. Veriler 2023-2024 eğitim-öğretim yılı bahar döneminde toplanmıştır ve MAXQDA programı yardımıyla betimsel analiz tekniği ile çözümlenmiştir. Araştırmanın geçerliğini ve güvenilirliğini artırmak için de bazı önlemler alınmıştır. Bunlar arasında, verilerin öğrencilerin kendilerini güvende hissedeceği ve kendilerini iyi ifade edeceği ortamlarda (rehber öğretmen gözetiminde) toplanması, ses kaydı alınmasına izin veren öğrencilere deşifreler yeniden okutulmuş ve eklemek-çıkarmak istediği yerlere belirtmeleri istenmiştir. Diğer bir önlem olarak da uzman desteği (rehber öğretmenlerden) alınmıştır. Araştırmacılar, veri toplama sürecinde öğrencilerin olumsuz etkilenmemesi için rehber öğretmenlerin uzmanlığından yararlanmışlardır.

3. Bulgular

Araştırmanın verilerinden hareketle “Eğitim Hayatı Üzerindeki Etkiler”, “Kişisel Duygular ve Başa Çıkma Yolları”, “Gelecek Perspektifi ve Öneriler” olmak üzere üç tema belirlenmiştir.

3.1. Tema 1: Eğitim Hayatı Üzerindeki Etkiler

Araştırma bulguları, aile içinde meydana gelen uyuşmazlıkların, boşanma veya ayrılıkların öğrencilerin derslere olan konsantrasyonunu zayıflattığını, akademik performanslarını düşürdüğünü ve okula devam etmelerini engellediğini açıkça göstermektedir. Bu durumun etkisi sadece öğrencilerin akademik notları üzerinde sınırlı kalmayıp, aynı zamanda sınıf içindeki etkileşimleri ve arkadaşlarıyla olan sosyal ilişkileri

üzerinde de derinden izler oluşturmaktadır. Örneğin Ö4'ün “İlk zamanlar ders yapamadım. Sürekli [ailemin bu durumu] aklıma geliyordu ve sürekli üzülüp ağlıyordum. Zamanla azaldı ve tam olarak olmasa da eskiye dönebildim.” ifadesi bu durumu yansıtmaktadır. Bu ifade, öğrencinin başlangıçta ders çalışma kapasitesinin, aile içi sorunların psikolojik yükü altında önemli ölçüde azaldığını göstermektedir. Zamanla, öğrencinin bu zorluklarla başa çıkma becerisi gelişmiş ve belirli bir düzeye kadar akademik performansında bir toparlanma gözlemlenmiş olsa da bu sürecin tam bir iyileşmeyle sonuçlanmadığı anlaşılmaktadır. Bu ifade, ailevi çatışmaların ve bozulmaların, öğrencilerin eğitim hayatları üzerinde kalıcı ve derin etkiler bırakabileceğini göstermektedir.

Farklı bir ifade ise Ö2'ye aittir. “Okul hayatımı olumsuz etkiledi, devamsızlık yapmama neden oldu, ders notlarım kötüleşti. Okula odaklanmakta zorlandım. Motivasyonum olumsuz etkilendi. Ayrılmadan önceki tartışmaları ve ayrılmaları kötü etkiledi” şeklinde belirtilen ifade bütünlüğü bozulan aile yapısının öğrencilerin okul hayatına etkilerini göstermektedir. Diğer önemli bir ifade ise Ö7'nindir. “[Ailemin bu durumunun] Olumsuz yönde etkilediğini düşünüyorum. Daha dördüncü sınıftayken ayrılmışlardı. Bu ayrılık [beni] içine kapandırıyor. Okulun yarısında [yarı döneminde okul değişimine gönderme yapıyor] başka bir okul, başka bir sınıf ve başka arkadaşlar... İnsan kendini oraya ait hissetmiyor. Çekiniyor ve yabancı hissediyor. Benim için kötüydü. Herkes birbiriyile kaynaşmıştı. Sonradan geldiğim için okul hayatım içime kapanık geçti.” Ailesinin ayrılması sonucu yaşadığı zorlukları detaylandıran Ö7, bu durumun kendisini nasıl içine kapatan bir bireye dönüştürdüğünü, yeni okul ve arkadaş çevresine uyum sağlamakta yaşadığı güçlükleri belirtmektedir. Ö7'nin deneyimi, aile bütünlüğünün bozulmasının, öğrencilerin kendilerini ait hissetmeleri, sosyal olarak uyum sağlamaları ve okul ortamında kendilerini güvende ve kabul edilmiş hissetmeleri üzerindeki etkilerini göstermektedir. Ö7'nin ifadesinden çıkarılabilecek önemli noktalar, aile ayrılıklarının ötesinde, öğrencilerin eğitim hayatındaki geçiş dönemlerinde karşılaştıkları ek zorlukları da içermektedir. Okul değiştirmek ve yeni bir sosyal çevreye girmek, zaten hassas bir dönemde olan bir öğrenci için ekstra stres faktörleri olabilir. Bu durum, özellikle öğrenci zaten aile içindeki stres ve çatışmalarla baş etmeye çalışırken daha da belirginleşmektedir. Ö7'nin “Herkes birbiriyile kaynaşmıştı. Sonradan geldiğim için okul hayatım içime kapanık geçti.” ifadesi, bu tür durumların öğrenciler üzerinde uzun vadeli sosyal ve psikolojik etkiler yaratabileceğinin altını çizmektedir.

Aile bütünlüğünün ortadan kalkması öğrencilerin sadece akademik yaşantılarına değil, aynı zamanda okul içindeki sosyal ilişkilerine etki etmektedir. Örneğin “Arkadaşlarım ile konuşamıyordum. Onların başka birine deme korkusu yüzünden. Onlara anlatsam beni dışlarlar diye düşündüm (Ö8)” ifadesi bu durumu yansıtmaktadır. Ö8'in arkadaşlarıyla duygusal ve kişisel konuları paylaşmaktan çekindiği, çünkü bu bilgilerin başkalarına aktarılacağından ve bunun sonucunda sosyal dışlanma yaşayacağından endişe ettiği görülmektedir. Bu durum, aile içi sorunların çocukların ve gençlerin sosyal etkileşimlerine ve arkadaşlık ilişkilerine nasıl zarar verebileceğinin altını çizmektedir. Ayrıca Ö8'in “Onlara anlatsam beni dışlarlar diye düşündüm.” ifadesi, ailevi meselelerin açığa çıkmasının potansiyel sosyal sonuçları hakkında bir endişeyi yansıtmakta ve bu tür durumların gençlerin sosyal çevrelerinde kendilerini izole ve yalnız hissetmelerine neden olabileceğini göstermektedir.

Farklı ve daha kapsamlı bir etkiyi Ö14'ün “Derslerimde geri kaldım. Birkaç hafta okula gelemedim. Kadın sığınma evine gittik. Ailem babamla kavgaya ettikten sonra. Bu yüzden pek okula gidemedim. Zaten kadın sığınma evinde 4-5 tane adres değiştirdik. Farklı şehirlere gittiğim için de derslerime odaklanamadım. 3-4 adet okul değiştirdim. Arkadaş çevrem ve öğretmenlerime alışmadan okul değiştiriyordum. Bu yüzden sınavlarım da o yıl düşüklük oldu” sözlerinde görmek mümkündür. Bu ifade, aile içi çatışmanın sonucu olarak kadın sığınma evine taşınmanın ve sık sık adres değiştirmenin, öğrencinin okul devamlılığını ve akademik performansını nasıl olumsuz etkilediğini detaylıca sunmaktadır.

Ö14, sadece fiziksel olarak değil, aynı zamanda akademik ve sosyal olarak da sürekli bir belirsizlik içinde yaşamış ve bu da öğrenmeye odaklanmasını zorlaştırmıştır. Ö14'ün bu deneyimi, öğrencinin sık sık okul değiştirmesinin ve yeni sosyal çevrelere adaptasyon sağlamakta yaşadığı güçlüklerin, sınav performansında düşüslere neden olduğunu kanıtlamaktadır. Aile içi şiddetin ve ev değiştirme sürecinin getirdiği psikolojik stres, öğrencinin derslerine konsantre olmasını ve akademik başarı göstermesini engellemiştir. Ayrıca, sürekli değişen sosyal çevreler ve okullar, öğrencinin arkadaş çevresi ve öğretmenleriyle sağlıklı ilişkiler kurmasını da zorlaştırmıştır.

Ö25 ve Ö26'nın deneyimleri ise bu konuda oldukça trajiktir ve yaşanan travmaları ortaya koymaktadır. Her iki öğrenciye ait ifadeler aşağıda sunulmuştur:

Küçüklüğümden bu yana korkarak büyüdüm ve bu özgüven düşüklüğüne neden oldu. Bu da çevremdeki insanlarla iletişimimde cevap verirken yanlış cevap, yanlış yapma korkusu, okula gidememe, nasıl olsa kendimi ifade edemiyor, derslere katılamıyorum, bir şey bilmiyorum düşünmeme sebep oldu. (Ö25)

Ailemin durumu, öz babam tarafından 4 yaşımıdayken bana tacizde bulunması sebebiyle başladı. Bu durumu kreş öğretmenime söyledim ve aile zeminimde çatlaklar başladı. 6 yaşından sonraki bütün hayatım boyunca da yaşadığım olaylar dün gibiydi ve aşırı derecede okul hayatımı etkiledi. Geceleri hala uyuyamıyorum, bu yüzden okula çok yorgun ve uykusuz gidiyorum. Ders anlatılırken bile dikkatim çok dağınıyor. Odaklanamadığım için derslerde çok başarılı olamıyorum. (Ö26)

Ö25'in yaşadığı sürekli korku ve özgüven eksikliği, onun çevresiyle olan iletişiminde ve akademik katılımında ciddi engeller ortaya çıkarmıştır. Bu durum, sınıfta sorulan sorulara cevap verirken yapabileceği hatalara dair endişeler, sosyal çekingenlik ve okula gidememe gibi zorluklara yol açmış görünmektedir. Ö26'nın ifadesi ise çocukluk döneminde yaşadığı ciddi bir aile içi travmanın uzun vadeli etkilerini ortaya koymaktadır ve bu travma, onun gece uykularını etkilemiş, bu da okulda yorgunluk ve dikkat dağınıklığına neden olmuş, böylece akademik başarısını olumsuz yönde etkilemiştir. Her iki öğrencinin de ifadeleri, aile içi travmanın çocukların ve gençlerin eğitim sürecinde karşılaştıkları zorlukların, sadece akademik sorunlarla sınırlı kalmadığını, aynı zamanda sosyal ve duygusal zorlukları da içerdiğini göstermektedir. Bu tür deneyimler, bireylerin okulda kendilerini ifade etme ve derslere aktif olarak katılma yeteneklerini sınırlamakta ve genel olarak öğrenme motivasyonlarını düşürmektedir. Öne çıkan farklı bazı görüşler de aşağıda sunulmuştur:

[Ailemin bu durumu] Beni olumsuz etkiledi. Her şey bambaşka olabilirdi. Üniversite okuyup kendi ayaklarımın üzerinde durmayı istiyorum. Üniversitenin bana çok şey kazandıracağı, diksiyon ve kültür açısından da çok fazla şey kazanacağımı düşünüyorum. Ama en önemlisi ve aileme ve kimseye ihtiyacımın kalmaması için üniversite okumayı çok istiyorum. (Ö31)

Sürekli aile kavgaları içinde, bir anne bir baba arasında yıllardır gidip geldim ve bu durumdan dolayı eğitim temelim oluşturmakta güçlük çektim. Sonrasında yaşım ilerledikçe sorumluluğumun farkında olup kendi görevlerimi yerine getirdim. (Ö35)

Ö35'in ifadeleri, aile içi çatışmalara rağmen sorumluluk bilincinin farkına vararak kendi görevlerini yerine getirme çabasını anlatmaktadır. Bu durum, yaşanan zorluklara rağmen kişisel gelişim ve olgunlaşma sürecinin devam ettiğini ve öğrencinin kendini eğitim ve kişisel sorumluluklar konusunda geliştirmeye adanmış olduğunu göstermektedir.

3.2. Tema 2: Kişisel duygular, Sosyal Destek ve Başa Çıkma Yolları

Aile yapısındaki değişimlerin ve zorlukların öğrencilerde yarattığı duygusal dalgalanmalar, korku, özgüven eksikliği, içe kapanıklık gibi duygusal tepkilere yol açabilmektedir. Bu duygusal tepkiler, öğrencilerin sosyal çevreleriyle olan ilişkilerini, akademik performanslarını ve genel yaşam kalitelerini etkileyebilmektedir. Bunlar arasında arkadaşlardan ve öğretmenlerden alınan destek, hobiler ve ilgi alanlarına yönelme, profesyonel yardım arayışı gibi stratejiler yer almaktadır. Ö15'in "Kendi kendimi iyileştirdim diyebilirim. Ben sadece babamın yokluğuyla mücadele ettim. Hala da öyle. Biraz insanlara yanaşmaya çalıştım ama hep tekim. O aklımda. Ayaz Erdoğan'dan "Baba" şarkısı dinliyorum. O iyi geliyor." ifadesi bu bağlamda önemli kabul edilmelidir. Ö15, babasının yokluğuyla mücadele ettiğini ve bu süreçte kendi kendini iyileştirme yoluna gittiğini belirtmektedir. Bu durum, öğrencinin içsel direnç ve öz iyileştirme kapasitesine işaret etmekte; kişisel güçlüklerle başa çıkmak için içsel kaynaklardan yararlanma yeteneğini vurgulamaktadır. Farklı bir çarpıcı deneyim ise Ö26'ya aittir.

En çok kendi aklımla, düşüncelerimle, yalnızlığım ve ilaçlarla mücadele ettim. Bu süreçte bana iyi gelen tek şey kitap okumaktı. Çünkü sadece kitap okurken aklım, kafamın içindekiler, uğultular okurken susuyordu. Kitapta okuduğum karakterlerin düşünceleri, sıkıntıları, hayat mücadelesi oluyor ve yalnız hissetmiyordum. Hatta S. hocam bana her ay 5 kitap alırdı. En sevdiğim şey de bana önerdiği kitapları okuyup onunla tartışmaktı. Ufkumu genişletir ve bunu alışkanlık haline

getirmiştim. Bunun en büyük nedeni 9.sınıftan bu zamana bize kitap alan S. Hoca'dır. Kitap okumak yükümü hafifletiyor ve kendimle bu şekilde mücadele ediyorum (Ö26)

Ö26, yaşamış olduğu içsel karmaşanın yalnızca kitap okurken dindiğini belirtmektedir. Bu da kitapların ona bir nevi zihinsel sakinlik ve düşüncelerinden kaçış imkânı sunduğunu göstermektedir. Kitaplardaki karakterler veya kahramanlar, öğrencinin kendini daha az yalnız hissetmesine olanak tanırken, aynı zamanda ona farklı hayatlar ve bakış açıları hakkında derinlemesine düşünme fırsatı vermektedir. Bu durum, öğrencinin duygusal dünyasında önemli bir destek ve kaçış yolu haline gelmiş görünmektedir. Bu süreçte Ö26'ya destek olan S. öğretmenin rolü de özellikle dikkate değerdir. Öğretmenin her ay öğrenciye kitap alması ve bu kitaplar üzerine tartışmalar yapması, öğrencinin ufku genişletmesine ve zor zamanlarında öğrenciye bir nevi rehberlik yapmasına yardımcı olmuştur. Bu etkileşim, öğrencinin kitap okuma alışkanlığını pekiştirmesine ve bu alışkanlığı bir başa çıkma mekanizması olarak benimsemesine olanak tanımıştır.

Farklı ve öne çıkan bir deneyim de Ö32'nindir. *"Kişisel duygularla mücadele ederken genellikle beni olumsuz etkileyen yönünü görmezden gelerek, beni iyi etkileyen tarafına bakıyorum. Böylece hem kendimi yıpratmıyorum hem de mental çöküş yaşamıyorum."* ifadesi bunu göstermektedir. Ö32'nin bu sözleri, öğrencilerin zor zamanlarda kendilerini korumak ve olumlu bir mental durumda kalmak için bilinçli bir şekilde olumlu düşünme stratejisini seçebileceklerini göstermektedir. Öğrencinin bu yaklaşımı, kişisel direnç ve olumlu psikoloji kavramlarıyla da bağlantılıdır; zira bu strateji, bireyin zorluklar karşısında direnç göstermesine ve olumsuz durumların etkisini azaltmasına yardımcı olmaktadır. Benzer şekilde, *"Bazı sorumluluklarımı kendim sırtlanmayı öğrendim. Biraz içime kapanık büyüdüm. Aile içi dayanışmamı çok fazla öğrenemedim. İkisine de ayrı bir özlem yaşadım. (Ö35)"* sözleri de dikkat çekicidir. Öğrencinin aile içinde yaşadığı çatışmalardan ötürü erken yaşta bazı sorumlulukları üstlenmeyi öğrenmiş olması, onun daha bağımsız bir birey olmasına katkıda bulunmuş olabilir. Ancak aynı zamanda, bu durum öğrencinin içe kapanık büyümesine ve aile içi dayanışma hissinden mahrum kalmasına yol açmış görünmektedir. Öğrencinin her iki ebeveynine de duyduğu ayrı özlem, aile bütünlüğünün bozulmasının birey üzerinde yarattığı duygusal boşluğu ve karmaşık duyguları işaret etmektedir.

Öğrencilerin bu süreçte özellikle öğretmenlerinden ya da akranlarından aldıkları destek anlamlı görülmektedir. Örneğin, Ö14'ün şu ifadeleri bu bağlamda önemlidir: *"Okulumdaki rehberlik hocası M. Hoca ile her hafta belirlediğimiz gün ve saatte onun yanına gidip sohbet edip konuşuyordum. Yeterli mi diye sorarsanız insanlarla konuşmak iyi geliyor. Sanırım yavaş yavaş açılıyor. Ama yine de korkularım var."* Ö14, okuldaki rehberlik öğretmeni M. ile düzenli olarak yaptığı görüşmelerin, kendisine insanlarla iletişim kurma konusunda güven kazandırdığını ve yavaş yavaş sosyal açıdan açılmasına yardımcı olduğunu ifade etmektedir. Bu etkileşimler, Ö14'ün kişisel korkularıyla yüzleşmesine ve bunlarla başa çıkmak için adımlar atmasına olanak tanımaktadır. Ö14'ün sözleri, rehberlik hizmetlerinin ve empatik, anlayışlı öğretmenlerin öğrencilerin bu tür aile bütünlüğü bozulmuş ya da çeşitli risk grupları içinde olan öğrencilerin yaşamındaki önemini ortaya koymaktadır. Benzer deneyimler Ö20 ve Ö21'e de aittir: *"Rehber hocamızla konuşuyorum bu konu hakkında. Bana en çok o yardımcı oluyor. Genellikle birileriyle konuşmak bana iyi geliyor. (Ö20)"* *"Okul rehber öğretmenimizle görüşmeler yaptık süreç içinde takip etti. Yeterli desteği okul içinde aldım. (Ö21)"*. Bu sözler de öğretmenlerden alınan desteğin bu kategorideki öğrenciler için fayda sağladığını göstermektedir.

Bu temada öne çıkan farklı katılımcı görüşleri ise şöyledir:

Babamdan nefret etmemeye çalışmışım. Annem her zaman yanımda olduğu için atlattım. (Ö27)

Bu süreçte en çok kendimle mücadele ettim. Psikolojik ilaçlar kullandım. Yetmedi intihara kalkıştım. (Ö28)

Bu süreçte en çok korkularımın başa çıkmaya çalıştım ve bu süreçte psikolojik destek aldım. (Ö29)

Bu süreçte en çok kendimle mücadele ettim. Bu durumla başa çıkmak özellikle maddi hiç kolay olmadı. Ben de ara tatillerde ve yaz tatillerinde çalışmak zorunda kaldım. Anneme ve evin giderlerine destek olmaya çalıştım. (Ö34)

Öğrencilerin ifadeleri, aile yapısındaki zorluklar ve bunların bireyler üzerindeki psikolojik ve sosyoekonomik etkileri üzerine ipuçları sunmaktadır. Bu görüşler, kişisel duygular, mücadeleler ve başa

çıkma stratejileri açısından birbirleriyle ilişkilendirilebilir ve genel bir anlam çerçevesinde incelenebilir. Örneğin Ö24'ün sözleri, aile içi çatışmalarda annenin desteğinin ve varlığının, bireyin travmatik deneyimleri aşmasında ne kadar önemli olabileceğini kanıtlamaktadır. Babasıyla olan zor ilişkiden duyduğu negatif duygulara rağmen, annesinin sağladığı duygusal destekle bu durumun üstesinden gelebildiğini belirtir. Bu, aile içinde bir destek figürünün varlığının, bireyin psikolojik sağlığı üzerindeki olumlu etkisini ortaya koymaktadır.

Ö28'in ve Ö29'un deneyimleri, aile yapısındaki bozulmaların yol açtığı duygusal zorluklarla başa çıkma sürecinde karşılaşılan psikolojik mücadelelere de dikkat çekmektedir. Ö28'in ilaç kullanımı ve intihara teşebbüsü, aile içi sorunların bireyin ruh sağlığı üzerinde ne derece yıkıcı etkiler yaratabileceğinin acı bir göstergesidir. Ö29'un psikolojik destek arayışı ise, profesyonel yardımın bu tür zorluklarla başa çıkma sürecindeki kritik önemini işaret etmektedir. Her iki durumda da bireysel mücadelelerin psikolojik destek mekanizmalarıyla hafifletilebileceği anlaşılmaktadır. Ö34'ün ifadesi, aile içi zorlukların birey üzerindeki sosyoekonomik etkilerine odaklanır. Maddi zorluklarla başa çıkmak için ek işler yapma gerekliliği, öğrencilerde eğitim ve kişisel yaşamları üzerinde ekstra bir yük oluşturmaktadır. Ö34'ün annesine ve evin mali yükümlülüklerine katkıda bulunma çabası, aile içi sorunların bireyleri erken yaşta olgunlaşmaya ve sorumluluk almayı öğrenmeye zorladığının bir göstergesidir.

3.3. Tema 3: Gelecek Perspektifi ve Öneriler

Öğrencilerin gelecek perspektifleri genellikle, yaşadıkları zorlukları aşma konusundaki kararlılıklarını, kendilerini daha iyi bir geleceğe taşıma isteklerini ve bireysel potansiyellerini en iyi şekilde kullanma arzularını yansıtmaktadır. Bu öğrenciler, eğitim ve kariyer hedeflerini, sosyal ilişkilerini ve kişisel gelişimlerini güçlendirmeye yönelik hedeflerini belirlerken, yaşadıkları deneyimlerden elde ettikleri içgörülerini temel almaktadır. Örneğin *“İyi bir eş olmak, iyi bir baba olmak, eşim ve çocuklarımla iyi vakit geçirmek, benim yaşadıklarımı onlara yaşatmamak (Ö1)”* ifadeleri önemlidir. Ö1'in ifadesi, öğrencilerin aile içi zorluklardan öğrendikleri dersleri nasıl olumlu değişimlere dönüştürebileceklerini ve gelecekteki aile yaşantılarını bu dersler ışığında nasıl şekillendirebileceklerini vurgulamaktadır. Ayrıca bu ifade, gelecek nesillere sağlıklı aile ilişkilerinin önemini ve bu ilişkilerin bireysel mutluluk ve toplumsal refah üzerindeki etkilerini aktarmanın değerini ortaya koymaktadır.

Farklı bir perspektif ise Ö2'ye aittir. *“Kesinlikle meslek edinip okumam gerektiğinin daha çok farkına vardım. Kendi ayaklarım üzerinde durabilmem gerektiğini anladım.”* şeklinde dile getirilen görüş özellikle genç bireyler için eğitimin ve meslek edinmenin, aile içi zorluklarla başa çıkmanın ve bireysel bağımsızlığı kazanmanın önemli araçları olduğunu göstermektedir. Bu durum, eğitimin ve mesleki gelişimin, öğrencilere sadece ekonomik bağımsızlık sağlamakla kalmayıp, aynı zamanda onların özsaygısını ve toplumdaki yerini güçlendirme açısından da kritik rolü olduğunu da vurgulamaktadır.

Ö7'nin bu bağlamdaki düşünceleri ise şöyledir: *“Daha atılğan olmaya çalışacağım. Kendime güvenmeyi ve inanmayı, ilerlemeyi hedefleyeceğim. Biraz daha derslerime odaklanacağım.”*. Ö7'nin bu ifadesi, genç bireylerin geleceğine yönelik olumlu adımlar atmaları ve kendi yaşamları üzerinde aktif bir rol oynamaları için gerekli olan öz güven ve motivasyonun önemine dikkat çekmektedir. Ayrıca bu ifade, bireylerin karşılaştıkları zorluklara rağmen hedeflerine ulaşma yolunda gösterdikleri çabanın değerini ön plana çıkarmakta ve bu süreçte eğitimcilerin, rehber öğretmenlerin ve aile bireylerinin destekleyici rolünün önemini altını çizmektedir.

Başka bir görüş ise diğerlerinden farklı ve radikal ifadeler içermektedir. *“Kesinlikle üniversiteyi Allah izin verir de kazanırsam bulunduğu şehirde okumayacağım. Başka bir şehirde okuyup tüm ailedeki bağları kesmek istiyorum. Yeni bir hayat kurmak istiyorum. Ama bazen olmaz diyorum. Eğer olur da evlenirsem neden ailem görmesin ki? (Ö14)”*. Genç bireylerin aile yapısındaki zorluklardan sıyrılarak kendi hayatlarını kurma yolunda yaşadıkları içsel mücadeleleri ve karar verme süreçlerini derinlemesine anlaşılmasına olanak tanımaktadır. Bu süreç, bireyin kendini keşfetmesi, özgürlüğüne kavuşması ve kendi geleceğini şekillendirme arzusu ile aile bağlarının sürekliliği ve önemi arasındaki dengeyi bulma çabasını içermektedir.

Ö16'nın deneyimleri ise kendisi gibi olan öğrenciler için bazı pratik önerileri barındırmaktadır. *“Bence okullarda her sınıf için ayrı bir rehber öğretmen veya bir psikolog olması gerekli. Çünkü bu konuda eğitim almış biri ailesi dağılmış bir öğrenciyi daha iyi anlayabiliyor. Ayrıca öğretmenlerin öğrencilere karşı daha empatik ve anlayışlı yaklaşması bu*

süreçte öğrenciye sorular sorması öğrenciyi daha iyi hissettirir. (Ö16)” Ö16’nın vurguladığı gibi, aile yapısı bozulmuş öğrencilerin özel ihtiyaçları vardır ve bu ihtiyaçların anlaşılması ve karşılanması için eğitim alanında özel bir uzmanlığa sahip bireyler gereklidir. Bu profesyoneller, öğrencilerin yaşadıkları duygusal zorlukları daha iyi anlayabilir ve onlara uygun destek ve müdahaleleri sunabilirler. Ö16’nın önerisi, öğrencilere yönelik olarak bireysel ilgi ve destek sağlamanın, öğrencilerin akademik başarısını ve genel refahını olumlu yönde etkileyebileceğini göstermektedir. Öğrencilerle birebir ilgilenilmesi, onların kişisel sorunları ve duygusal ihtiyaçları hakkında daha derin bir anlayış geliştirmeyi mümkün kılmaktadır.

Farklı bir öneri ise Ö25’indir. “*Her öğrencinin farklı olduğunu farklı farklı hayat sıkıntıları olduğu göz önünde bulundurularak onlara tavsiye ve tedavi sürecinde destek olunması her birinin sorunları için destek verilmesini isterdim. [Öğretmenlerin] Sadece ders anlatıp gitmemelerini.*” Ö25, her öğrencinin benzersiz olduğunu, farklı yaşam deneyimleri ve sorunları olduğunu belirterek, eğitimcilerin bu çeşitliliği tanıma ve öğrencilere bireysel olarak yaklaşma ihtiyacını ortaya koymaktadır. Ö25’in “[öğretmenlerin] sadece ders anlatıp gitmemeleri” isteği, öğretmenlerin öğrencilerle daha derin ve anlamlı ilişkiler kurmalarının önemine işaret etmektedir. Bu ilişkiler, öğrencilerin akademik başarılarının yanı sıra, duygusal ve sosyal ihtiyaçlarının da karşılanmasına yardımcı olabilir. Ö25’in deneyimlerine göre öğretmenlerin öğrencilerle birebir ilgilenmeleri, onlara tavsiye ve destek sunmaları, özellikle zorluklar yaşayan öğrenciler için hayati önem taşıyabilir.

4. Tartışma, Sonuç ve Öneriler

Aile içi uyumsuzluklar, boşanma veya ayrılıklar gibi stres kaynakları, öğrencilerin derslere olan konsantrasyonlarını zayıflatarak, akademik performanslarını düşürmektedir ve bu durumlar öğrencilerin eğitim hayatını olumsuz etkilemektedir (Erdim & Ergün, 2016; Yıldırım & Kızmaz, 2019). Aile yapısındaki değişiklikler, öğrencilerin temel güven duygularını sarsarak, özgüven ve sosyal becerilerini olumsuz etkileyebilir (Bilici, 2014). Öğrencilerin akademik başarısını etkileyen birçok faktör arasında, aile desteği ve evdeki huzurlu ortam kritik bir role sahiptir (Kuleli, 2015). Ailevi çatışmaların ve bozulmaların, öğrencilerin dikkatini dağıtması ve öğrenme motivasyonunu azaltması, eğitim literatüründe sıkça vurgulanan bir konudur (Aktaş, 2016; Dottorer vd., 2008; Nebel-Schwalm, 2006). Bu bağlamda, aile bütünlüğünün bozulması, öğrencinin eğitim hayatında stres kaynağı oluşturarak, öğrenme sürecine olumsuz etki edebilir ve bu durum öğrencinin okul içi ve dışı etkileşimlerini de zorlaştırabilir.

Öğrencilerin eğitim hayatlarında karşılaştıkları ailevi zorluklar, onların sadece akademik başarısını değil, aynı zamanda sosyal becerilerini ve psikososyal gelişimlerini de etkilemektedir (Anthony vd., 2005; Eiden vd., 2009). Tolan’a (2023) göre aile bütünlüğünün bozulmasının ergenlerde yol açtığı psikolojik pek çok sonuç olabilir. Örneğin bu süreçte stres, öğrencilerin okulda kendilerini güvende hissetmelerini ve akranlarıyla sağlıklı ilişkiler kurmalarını engelleyebilir. Bu nedenle, öğretmenler ve okul yönetimleri, aile bütünlüğü bozulmuş öğrencilere ek destek ve rehberlik hizmetleri sağlayarak, onların akademik ve sosyal gelişimlerini desteklemelidir. Öğrencilerin eğitim hayatlarındaki başarıları ve sosyal becerileri, aile yapılarının sağlamlığıyla doğrudan ilişkilidir (Ginther & Pollak, 2004). Özellikle, aile içi anlaşmazlıklar ve çatışmaların, öğrencilerin okulda kendilerini güvende ve desteklenmiş hissetmelerine engel olduğu, bunun da öğrenme motivasyonunu ve akademik başarıyı olumsuz yönde etkilediği belirtilmektedir (Kahraman & Çokamay, 2016).

Bu bağlamda, öğrencilerin akademik başarılarının yanı sıra sosyal ve duygusal gelişimlerini desteklemek amacıyla, okulların ve eğitimcilerin bütüncül bir yaklaşım benimsemesi gerekmektedir. Aile bütünlüğü bozulmuş öğrencilere yönelik olarak, özel destek programları ve psikolojik danışmanlık hizmetlerinin sağlanması, bu öğrencilerin karşılaştıkları zorluklarla başa çıkabilmeleri için önemli bir adımdır (Snyder vd., 1980). Ayrıca, okul yönetimleri ve öğretmenler, öğrencilerin aile durumlarına duyarlı yaklaşarak, onlara empatiyle yaklaşmalı ve gerekli durumlarda ailelerle iş birliği yaparak çözüm odaklı destek sağlamalıdır. Eğitim sistemlerinin, aile bütünlüğü bozulmuş öğrencilere yönelik olarak tasarladığı destek programları, sadece akademik değil, aynı zamanda sosyal ve duygusal becerilerin gelişimine de odaklanmalıdır. Bu programlar, öğrencilerin özgüvenlerini artırma, akran ilişkilerini güçlendirme ve stres yönetimi becerilerini geliştirme gibi konuları içermelidir. Bu sayede, öğrencilerin okulda daha başarılı ve mutlu bireyler olmalarına yardımcı olunabilir.

Araştırmanın bulguları aile yapısındaki değişimlerin öğrenciler üzerinde yarattığı duygusal dalgalanmaların, korku, özgüven eksikliği ve içe kapanıklık gibi duygusal tepkilere yol açmasıyla birlikte bu durumun akademik performansları ve sosyal ilişkileri üzerinde olumsuz etkileri olabileceğine dikkat çekmektedir. Bu süreçte, öğrencilerin sosyal çevreleriyle olan ilişkileri, genel yaşam kaliteleri ve akademik başarıları etkilenmektedir. Özellikle, arkadaşlardan ve öğretmenlerden alınan destek, hobiler ve ilgi alanlarına yönelme, profesyonel yardım arayışı gibi başa çıkma stratejilerinin önemli olduğu görülmektedir. Bu bulgular, Elmacı (2006) ve Ceylan & Özşerbetçi (2016) tarafından yapılan çalışmalara paralel olarak, aile ve okul arasındaki ilişkilerin çocukların uyum düzeylerine, akademik ve sosyal gelişimi üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Bu araştırmalarda, öğrencilerin zorluklar karşısında direnç ve yılmazlık kapasiteleri, kişisel güçlüklerle başa çıkmak için içsel kaynaklardan yararlanma yetenekleri ön plana çıkmaktadır. Ancak Üreyen & Ünal'ın (2022) de altını çizdiği üzere bütünlüğü bozulmuş ailelerin çocuklarının okullarda yeteri kadar rehberlik hizmeti alamaması ise daha büyük sorunları ortaya çıkarmaktadır.

Yapılan araştırmalar da benzer bulguları ortaya koymaktadır. Yıldırım & Kızmaz (2019) ve Lök vd., (2016) aile içi çatışmaların çocukların akademik başarıları ve psikolojik sağlığı üzerinde olumsuz etkiler yaratabileceğini belirtmektedir. Ayrıca Alabay (2020) ve Karataş (2019), boşanma gibi aile yapısındaki değişimlerin çocukların eğitim hayatını ve sosyal adaptasyon süreçlerini zorlaştırdığını, bu durumların üstesinden gelmek için psikolojik destek ve rehberlik hizmetlerinin kritik rol oynadığını belirtmiştir. Bu bulgular ışığında, okulların ve eğitimcilerin, aile yapısındaki değişikliklerden etkilenen öğrencilere yönelik destek sistemlerini güçlendirmeleri gerekmektedir. Çöp (2023) tarafından yapılan bir başka çalışma, rehber öğretmenlerin ve okul psikolojik danışmanlarının, öğrencilerin duygusal zorluklarla başa çıkmalarına yardımcı olabilecek önemli kaynaklar olduğunu göstermiştir. Bu profesyoneller, öğrencilere bireysel danışmanlık hizmetleri sunarak, onların kendilerini daha iyi anlamalarına ve yaşadıkları zorluklarla daha etkili bir şekilde başa çıkmalarına yardımcı olabilirler.

Araştırmanın bulguları aile bütünlüğünün bozulmasının, öğrencileri derinden etkileyebileceğini ve bu durumun öğrencilerin gelecek planlarına da yansıtıldığını göstermektedir. Öğrencilerin ifadeleri, bu zorlukları aşma ve geleceğe daha sağlam adımlarla yürüme konusundaki kararlılıklarını da göstermektedir. Örneğin, bazı öğrenciler olumsuz aile deneyimlerini, gelecekte daha iyi bir ebeveyn olma, sağlıklı aile ilişkileri kurma gibi olumlu değişimlere dönüştürme arzusunu ifade etmektedir. Bu durum, Bandura'nın (1977) öz-yeterlilik teorisiyle uyumlu bir şekilde, bireylerin kendi yeteneklerine olan inançlarının, zorluklar karşısında nasıl harekete geçtiklerini ve hedeflerine ulaşma konusunda nasıl motive olduklarını etkileyebileceğini göstermektedir.

Öğrenciler içinde buldukları durumdan hareketle eğitim sistemine yönelik önerilerde bulunarak, aile bütünlüğünün bozulduğu durumlarda ihtiyaç duydukları destek türlerini ortaya koymaktadır. Kendileri gibi olan öğrenciler için ayrı bir rehber öğretmen veya psikolog bulunması önerisi, aile bütünlüğünün bozulmasının yol açtığı duygusal ve psikolojik zorluklarla başa çıkabilmek için işlevsel görünmektedir. Bu öneri, Bronfenbrenner'in (1979) ekolojik sistemler teorisine uyumlu olarak, bireyin gelişimi üzerinde çevresel faktörlerin ve sistemlerin etkili olduğunu göstermektedir. Okul, bu ekolojik sistemlerden biri olarak, öğrencilerin ihtiyaç duyduğu desteği sağlama kapasitesine sahiptir. Aile bütünlüğünün bozulmasıyla karşılaşan öğrenciler, genellikle daha iyi bir gelecek inşa etme konusunda umutlu ve kararlıdır. Kendi ayakları üzerinde durma, meslek edinme ve eğitimlerini sürdürme istekleri, zorluklarla başa çıkma sürecinde önemli motivasyon kaynaklarıdır. Bu durum, öğrencilerin yaşadıkları zorlukları, bireysel gelişim fırsatlarına dönüştürme yeteneklerini gösterir ve bu süreçte özgüvenlerinin ve öz-yeterlilik algılarının artmasına katkıda bulunabilir (Ryan & Deci, 2000).

Sonuç olarak, aile bütünlüğünün bozulmasının ortaöğretim öğrencilerinin akademik performansları, sosyal ilişkileri ve psikolojik sağlıkları üzerinde olumsuz etkiler yarattığını araştırma bulguları ortaya koymuştur. Aile içi uyuşmazlıklar, boşanma veya ayrılıklar gibi durumlar, öğrencilerin derslere olan konsantrasyonunu zayıflatmakta, akademik başarılarını düşürmekte ve okula devamlılıklarını engellemektedir. Bu süreçte, öğrenciler duygusal zorluklar yaşamakta ve bu durum özgüvenlerini ve sosyal becerilerini olumsuz etkilemektedir. Araştırmanın bulguları, öğrencilerin yaşadıkları zorluklara rağmen

geleceğe yönelik olumlu perspektifler geliştirebildiklerini ve bireysel potansiyellerini en iyi şekilde kullanma arzusuna sahip olduklarını da göstermiştir.

Araştırmanın bulgularına bağlı olarak bazı öneriler aşağıda sunulmuştur:

- Okullar, aile bütünlüğü bozulmuş öğrencilere yönelik özel destek programları ve psikolojik danışmanlık hizmetleri sunmalıdır. Bu programlar, öğrencilerin akademik ve sosyal gelişimlerini desteklemek için tasarlanmalıdır.
- Öğretmenler ve okul yönetimleri, öğrencilerin aile durumlarına duyarlı olmalı ve onlara empatik bir yaklaşım sergilemelidir. Gerekli durumlarda, ailelerle iş birliği yaparak öğrencilere çözüm odaklı destek sağlanmalıdır.
- Okullar, öğrencilerin sosyal ve duygusal becerilerini geliştirecek programlar sunmalıdır. Bu programlar, özgüven artışı, akran ilişkilerinin güçlendirilmesi ve stres yönetimi becerilerinin geliştirilmesi gibi konuları içermelidir.
- Okullar, aile bütünlüğü bozulmuş öğrenciler için profesyonel psikolojik yardım ve rehberlik hizmetlerine kolay erişim sağlamalıdır. Bu hizmetler, öğrencilerin yaşadıkları zorluklarla daha etkili bir şekilde başa çıkmalarına yardımcı olabilir.
- Aile bütünlüğünün bozulmasının ortaöğretim öğrencileri üzerindeki uzun vadeli etkilerinin incelenmesi farklı çalışmalar için önemli bir araştırma konusu olabilir.
- Aile bütünlüğünün bozulduğu durumlarda ortaöğretim öğrencileri tarafından kullanılan başa çıkma stratejileri ve bu stratejilerin etkililiğinin incelenmesi, değerli bir araştırma konusu olabilir.

Etik izin: Araştırmanın etik izni Düzce Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etik Kurulu'ndan (25.03.2024 tarihli ve 416836 sayılı) alınmıştır.

5. Extended Abstract

Changes in the family structure in today's society, especially factors such as the increase in divorce rates, conflicts between parents and economic difficulties, can lead to disruption of family integrity and this situation can directly affect the educational life of children and youth (Amato, 2001; Jeynes, 2002). Various studies have shown that a disrupted family structure has negative effects on children's academic achievement, school attendance, educational motivation and social relationships. For example, a meta-analysis study conducted by Amato (2001) revealed that children from divorced families performed lower in academic achievement and school attendance compared to their peers with intact family structure. Similarly, Jeynes (2002) proves that the disintegrated family structure negatively affects children's school success and that these students experience more behavioural problems at school. The findings in Şentürk's (2012) study reveal that children whose family integrity is disrupted at school age cannot obtain the necessary motivation for success.

In today's society, there is an extensive literature on how factors such as the rapid change in family structure, especially the increase in divorce rates and economic difficulties affect children's educational life (Erdim & Ergün, 2016; Öngider, 2013). However, existing studies generally focus on the general effects of the disintegrated family structure on children through teachers' experiences and observations, and do not conduct an in-depth examination of how secondary school students are affected by this situation. In particular, there is a need for detailed analyses based on students' own experiences. This gap prevents a better understanding of the specific effects on students' academic achievement, school attendance, educational motivation and social relationships.

This study aims to fill this gap in the literature and analyses in detail the experiences of secondary school students regarding the effects of a disintegrated family structure on their educational lives. The fact that the main axis of the research is based on the information obtained from the perspectives of secondary school students themselves, thus adding a depth and understanding to the subject that has not been addressed before, can be characterised as one of its unique aspects. This approach may help all teachers, especially counsellors and educational policy makers to make more informed decisions about how to better support students from families with disintegrated families.

In the research, answers to the following sub-problems were sought:

- How does this situation of families with disintegrated families reflect on the educational lives of secondary school students and how do students experience this process?
- How do secondary school students cope with this challenging process?
- In the face of this situation, what kind of perspective do secondary school students determine for the future and what are their expectations?

The study reveals that family problems reduce students' academic performance, decrease their concentration and attendance in school, and negatively affect their social relationships. These findings suggest that the effects on students' educational lives are not limited to grades, but also affect social cohesion and psychological well-being in general. In particular, the emotional difficulties experienced by students and their coping strategies constitute an important part of the research. In this process, students often displayed an introverted attitude, but with time and appropriate support, they developed various strategies to overcome these difficulties. The results of the study emphasise that changes in family structure have profound and multifaceted effects on students' educational lives and the importance of support systems and interventions for these students. In this context, recommendations include that schools should provide special support programmes and psychological counselling services for students with disrupted family cohesion, that teachers and school administrators should take a sensitive approach to students' family situations, and that the effectiveness of coping strategies used by students when family cohesion is disrupted should be investigated. In conclusion, this research provides a comprehensive understanding of the effects of family disruption on students' educational lives. It also provides valuable insights for educators, counsellors and policy makers, emphasising the importance of developing effective support mechanisms and interventions for these students.

Keywords: Disintegrated Families, Broken Families, High School.

Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı / Contribution of Authors

Yazarların çalışmadaki katkı oranları Taner ATMACA %60/ Senem KILIÇ %40 şeklindedir.
The authors' contribution rates in the study are Taner ATMACA %60/ Senem KILIÇ %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.

Kaynakça

- Aktaş, N. (2016). *Lise öğrencilerinin motivasyon kaynakları ve karar verme stratejileri* (Tez No: 446333). [Yüksek lisans tezi, Adnan Menderes Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi.
- Aküzüm, C., Yavaş, T., Tan, Ç. & Uçar, M.B. (2015). İlköğretim kurumu öğrencilerinin devamsızlık ve okul terki nedenleri. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(2), 167-192.
- Alabay, E. (2020). Boşanma sonrası oluşan tek ebeveynli aile çocukları: okul öncesi öğretmenlerinin görüşleri. *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 6(27), 852-863. <http://dx.doi.org/10.31589/JOSHAS.335>
- Alkan, E.Ö. (2014). *Parçalanmış aile modelindeki öğrencilerin eğitimdeki başarı durumları (Trabzon örneği)* (Tez No: 356771). [Yüksek lisans tezi, İnönü Üniversitesi] YÖK Tez Merkezi.
- Alkan, E.Ö. (2018). Aile parçalanmasının çocuğun okul başarısına etkisi: Trabzon örneği. *Karadeniz Araştırmaları Enstitüsü Dergisi*, 4(5), 167-225. <https://doi.org/10.31765/karen.438376>
- Amato, P. R. (2001). Children of divorce in the 1990s: An update of the Amato and Keith (1991) meta-analysis. *Journal of Family Psychology*, 15(3), 355-370. <https://doi.org/10.1037/0893-3200.15.3.355>
- Amato, P. R., & Cheadle, J. E. (2008). Parental divorce, marital conflict and children's behavior problems: a comparison of adopted and biological children. *Social Forces*, 86(3), 1139-1161.
- Anthony, L.G., Anthony, B.J.A., Glanville, D.N., Naiman, D.Q., Waanders, C., Shaffer, S. (2005). The relationships between parenting stress, parenting behaviour and preschoolers' social competence and behaviour problems in the classroom. *Infant and Child Development*, 14(2), 133-154. <https://doi.org/10.1002/icd.385>
- Apaydın, Ç. & Gebizli, O. (2017). İlkokul yöneticilerinin parçalanmış aileye sahip öğrencilerle yaşadıkları sorunların incelenmesi. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 352-368.
- Aslan, A.K. (2002). Değişen toplumda aile ve çocuk eğitiminde sorunlar. *Ege Eğitim Dergisi*, 1(2), 25-33.
- Bandura, A. (1977). Self-efficacy: toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review*, 84(2), 191-215. <https://doi.org/10.1037/0033-295X.84.2.191>
- Bayındır, N. (2023). Boşanmanın öğrencilerin akademik yaşantılarına etkisi. *Uluslararası Karamanoğlu Mehmetbey Eğitim Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 52-58. <https://doi.org/10.47770/ukmead.1288663>
- Bilici, A.B. (2014). Boşanma sürecinin çocuklar üzerindeki psiko-sosyal etkileri. *Cumhuriyet Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 18(2), 79-110. <https://doi.org/10.18505/cuifd.254667>
- Bronfenbrenner, U. (1979). *The ecology of human development: Experiments by nature and design*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Carlson, M. J., & Corcoran, M. E. (2001). Family structure and children's behavioral and cognitive outcomes. *Journal of Marriage and Family*, 63(3), 779-792.
- Ceylan, H. & Özşerbetçi, Ü. (2016). Boşanmış ailelerin ilkökul çağındaki çocuklarında okul uyumu: Yalova örneği. *Uluslararası Avrasya Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(22), 208-219.
- Chen, Z.Y. & Kaplan, H.B. (1999). Explaining the impact of family structure during adolescence on adult educational attainment: A longitudinal study. *Applied Behavioral Science Review*, 7(19), 23-40. [https://doi.org/10.1016/S1068-8595\(99\)80120-2](https://doi.org/10.1016/S1068-8595(99)80120-2)
- Creswell, J. W. (2018). *Nitel araştırma yöntemleri* (Çeviri Editörü: M. Bütün & S. B. Demir). Ankara: Siyasal Kitapevi.
- Çakır, R. & Çolak, C. (2019). Lise öğrencilerinin okul terki riskine ilişkin görüşleri. *Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(21), 269-286.
- Çöp, E., Gül, Ş., Çakır, O. & Eker, C. (2023). Okul rehberlik hizmetlerine yönelik öğretmen görüşleri. *Ulusal Eğitim Dergisi*, 3(5), 774-793.
- Dam, H. (2008). Öğrencinin okul başarısında aile faktörü. *Hitit Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 7(14), 75-99.
- Dotterer, A.M., Hoffman, L., Crouter, A.C., & McHale, S.M. (2008). A longitudinal examination of the bi-directional links between academic achievement and parent-adolescent conflict. *Journal of Family Issues*, 29(6), 762-779. <https://doi.org/10.1177/0192513X07309454>.
- Eiden, R.D., Colder, C., Edwards, E.P., & Leonard, K.E. (2009). A longitudinal study of social competence among children of alcoholic and non-alcoholic parents: role of parental psychopathology,

parental warmth, and self-regulation. *Psychology of Addictive Behaviors*, 23(1), 36-46. <https://doi.org/10.1037/a0014839>.

Elmacı, F. (2006). Parçalanmış ve bütünlüğünü koruyan aileye sahip ergenlerin depresyon ve uyum düzeylerinde sosyal desteğin rolü. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri Dergisi*, 6(2), 405-423.

Erdim, L., & Ergün, A. (2016). Boşanmanın ebeveyn ve çocuk üzerindeki etkileri. *Sağlık Bilimleri ve Meslekleri Dergisi*, 3(1), 78-84. <https://doi.org/10.17681/hsp.13621>

Fraenkel, J. R., Wallen, N. E., & Hyun, N. (2012). *How to design and evaluate research in education*. New York: McGraw-Hill Book Company

Ginther, D. K., & Pollak, R. A. (2004). Family structure and children's educational outcomes: blended families, stylized facts, and descriptive regressions. *Demography*, 41(4), 671-696.

Hetherington, E. M., & Kelly, J. (2002). *For better or for worse: divorce reconsidered*. W. W. Norton & Company.

Herdem, F. S., & Bozgeyikli, H. (2016). İlköğretime devam eden parçalanmış ve tam aile çocuklarının rehberlik ihtiyaçlarının karşılaştırılmalı olarak incelenmesi. *OPUS Türkiye Sosyal Politika ve Çalışma Hayatı Araştırmaları Dergisi*, 3(4), 7-35.

Jeynes, W. H. (2002). *Divorce, family structure, and the academic success of children*. Haworth Press.

Kalmijin, M. (2023). The association between parental separation at the school level and student outcomes in four European countries. *Research in Social Stratification and Mobility*, 86, 100813. <https://doi.org/10.1016/j.rssm.2023.100813>

Kahraman, M.S. & Çokamay, G. (2016). Aile içi şiddet ve çocuklar üzerindeki etkileri: temel kavramlar, güvenlik planı hazırlama ve alternatif tedavi model örnekleri. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*, 8(4), 321-336.

Karataş, E. (2019). *Boşanmış aile çocuklarındaki uyum problemleri: ortak ebeveynlik açısından bir inceleme* (Tez No: 586912). [Yüksek lisans tezi, İstanbul Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi.

Keçeli-Kaysılı, B. (2008). Akademik başarının artırılmasında aile katılımı. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Özel Eğitim Dergisi*, 9(1), 69-83.

Korkmaz, Y. (2023). Rehber öğretmenler perspektifinden boşanmanın öğrenciler üzerindeki etkileri genel yeterlilikleri çerçevesinde değerlendirilmesi. *Disiplinlerarası Eğitim Araştırmaları Dergisi*, 7(14), 12-22. <https://doi.org/10.57135/jier.1136998>

Lange, A.M.C., Visser, M.M., Scholte, R.H.J., Finkenauer C. (2022). Parental conflicts and posttraumatic stress of children in high-conflict divorce families. *Journal of Child & Adolescent Trauma*, 15(3), 615-625. <https://doi.org/10.1007/s40653-021-00410-9>.

Lipowicz, A., Bugdol, M.N., Umlawska, W. & Waldemar, A.W. (2023) The long-lasting effect of early life family structure on social position, well-being, and biological condition in adulthood. *The Aging Male*, 26(1). <https://doi.org/10.1080/13685538.2023.2239896>

Lök, N., Başoğul, C. & Öncel, S. (2016). Aile içi şiddetin çocuk üzerindeki etkileri ve psikososyal desteğin önemi. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*, 8(2), 155-161.

Masten, A. S., & Coatsworth, J. D. (1998). The development of competence in favorable and unfavorable environments: lessons from research on successful children. *American Psychologist*, 53(2), 205-220. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.53.2.205>.

McLanahan, S., & Sandefur, G. (1994). *Growing up with a single parent: What hurts, what helps*. Harvard University Press.

Nebel-Schwalm, M.S. (2006). *The relationship between parent-adolescent conflict and academic achievement* (Master thesis, Michigan State University).

Nieczuja-Dwojacka J., Borowska, B., Budnik, A., Marchewka-Długońska, J., Tabak, I., Popielarz, K. (2023). The influence of socioeconomic factors on the body characteristics, proportion, and health behavior of children aged 6-12 years. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 20(4), 3303. <https://doi.org/10.3390/ijerph20043303>.

Öngider, N. (2013). Boşanmanın çocuk üzerindeki etkileri. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar-Current Approaches in Psychiatry*, 5(2), 140-161.

- Ploeg, M.V. (2002). Children from disrupted families as adults: family structure, college attendance and college completion. *Economics of Education Review*, 21(2), 171-184. [https://doi.org/10.1016/S0272-7757\(00\)00050-9](https://doi.org/10.1016/S0272-7757(00)00050-9)
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. *American Psychologist*, 55(1), 68-78. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.55.1.68>
- Ryan, R. M., Claessens, A., & Markowitz, A. J. (2015). Associations between family structure change and child behavior problems: the moderating effect of family income. *Child Development*, 86(1), 112-127.
- Snyder, A.A, Minnick, K., Anderson, D.E. (1980). Children from broken homes: visits to the school nurse. *Journal of School Health*, 50(4), 189-94. doi: 10.1111/j.1746-1561.1980.tb07372.x.
- Şahbaz, M. (2020). *Parçalanmış ve parçalanmamış ailelerden gelen ergenlerin riskli davranışlarının bazı demografik değişkenlere göre incelenmesi* (Yüksek lisans tezi, Doğu Akdeniz Üniversitesi), KKTC.
- Şatır, S. (2023). *Boşanmış aile çocuklarının sosyal gelişimlerine yönelik sınıf öğretmenlerinin görüşleri* (Tezsiz yüksek lisans projesi, Pamukkale Üniversitesi), Denizli.
- Şentürk, Ü. (2012). Parçalanmış aile çocuklarının eğitimdeki başarı/başarısızlık durumu (Malatya örneği 2006). *Sosyal Politika Çalışmaları*, 12(7), 105-126.
- Tolan, Ö. Ç. (2023). Boşanma ve etkileri: çocuklar ve ergenler üzerindeki psikolojik sonuçları. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 50, 321-338. <https://doi.org/10.52642/susbed.1221560>
- Üreyen, S., & Ünal, A. (2022). Ortaöğretim yönetici ve öğretmenlerinin parçalanmış aile çocuklarının eğitiminde karşılaştığı sorunlar. *Trakya Eğitim Dergisi*, 12(1), 148-164. <https://doi.org/10.24315/tred.880367>
- Xerxa, Y., Rescorla, A.L., Serdarevic, F., IJzendor, M.H.V., Jaddoe, V.W., Verhulst, F.C., Luijk, M.P.C.M., & Tiemeier, H. (2020). The complex role of parental separation in the association between family conflict and child problem behavior. *Journal of Clinical Child & Adolescent Psychology*, 49(1), 79-93. <https://doi.org/10.1080/15374416.2018.1520118>
- Kuleli, İ. (2015). *İlkokullarda anne ve baba ilişkisinin çocukların başarısı üzerine etkileri (Kırklareli ili örneği)* (Tez No: 395264). [Yüksek lisans tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi.
- Yalçın, H. (2022). Bir araştırma deseni olarak fenomenoloji. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(Özel Sayı 2), 213-232.
- Yıldırım, İ. & Kızmaz, Z. (2019). Aile içi şiddet ile öğrencilerin akademik başarı durumları arasındaki ilişki: ortaöğretim öğrencileri üzerine bir araştırma. *Mukaddime*, 10(2), 662- 687.

Sanal Ürünler ve Değişen Tüketim: Sanal Ürün Tüketimini Dijital Oyunlar Üzerinden Okumak

İbrahim KAHRAMAN* 
Ahmet TARHAN** 

ÖZ

Tüketim kaçınılmaz olarak var olagelmıştır. İhtiyaç duyulandan fazlasının üretilmesi, sanayi devrimi, teknolojik ve diğer gelişmelerle birlikte tüketim kanalları, tüketici davranışları ve tüketilen ürünler değişmiştir. İnsanlar ürünlerin sağladığı işlevsel faydalardan uzaklaşarak psikolojik ve sosyal tatminleri doğrultusunda da tüketmeye yönelmişlerdir. Yeni tüketim anlayışında, kendini ifade etmenin bir yolu olarak imaj ve kimlik gibi sembolik kavramlar önem kazanmıştır. Tüketim toplumunda modern insanın tüketim tapınakları alışveriş merkezleriyken, post-modern insanın tapınakları dijital dünyaya taşınmakta veya tamamen orada inşa edilmektedir. Bir başka deyişle fiziksel mağazalar internet teknolojisiyle dijital ortamlara taşınmaktadır ve somut gerçekliği olmayan dijital ürünler yaygın şekilde tüketilir hale gelmektedir.

Bu araştırmada insanların, somut varlığı ve işlevsel faydası olmayan sanal ürünleri hangi motivasyonlarla satın aldıkları sorusuna dijital oyunlar özelinde yanıt bulma amacı güdülmüştür. Bu doğrultuda ölçüt örnekleme ve görüşme teknikleri kullanılarak daha önce dekoratif dijital oyun ürünü satın almış olan 10 kişiden veri toplanmıştır. 15-30 Ekim 2023 tarihlerinde gerçekleştirilen görüşmelerden elde edilen veriler analiz edilmiştir. Analizler sonucunda oyuncuların dekoratif dijital oyun ürünlerini çoğunlukla estetik, duygusal/hazsal ve ekonomik motivasyonlarla satın aldıkları görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Tüketim, Tüketim Toplumu, Sanal Ürün, Yeni Medya, Dijital Oyun, Dijital Oyun Ürünleri.

Virtual Products and Changing Consumption: Reading Virtual Product Consumption Through Digital Games

ABSTRACT

Consumption is inevitable. With the production of more than what is needed, the industrial revolution, technological and other developments, consumption channels, consumer behavior, and the products consumed have changed. People have moved away from the functional benefits provided by the products and have started to consume them for psychological and social satisfaction. In the new understanding of consumption, symbolic concepts such as image and identity have gained importance as a way of self-expression. In this understanding of consumption, physical stores are moved to the digital world through internet technology and digital products that have no tangible reality are widely consumed.

In this study, aimed to find an answer to the question of the motivations for people to buy virtual products that do not have a tangible existence and functional benefits, with a special focus on digital games. In this direction, using criterion sampling and interview techniques, data were collected from 10 people who had previously purchased decorative digital game products. The data obtained from the interviews conducted between October 15-30, 2023 were analyzed and analyzed. As a result of the analysis, it was observed that players mostly purchased decorative digital game products for aesthetic, emotional, and economic motivations.

Keywords: Consumption, Consumption Society, Virtual Product, New Media, Digital Game, Digital Game Products.

1. Giriş

Temelinde bir şeyi, bedelini/parasını ödeyerek almak anlamına gelen satın alma (Cambridge Dictionary, 2023) eylemi her daim hayatımızda olagelmıştır. Çünkü insanoğlunun hayatına devam ettiği süreç tüketmesi kaçınılmazdır. Eski çağlarda ihtiyaç duyulan ürünleri alabilmek için takas yöntemi kullanılırken, paranın, buharlı makinenin ve bilişim teknolojilerinin icadı sonrasında ürün ve hizmetlerin satın alınabilmesi için kripto paralar gibi çok çeşitli yol ve yöntemler geliştirilmiştir. Bu süreçte tüketim yollarıyla

* **Corresponding Author/Sorumlu Yazar**, Arş. Gör./Res. Asist., Aksaray Üniversitesi, Aksaray, Türkiye/ Aksaray University, Aksaray, Türkiye, ibrahimkahraman@aksaray.edu.tr

** Prof. Dr., Selçuk Üniversitesi, Konya, Türkiye/ Selçuk University, Konya, Türkiye, tarhan@selcuk.edu.tr

Makale Gönderim ve Kabul Tarihleri/Article Submission and Acceptance Dates: 15.04.2024-02.07.2024

Citation/Atf: Kahraman, İ., Tarhan, A. (2024). Sanal ürünler ve değişen tüketim: sanal ürün tüketimini dijital oyunlar üzerinden okumak. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 54, 175-192. <https://doi.org/10.52642/susbed.1468526>

birlikte alışkanlıklar da değişmiştir. İnsanlar ihtiyaçlarının yanı sıra istekleri doğrultusunda da tüketir hale gelmiş, paranın kendisi bir tüketim nesnesine dönüşmüştür. Fiziksel marketler sanal marketlere dönüşmüş ve bu marketlerde fiziksel gerçekliği olmayan sanal ürünler satılmaya başlanmıştır. Dijital oyun marketleri ve bu marketlerde satışa sunulan sanal ürünler söz konusu tüketim dönüşümünün ulaştığı son noktalardandır.

Tüketici davranışı, yaşanan dönüşümlerle birlikte her dönemde çevresel faktörlerden etkilenen, her kişide aynı şekilde ortaya çıkmayan, farklı rollerle ilgilenen, çeşitli faaliyetlerden oluşan, karmaşık ve zamanlama açısından farklılık gösteren güdülenmiş davranış ve dinamik bir süreçtir (Odabaşı & Barış, 2022, s. 30). Bu durumda insanların tüketim davranışları sadece fizyolojik ve güvenlik ihtiyaçlarını (Maslow, 1954, s. 35-39) gidermek için değil, psikolojik ve sosyal tatminleri doğrultusunda da gerçekleşmektedir. Tüketme davranışı bu kapsamdaki seçme, satın alma, kullanma ve elden çıkartma eylemlerini kapsayan bir süreç olarak tanımlanmaktadır (Solomon, 2019, s. 6). Bu süreç içinde tüketicinin davranışları; demografik, psikolojik ve sosyo-kültürel etkenlerle birlikte yaşam biçimine ve motivasyon kaynaklarına göre şekillenmektedir (Elden, 2022, s. 367).

Bu araştırmada insanların somut bir gerçekliği ve işlevi olmayan sanal ürünleri hangi motivasyonlarla satın aldıkları sorusuna dijital oyunlar özelinde cevap aranmıştır. Bu doğrultuda yapılandırılmış görüşme tekniğiyle en az bir kez işlevsel olmayan dijital oyun ürünü satın alan 10 kişiden edinilen veriler analiz edilmiştir. Sanal ürün satın alma davranışının demografik özelliklere, oyun tercihine ve kişilerin mevcut satın alma davranışlarına göre farklılaşma durumunu sorgulamak üzere ilgili sorular görüşme formuna dahil edilmiştir. Bulguları sunmadan önce sanal ürün ve dijital oyun kavramı tanımlanmış, oyunlardaki sanal ürünlerle birlikte konuya dair daha önce yapılan bilimsel çalışmalara yer verilmiştir. Araştırma, giderek büyüyen dijital oyun pazarında işlevsel olmayan ürünlerin tüketim motivasyonlarına açıklık getirerek söz konusu ürünlerin üreticilerine, satıcılarına, reklamcılara ve literatüre katkı sağlayacak olmasıyla önem taşımaktadır.

2. Sanal Ürünler ve Nitelikleri

Sanal ürünler, 'sanal bir dünyada var olan ürünler' olarak yüzeysel şekilde tanımlanmaktadır (Lehdonvirta, 2009b, s. 99). Fiziksel nesnelere gibi bağımsız varlıklara sahip değildir; bunun aksine sanal para birimleri, web sitesi alan adları gibi sanal bir yapıdadırlar ve teknik yollarla edinilirler. Temelde, görüntüye veya görüntü dizisine çevrildikten sonra bir ekranda görüntülenebilen bilgisayar kodlarından oluşmaktadırlar (Frieling, 2013, s. 3098-3099).

Web sunucularında depolanmaları nedeniyle yetkisiz kişileri sanal ürün tüketiminden dışlamak ve tüketimde iki topluluk katılımcısının bir sanal nesnenin aynı kopyasına sahip olamayacağı anlamına gelen rekabeti sağlamak mümkündür. Bu durumda kullanıcıların aynı sanal ürünü elde etmek için birbirleriyle mücadele etmeleri gerekmektedir. Sanal ürünler, fiziksel ürünlerin (kıtık, tüketimde rekabet gibi) faydalarını dijital ürünlerin (dijital dağıtım, marjinal yeniden üretim maliyetleri gibi) avantajlarıyla olağanüstü bir şekilde birleştirmektedirler ve bu nedenle özellikle iş dünyası için ilgi çekicidirler (Frieling, 2013, s. 3102).

İnternet ortamında var olmaları ve kullanılabilirlikleri için ürünün bulunduğu internet sunucusuna sürekli bağlantı kurulması gerekliliği nedeniyle sanal ürünlerin, fiziksel ürünlerde olduğu gibi kişiye mal edilmesi mümkün değildir (Frieling, 2013, s. 3102; Psczolla, 2019). Bu durumda sanal ürünler internet bağlantısıyla sadece söz konusu sanal dünya içinde kullanılmakta ve tüketilmektedirler (Fairfield, 2005; Frieling, 2013, s. 3097). Bu durum tüketiciler açısından bir kısıtlama olarak ortaya çıkmaktadır. Somut karşılıklarının olmaması ve taşınamaları da birer kısıtlamadır. Öyle ki sanal dünyalar 'duvarlarla çevrili bahçeler' olarak adlandırılmaktadır. Sanal ürünlerin bir bahçeden diğerine aktarılabilmesi teknik olarak mümkün olsa bile hizmet sağlayıcıların bu işlevi sağlaması beklenmez. Çünkü zor kazanılan ürünler müşteri sadakatini artırmaktadır. Kaldı ki teknik ve ekonomik engeller nedeniyle ürünlerin gelecekte de sanal dünyalar arasında taşınabilir olması pek olası değildir (Frieling, 2013, s. 3103; Naone, 2007).

Sanal ürünlerin bir diğer genel özelliği 'şey-benzeri' doğalarıyla fiziksel olmayan formları arasındaki ikiliktir. Nesnelere genellikle katı, sıvı veya gaz formunda fiziksel yapıları vardır. Ancak bu durum elektronik veriler için geçerli değildir. Maddi olmayan form, sanal ürünlerin hizmet olarak sınıflandırılması düşüncesini doğurmaktadır. Diğer yandan sanal ürünlerin kalıcı, devredilebilir ve benzersiz nesnelere

olmaları, dolayısıyla maddi ürünlerle aynı özellikleri paylaşıyor olmaları unutulmamalıdır. Bunlar dikkate alındığında sanal ürünler hibrit-emptia olarak değerlendirilebilirler (Frieling, 2013, s. 3103).

Literatür incelendiğinde dijital ürünlerin klasik ve sanal olmak üzere ikiye ayrıldığı görülmektedir. Her ikisi de bilgisayar aracılı olduğundan klasik dijital ürünler, sanal ürünlerle aynı türden duygusal ve estetik hisler sunabilirken, sanal ürünler yerleşik rekabet ve kıtlık nedeniyle sosyal ayrımlar ve bağlar oluşturup sürdürmeye daha uygundur (Lehdonvirta, 2009b, s. 111). Klasik dijital ürünler ve sanal ürünler arasındaki bazı farklar Tablo 1’de sunulduğu gibidir (Frieling, 2013, s. 3103).

Tablo 1. Klasik Dijital Ürünler ile Sanal Ürünler Arasındaki Farklar

Klasik Dijital Ürünler (Örn. E-kitaplar, müzik dosyaları gibi medya/bilgi ürünleri)	Sanal Ürünler (Örn. Çevrimiçi oyunlardaki ürünler)
Editoryal içerik	Sanal para birimi, dünya içi hizmetler gibi etkileşimli şeyler
Temel olarak (kâğıt, ses kayıtları gibi) fiziksel bir taşıyıcıya sahiptir	Temel olarak dijitaldir
Kısmen çevrimdışı tüketilebilir	Sadece çevrimiçi tüketilebilir
Çoklu sahiplik	Bireysel sahiplik
Kimliksiz/Eşsiz değil	Benzersiz/Eşsiz
Taşınabilir	Bağlama bağlı
Yeniden satılamaz	Kısmen yeniden satılabilir

Sanal ürünler, özellikle çevrim içi dünyalardaki bağlamsal entegrasyonda klasik ürünlerden farklı olan yeni ve özgün bir ürün türünü temsil etmektedir. Sanal ürünlerin gerçek parayla ticareti, e-ticaretin özgün bir türüdür. Geleneksel e-ticaretin aksine internet sadece bir dağıtım platformu olarak kullanılmamakta, ürünlerin satın alınma süreçleriyle birlikte tüketilmeleri de çevrim içi ortamda gerçekleşmektedir (Frieling, 2013, s. 3102-3105).

Sanal ürünlerin gelişimi, çevrim içi dünyaların gelişimiyle yakından bağlantılıdır. İnternet bağlantılarının genişlemesi, bu bağlantılar için fiyatların düşmesi, bilgisayar teknolojileri, kullanıcı arayüzleri ve istikrarlı gelir akışları sağlayan iş modellerinin geliştirilmesiyle çevrim içi sanal dünyalar da gelişmiştir. Sanal ürünlerin görsel temsili, ticari olarak ilk başarılı MMORP (devasa çok oyunculu çevrim içi rol yapma) oyunları olan Ultima Online ve EverQuest’te ortaya çıkmıştır. Her iki oyunda da karmaşık grafiksel ortamlar simüle edilmektedir (Castronova, 2005, s. 56; Frieling, 2013, s. 3100; Pannicke & Zarnekow, 2008, s. 185). Bu ortamlar çeşitli sanal ürünlerin yer aldığı sanal ortamlardır.

3. Dijital Oyunlar ve Sanal Ürünleri

Dijital oyunlar, sayısal bilgisayar teknolojileriyle üretilen görsel ve işitsel öğelerin belirli zaman, alan ve kurallar dahilinde, çeşitli donanımlar aracılığıyla sunulduğu ve etkileşim yoluyla kontrol edilmelerine imkân tanıdığı simülasyonlardır (Erbay, 2021, s. 522). Burada ‘kontrol etmek’ ifadesiyle anlatılan, bir anlamda dijital oyunun tüketilmesidir. Oyuncular, oyunları ve ürünlerini tüketmekle kalmamakta, kendi imkanlarıyla ürettikleri oyun modu, karakteri, eşyası gibi ürünleri ve çeşitli hizmetleri pazarlayarak üretüketici niteliği kazanmaktadır (Buluş & Buluş, 2020, s. 5; Toffler, 2008, s. 335-429).

Tüm dijital oyunlar tüketilmeleri ve gelir sağlamaları için üretilmektedir. Bunun için farklı gelir/iş modelleri tercih edilmektedir. Gelir modelleri oyunun türü, konu içeriği, hedef kitlesi, oyun platformu vb. göre farklılık göstermektedir (Gürçay ve diğerleri, 2019, s. 41; Shipman, 2017, s. 5). Oyun ve oyun içi sanal ürün satışı için kullanılan gelir modelleri, perakende satışlar, perakendenin dijital karşılığı olan dijital indirmeler, bu ikisini kapsayan Buy to Play (B2P), belirli aralıklarla ödeme yapmayı gerektiren abonelik/Pay to Play (P2P), rekabet avantajı kazanarak oyunda başarılı olmayı sağlayan Pay to Win (P2W) ve yaygın şekilde kullanılan Free to Play (F2P) modelleridir. Bu modeller içinde sanal ürünler açısından F2P modeli ön plana çıkmaktadır. Çünkü bu gelir modelinde ana oyunun büyük bölümü veya tamamı ücretsiz oynanabilmekteyken, gelir ek servislerden veya ürünlerin satışından sağlanmaktadır. Oyuncunun bu tür gelir modelinin olduğu oyunlarda ilerleme kaydedebilmek için oyun içinde ödeme yapması, eğer yapmayacaksa oyunu daha uzun süre oynaması gerekmektedir. Ücret ödemediği oynanabilen bu oyunlarda oyun içi reklamlar, mikro işlemler veya fikri mülkiyet haklarının satışı gibi yöntemlerle gelir elde edilmektedir. Bahsedilen oyun içi mikro işlemler, oynanabilir içeriklerin, kozmetik öğelerin, sınırlı süreli

oyun içi kullanım öğelerinin, para birimlerinin ve modların satın alınmasıdır. Tüm bunlarla birlikte oyuncular arasındaki sanal ürün ticaretinden alınan payı ifade eden oyun içi pazarlar (IGM) gelir modeli de söz konusudur. Oyuncular, neredeyse her çevrim içi oyunda bulunan bu pazarlarda oyun geliştiricileri ve üreticileri tarafından sunulan ürünleri satın alabilmekte veya kendi aralarında açık artırmalar ve doğrudan satışlar yoluyla oyun karakteri, oyun eşyası vb. alışverişleri yapabilmektedirler (Ankara Kalkınma Ajansı, 2016, s. 19; Perry, 2008; Sezgin & Uzunoğlu, 2022, s. 128-129; Shipman, 2017, s. 6-7). Bu alışverişler gerçek paralarla veya oyun içi kurgusal paralar ve değerli eşyalarla yapılabilmektedir (Berge & Boone, 2021, s. 17).

Yapılan araştırmalara göre insanlar satın alacakları ürünlere hedonik veya faydacı bir bakış açısıyla yaklaşmaktadır. Faydacı beklentiler içinde olan tüketici, ürünün/hizmetin işlevsel ve nesnel özelliklerine odaklanmaktadır. Hedonik/Hazsal beklentilere sahip tüketici ise duygusal tepkiler, eğlence, zevk, heyecan gibi hazlarla birlikte düş kurma ve estetik kaygılarla tüketime yönelmektedir (Kazaz, 2019, s. 101; Odabaşı & Barış, 2022, s. 24). Bazı oyuncular oyun eşyalarını ticari kaygılarla ucuza alarak ve daha pahalıya satarak kâr etmeyi amaçlamaktadır. Oyun içi resmi marketler/pazarlar, söz konusu ürünlerle ilgili karaborsalar ve bahis siteleri oyuncuların bu amacına hizmet eden yasal ve yasa dışı alışveriş ortamlarıdır (Tamir, 2019, s. 72).

Söz konusu alışverişlere konu olan dijital oyunların sanal ürünleri, ödemeler yoluyla elde edilebilen aksesuarlar, kostümler, evcil hayvanlar, çıkartmalar, süslemeler, zaman kısaltma kartları, ek oynama hakları, silahlar, hediyelik ürünler, karakter jestleri, emojiler, ifadeler, dans figürleri, jetonlar, oyuna özel olan ve sanal ürünleri satın almak için aracı görevi gören para birimleri gibi fiziksel olmayan nesnelere (Jia & Wang, 2019, s. 627). Bu ürünler işlevselliğine göre oyuncuya rekabet gücü veya oyunda ilerleme hızı yoluyla avantaj sağlayan işlevsel öğeler ve nesnel rekabet avantajı sağlamayan dekoratif/işlevsel olmayan öğeler olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Kazanılan oyun tecrübe puanını ikiye katlama kartı, fazladan oyun hakkı, silah onarma kiti, daha güçlü bir savaş silahı veya zırhı gibi oyunu kolaylaştıran işlevsel ürünler oyunda ilerlemek için avantaj sağlamaktadır. Ancak dekoratif ürünler oyuncunun avatarının, silahının veya efekt ve animasyonlarının görünümünü değiştirmekten başka bir işlev/avantaj sağlamamaktadır. İşlevsel olmayan kostümler, avatar görünümleri, saç modelleri, aksesuarlar, mobilyalar, evcil hayvanlar gibi ürünler oyun dengesini etkilemeyen ve oyuncuya ancak psikolojik üstünlük sağlayabilen kozmetik ürünlerdir. Oynaması ücretsiz ve oyuncunun becerisinin ön planda olduğu oyunlarda oyuncular arası eşitliğin bozulmaması için tamamen işlevsel olmayan sanal ürünler pazarlanmakta veya işlevsel ürünler oyun içinde güç dengesizliği oluşturmayacak şekilde tasarlanmaktadır (Jia & Wang, 2019, s. 627; Lin & Sun, 2007, s. 335; Marder ve diğerleri, 2019, s. 72; Oh & Ryu, 2007; Wohn, 2014). Bu sanal ürünlerin üretilmesinde ve satılmasında oyuncular birincil aktörlerdir (Hamari & Lehdonvirta, 2010, s. 15).

Daha güçlü ve varlıklı karakterlere sahip olmakla birlikte diğer oyunculardan daha iyi görünme isteği oyuncuların işlevsel ve dekoratif/kozmetik sanal öğeleri satın alma motivasyonları arasındadır (Akhan & Özdemir, 2022, s. 390). Oyun içinde dış görünüm satın almak, oyuncularda varsayıldan daha çeşitli bir karakter görünümü seçme avantajı sağlayabilmektedir. Bu, oyuncular için kendilerini daha fazla ifade etme ve sosyal aidiyet imkânı sağlamaktadır (Reza ve diğerleri, 2019, s. 6). Bu noktada kozmetik ürünlerin nadirliği ön plana çıkmaktadır. Bu ürünler bilgisayar kodları oldukları için potansiyel olarak sonsuza kadar çoğaltılabilmelerine rağmen oyun üreticileri ürünlerin değerlerini artırmak için onları bilinçli olarak kıt hale getirmektedir (Asadi & Hemadi, 2022; Çelik, 2017, s. 126; Belk, 2013, s. 480; Lehdonvirta, 2009a, s. 81; Lehdonvirta ve diğerleri, 2009, s. 1063). İşlevsel açıdan birbirlerinden farkı olmayan bu ürünlerin nadirliği oyuncularda elde etme isteği uyandırmaktadır (Tamir, 2019, s. 53). Avatarlar ve bireyler için hiçbir acil ihtiyacı karşılamayan bu sanal ürünler, statü, prestij, itibar, kendine güven, kimlik, benlik, kişisel görünüm, bireysellik, aidiyet ve benzersizlik gibi değişim, sosyal ve sembolik değerlerine göre satın alınmaktadır. Nesnelere fiyatlarının belirlenmesinde kullanım değeri yerine nadirlikleri, nesneyi geliştirmek için harcanan zaman ve çaba gibi faktörlere dayanılmaktadır. Nadir ve özel yapımlar ürünler kopyalandıklarında bireysellik ve statü auralarının yok olması riski bulunmaktadır (Ayvaz, 2020; Martin, 2008; Tamir, 2019, s. 65). Bu durum, gerçek hayatta pahalı, nadir ve güzel eşyalara sahip olmanın verdiği hisle benzerdir. Pahalı bir arabası olan kişi kendisini değerli ve farklı hissedebilmekte, sosyal ve ticari açıdan ilgi görebilmektedir (Tamir, 2019, s. 66). Öyle ki dijital oyunlardaki sanal ürünlerin yapımında gerçek dünyadaki fiziksel

nesnelere esinlenilmekte veya bunların sanal versiyonları oluşturulmaktadır. Bununla birlikte herhangi bir fiziksel karşılığı olmayan veya karşılığı olmasına rağmen fiziksel nesneden farklı kullanımlara ve özelliklere sahip olan ürünler de bulunmaktadır (Lehdonvirta, 2009b, s. 99). Gerçek dünyadaki işleviyle kullanılan kılıç, gerçek işlevinden farklı olarak büyü yapmaya yarayan baston ve gerçek dünyada karşılığı olmayan evcil hayvan niteliğindeki ejderha bu ürünlere örnektir.

Sanal ürünlerin değeri, içinde buldukları bağlama bağlıdır. Burada önemli olan sanal ürünlerin diğer insanlar tarafından görülebilir olması ve onları etkilemesidir. Öyle ki ürünün sahibiyle ilişkili başka katılımcılar olmasaydı, sanal bir ürün sahibine kesinlikle çok az fayda sağlardı. Dolayısıyla sanal oyun ürünlerinin değeri, ağa ve ağda bulunan kişilerin ilişkilerine göre belirlenmektedir (Fairfield, 2005). Sanal ürünlerin ortak noktası, dijital alanda etkileşim kurma ve kendini ifade etme fırsatlarını genişletmeleridir (Frieling, 2013, s. 3098).

Sanal ürünlerde değer keyif, karakter yetkinliği, görsel otorite ve maddi olmak üzere dört boyutu bulunmaktadır. Keyif değeri, oyun oynamanın verdiği eğlenceyi artırmak için; karakter yetkinliği değeri, oyun bağlamında karakter yeteneklerini ve gücünü geliştirmek için; görsel otorite değeri, oyun karakterlerini süslemek, oyundaki nadir eşyaları elde etmek veya oyun bağlamında sosyal statüyü geliştirmek için; maddi/parasal değer ise fiyatı uygun olduğu ve harcanan paranın karşılığını verdiği için sanal ürün satın almayı ifade etmektedir (Putra ve diğerleri, 2019). Bunlarla birlikte sanal ürünlerin değerli olabilmesi için karşılıklara ihtiyaç duyulmaktadır. Öyle ki bir kılıcın keskin, işlevsel, güzel veya nadir olduğunu anlayabilmek için referans olarak kullanılacak kör, işlevsiz, çirkin veya yaygın sanal ürünlere ihtiyaç duyulmaktadır (Lehdonvirta, 2009b, s. 111).

4. Konuya İlişkin Daha Önce Yapılan Bazı Bilimsel Araştırmalar

Newzoo verilerine göre Z ve Y kuşağının herhangi bir platformdaki oyunlara para harcama olasılığı daha yüksektir. Y kuşağının (25-40 yaş) %70'i, Z kuşağının (10-24 yaş) %69'u, X kuşağının (41-55 yaş) %52'si ve Baby Boomers kuşağının (56-65 yaş) %29'u dijital oyunlara para harcamaktadır (Jakob, 2021, s. 7).

Hamari vd. (2017) araştırmalarında oyundaki içeriklerin engelleri kaldırmak, sosyal etkileşim, rekabet, ekonomik sebepler, çocukları şımartmak ve oyundaki kilitleri/ödülleri/sandıkları açmak için satın alındığı sonucuna ulaşımlardır. Ayrıca diğerlerinin aksine engelsiz oyun, sosyal etkileşim ve ekonomik motivasyonların oyun içi içeriğe harcanan para miktarıyla olumlu ve anlamlı ilişki içinde olduklarını belirtmişlerdir.

Marder vd. (2019) araştırmaları sonucunda dekoratif ürünlerin hedonik ve sosyal motivasyonlarla satın alındıkları sonucuna ulaşımlardır. İbrahim Ayvaz'ın araştırmasına göre tüketiciler, işlevsellik/fonksiyonellik, korumacılık, gösteriş ve kişiselleştirme motivasyonlarıyla oyun içinde harcama yapmaktadırlar (Ayvaz, 2020, s. 169-170). Ayrıca Marder ve diğerlerinin (2019) bulgularını destekler şekilde bu ürünlerin oyun geliştiricilerine para aktarmak/teşekkür etmek amacıyla da satın alındıkları sonucuna ulaşımlar (Ayvaz, 2020).

Diğer bazı araştırmalarda oyun bağımlılığı ile oyun memnuniyeti, sadakati ve oyun ürünü satın alma niyeti arasında pozitif ve anlamlı ilişkiler olduğu sonuçlarına ulaşımlar (Balakrishnan & Griffiths, 2018; Sağıncı, 2021, s. 74). Oyun karakterine gerçek ve özgün duygusal bağlılık hissetmek her türlü maddi ve manevi harcamayı yaparak oyun içi ürün satın alma niyetini olumlu yönde etkilemektedir. Oyuncular bunu kendilerini daha güçlü ve benzersiz hissetmek için yapmaktadırlar (Sağlam, 2020, s. 241-242, 246).

Mobil oyun ürünlerini satın alma niyeti üzerine odaklanan Jia ve Wang'ın (2019) ulaştığı sonuçlara göre oyuncular, mobil oyunların sanal ürünlerinin kalitesine daha fazla önem vermektedir. Ayrıca işlevsel, duygusal ve sosyal değerler oyun içi ürün satışında etkili olabilmektedir.

Kubilay Uzun (2020, s. 69-70) ekran etkisinin, sosyal etkileşimin ve faydacı sonuç beklentilerinin satın alma eğilimi üzerinde, oyunun akışına dahil olunması durumunda daha etkili olduğu sonucuna ulaşımlar. Ayrıca kadınlara kıyasla erkeklerin, yüksek gelire sahip olanların, dijital oyunlarla yayın platformları aracılığıyla tanışanların, bilgisayar ve konsollar için hizmet veren çevrim içi mağazaları kullananların ve bilgisayar kullananların dijital oyunlara daha fazla harcama yaptıkları sonucuna ulaşımlar.

Törhönen vd. (2020) oyun inceleme ve espor videoları izlemenin oyunla ilgili satın almalarla pozitif yönde ilişkili olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Bunun aksine oyun serisi (let's play) videolarıyla satın alma davranışları arasında bir ilişkinin olmadığını belirtmişlerdir.

Romanus Jogo vd. (2021), gerçekleştirdikleri çalışmada sanal ürünün değerinin, oyun karakteriyle özdeşleşmenin ve oyundan duyulan memnuniyetin sanal oyun ürünü satın alma kararı üzerinde önemli ve anlamlı etkisi olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Bunlar arasından karakterle özdeşleşme, en fazla etkide bulunan değişken olarak kendini göstermiştir.

Cai vd. (2019) araştırmalarında oyuncuların benzersiz görünmek, gruptan sıyrılmak veya diğer oyuncularla birlikte popüler trendleri yakalamak için oyun içi ürünleri satın aldıkları sonucuna ulaşmışlardır. Buna göre sanal ürünlerin tasarımında sosyal ve bireysel niteliklerin dikkate alınması gerekmektedir. Ancak gerçek para harcamayla bireysellik pozitif, sosyal baskı ise negatif ilişkili olduğu için bireysel nitelikler daha önemli olabilmektedir. Bulgularına göre genç oyuncuların oyun içi ürünleri satın alma olasılıkları daha yüksektir. Oyuna duyulan bağlılık ve oyun oynama süresiyle satın alma davranışı arasında pozitif ilişki bulunmaktadır. Araştırmacılar, alışkanlık açısından düzenli/istikrarlı şekilde oyun oynamayanların oyun içi ürünlere daha fazla para harcadıkları sonucuna ulaşmışlardır. Buna göre söz konusu kişiler kompulsif biçimde alışveriş yapmaktadırlar ve ürünlerin araçsal değerlerinden ziyade kozmetik değerlerine önem vermektelerdir.

Cai vd. (2022, s. 1) 21 kişiyle derinlemesine görüşme yaparak işlevsel, olasılık ve süs temelli ürünlerin farklı nedenlerle ve farklı davranışsal süreçlerle satın alındıkları sonucuna ulaşmışlardır. İşlevsel temelli ürünlerin satın alınmasını akış (flow) deneyimine girmek için bir strateji olarak değerlendirmişlerdir. Olasılık temelli ürünlerin satın alınmasını, satın alma kısıtlamaları için bir uzlaşma olarak değerlendirirken; zihinsel ürünlerin satın alınmasını, içsel motivasyonların ve sanal dünyada maruz kalmanın sinerjisi tarafından yönlendirildiğini belirtmişlerdir. Bu nedenlerle dijital oyun araştırmalarında oyun içi ürünlerin homojen bir kavram olarak incelenmemesi gerektiğini belirtmişlerdir.

5. Metodoloji

5.1. Araştırmanın Konusu, Amacı ve Önemi

Çalışmada somut varlığı olmayan sanal ürünlerin tüketimini dijital oyun ürünleri üzerinden okuma amacı güdülmüştür. Bunun için çalışma, dijital oyun oynayan insanların dekoratif oyun ürünü satın alma motivasyonlarını açığa çıkarmak üzere gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda dijital oyunlardaki (kostüm, silah kaplaması, süs eşyası, karakter statü kartı gibi) işlevsel faydası olmayan dekoratif sanal ürünleri tüketme nedenleri araştırma konusu olarak belirlenmiştir.

Literatür incelendiğinde işlevsel ürünlerin aksine işlevsel olmayan dijital oyun ürünlerinin tüketimine dair özellikle Türkiye'de az sayıda çalışmanın yapılmış olduğu görülmüştür. Bu çalışma, tüketim kalıplarının değişerek sanallaştığı vurgusuyla birlikte dijital oyunlara ve söz konusu ürünlere dair farkındalık oluşturma amacı da taşıyarak bu ürünlerin üreticilerine, satıcılarına, reklamcılara ve literatüre katkı sağlayacak olması nedeniyle önem taşımaktadır.

5.2. Araştırma Soruları

Araştırma amacı doğrultusunda oyuncuların işlevsel olmayan dekoratif oyun ürünlerini hangi motivasyonlarla tükettiklerine dair şu sorulara cevap aranmıştır:

1. Oyuncular, kaç adet dekoratif dijital oyun ürünü almışlardır. Söz konusu ürünleri ne kadar sık satın almaktadırlar ve almaya devam etmeyi düşünmekte midir?
2. Oyuncular dekoratif dijital oyun ürünlerini hangi amaçlarla/motivasyonlarla satın almaktadırlar?
3. Dekoratif dijital oyun ürünü satın almaya dair karar verme süreçleri ve bu süreçlerdeki sosyal etkiler nasıl işlemektedir?
4. Dekoratif dijital oyun ürünü satın alma davranışları, dijital oyun oynama tecrübesine, tercih edilen oyun türüne ve demografik özelliklere göre belirgin biçimde farklılaşmakta mıdır?

5.3. Veri Toplama Tekniği ve Etik İzin

Araştırma amacı doğrultusunda belirtilen soruları yanıtlamak üzere önceden belirlenmiş ve ciddi bir amaçla iki taraf arasında soru sorma ve cevaplamaya dayanan etkileşimli bir iletişim süreci olarak tanımlanan görüşme tekniğiyle (Stewart & Cash, 2017, s. 7) daha önce dekoratif dijital oyun ürünü satın almış olan kişilerden gereken veriler toplanmıştır. Veriler toplanırken yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Araştırma için gerekli olan etik onay, Selçuk Üniversitesi Bilimsel Etik Değerlendirme Kurulu'ndan 28.08.2023 tarihinde 2023/19-3 sayılı kararla alınmıştır.

5.4. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmada sanal ürünleri satın alma motivasyonları, dijital oyunlar özelinde incelenmiştir. Bu kapsamda araştırmanın evreni, dekoratif sanal oyun ürünlerinin satın alınabildiği oyunları oynayan ve söz konusu ürünleri satın alan kişilerdir. Evrenin tamamına ulaşmak mümkün olmadığı için amaçlı örneklem alma tekniklerinden biri olan ve önceden belirlenen bir dizi ölçütü karşılayan tüm durumların çalışılmasını ifade eden ölçüt örnekleme yoluyla (Yıldırım & Şimşek, 2016, s. 122) evren içinden belirli sayıda kişiye ulaşılmıştır. Bu noktada belirlenen ölçüt söz konusu ürünleri satın almış olmaktır. Bu kapsamda, Hennink ve Kaiser'in (2022) görüşme tekniğinin kullanılması halinde dokuz ile on yedi katılımcının yeterli olacağı ifadelerinden hareketle söz konusu araştırma sorularına cevap bulabilmek için 13 kişiyle görüşülmesi yeterli görülerek görüşmeler 15-30 Ekim 2023 tarihlerinde yüz yüze ve çevrim içi ortamlarda gerçekleştirilmiştir. Ancak görüşülen 3 kişiden elde edilen veriler, söz konusu kişilerin dekoratif ürün satın almadıklarının anlaşılması nedeniyle analize dahil edilmemiştir. Kimliklerini korumak amacıyla her katılımcıya kod adı verilmiş ve bilgileri Tablo 2'de belirtilmiştir.

Tablo 2. Katılımcılara İlişkin Bilgiler

Kod	Cinsiyet	Yaş	Eğitim	Meslek	Aylık Ortalama Gelir
K1	Kadın	28	Lisansüstü	Doktora Öğrencisi	3.750 TL
K2	Erkek	23	Lisans	Öğrenci	1.250 TL
K3	Erkek	27	Lise	Temizlik Personeli	11.402 TL
K4	Kadın	21	Lisans	Öğrenci	3 bin TL
K5	Erkek	36	Lisansüstü	Akademisyen	32 bin TL
K6	Erkek	23	Lisans	Özel Sektör Çalışanı	24 bin TL
K7	Erkek	18	Lisans	Öğrenci	5-10 bin TL
K8	Erkek	26	Lisansüstü	Akademisyen	30 bin TL
K9	Kadın	20	Lisans	Öğrenci	1.000 TL
K10	Erkek	18	Lisans	Öğrenci	5 bin TL

5.5. Araştırmanın Sınırlılıkları

Tüm sanal ürünlere dair tüketim motivasyonlarını tek çalışmada kapsamlı şekilde açıklamak mümkün olmadığı için çalışma dekoratif dijital oyun ürünleriyle sınırlandırılmıştır. Özellikle dekoratif ürünlere odaklanılmasının nedeni, herhangi bir işlevsel fayda sağlamamalarına rağmen yoğun şekilde tüketilmeleridir. Bu kapsamda görüşmeler, en az bir kez dekoratif oyun ürünü satın almış olan kişilerle gerçekleştirilmiştir.

6. Bulgular

6.1. Dekoratif Dijital Oyun Ürünü Satın Alma Motivasyonları

Katılımcılar özelinde insanların dekoratif dijital oyun ürünlerini hangi motivasyonlarla satın aldıkları sorusuna yanıt aranmıştır. Bununla ilgili olarak K1, bir alışveriş eyleminin gerçekleştirilebilmesi için gerekli olan parasal güce vurgu yaparak '*Yeni oyun ürünleri satın almaya açığım, param olursa neden olmasın?*' ifadesini kullanmıştır.

K1, dekoratif ürünleri, kendisinin ve başkalarının oyun karakterini güzel görmesini sağlamak temel motivasyonu ile '*denk gelmeleri*' halinde satın alacağını belirtmiştir. Oyun karakterinin diğer oyunculara güzel görünmesi halinde hem '*...sanki oyunu daha iyi oynuyormuş, oyunda daha iyiymiş gibi bir algı oluşturacağını...*' hem de '*...özenmelerini sağlayacağım...*' belirtmiştir. K1, dekoratif kostümleri kendisini ustalaşmış hissettiği oyun karakterleri için satın aldığını söylemiştir. Bu karakterlerin birden çok satın alınabilir kostümü olmasına rağmen aldığı kostümleri seçme nedenlerini '*Yeni çıkmışlardı ve diğer kostümlere göre daha güzellermiş gibi*

bissetmişim.' sözleriyle açıklamıştır. Dekoratif ürünleri sadece tasarımsal/estetik açıdan beğendiğini ve elzem olmadıklarını belirtmiştir. Bu ifadeleriyle tutarlı bir şekilde *'Olsalar da olur olmasalar da. Önemli değil ama olurlarsa daha iyi olur, güzel görünür.'* değerlendirmesinde bulunmuştur.

K2, *'Arkadaşlarında, rakiplerinde bulunmayan şeyler sende olduğunda oyuna daha fazla bağlanıyorsun, daha iyi, daha sık oynamaya başlıyorsun. Oyunda kendini farklı görmeye başlıyorsun. Hem rekabet hem de profesyonellik açısından iyi hissediyorsun.'* ifadeleriyle dekoratif ürünlerin profesyonel görünmeyi ve rekabet açısından avantaj sağladıklarını belirtmiştir. Verdiği yanıtlara göre sosyalleşme dürtüsü dijital oyun oynamanın ve dekoratif oyun ürünü satın almanın nedenlerinden biridir. Öyle ki K2, görüşme sırasında kendisinden sürekli olarak *'biz'* ve *'yaptık'* gibi ifadelerle bir grup üyesi olarak bahsetmiştir. Ayrıca arkadaşlarıyla birlikte eğlenmek için oyun oynadığını, dekoratif oyun ürünlerini satın aldığını ve bu süreçlerde arkadaşlarına uyum sağlamaya çalıştığını belirtmiştir. Öncelik olmamalarına rağmen satın aldığı ürünler için harcadığı paraları oyun içindeki başarımları sayesinde tekrar kazandığından da bahsetmiştir. Bu durumda K2'nin harcadığı parayı bir döngü halinde tekrar kazanarak ve harcayarak oyundaki sosyal eğlence ortamının devamlılığını sağladığı söylenebilir.

K3, dijital oyunları para kazanmak için neredeyse her gün oynadığını, alışveriş yaptığını ve oyunlara bağımlılık hissettiğini belirtmiştir. Ayrıca motivasyonunun, iyi oyun ürünleri toplama konusunda rekabet etmek olduğunu belirtmiştir. Kurduğu *'Emanterimde 6. seviye zırb var. Ürün konusunda benimle rekabet edebilecek birisi olduğumu sanmıyorum.'* cümleleri bu konuda yoğun duygular beslediğini göstermektedir.

Görsel olarak hoşuna gittiği için sanal ürünleri satın alan K4, bu sayede oyun içinde daha iyi görüldüğünü ve daha keyifli zaman geçirdiğini belirtmiştir. Oyunları bilinçli şekilde bir boş zaman aktivitesi olarak oynayan K5 ise bu ürünleri oyundan aldığı keyfe ve ürünün özelliklerine göre satın almaktadır. Dekoratif oyun ürünlerinde kendisini cezbeden ilk unsurun *'...oyun karakterini, kullandığı aracı veya silahı özelleştirebilmek...'* olduğunu belirtmiştir. Çok parasının olması halinde oyun elmasları karşılığında aldığı ganimet kutularıyla ilgili çabasının bağımlılığa ve kumarı çağrıştıran bir alışkanlığa dönüşebileceğinden bahsetmiştir. Konuyla ilgili olarak *'Ganimet kutusundan çok iyi bir kart çıktığında sizi çok motive ediyor. Yeni kartlar satışa sunulduğunda daha önceki kazanımlarınız bunları tekrar satın almanız için sizi teşvik ediyor. Bu noktada eğer imkân varsa bu kartları satın almak çok kolay şekilde bağımlılığa dönüşebilir.'* ifadelerini kullanmıştır. K5, *'...tamamen estetik açıdan bakıyorum.'* ve *'Eğer çok hoşuma gidecek şeyler sunarlarsa satın almaya devam ederim.'* dediği bu ürünlerin kendisi için elzem olmadığını da belirtmiştir. Buna dair *'...olmazsa olmaz değil ama hoşuma giderse alırım.'* sözleri, K1'in sözleriyle örtüşmektedir.

K6, dekoratif ürünleri oyun keyfini artırmak, oyundaki görünümünü güzelleştirmek ve ticari kâr sağlamak amaçlarıyla satın aldığını belirtmiştir. Güzel ürünler sayesinde kendisinin ve diğer oyuncuların oyun karakterini, dolayısıyla da oyuncuyu daha etkileyici, profesyonel ve bir anlamda oyunun mentoru olarak gördüklerini, güzel ürünlerin oyun zevkini ve psikolojik olarak oynanışı geliştirdiğini söylemiştir. Konuyla ilgili olarak şu açıklamalarda bulunmuştur: *'Oyunların bir ekosistemi var ve insanlar benim gibi bu ekosistemin bir parçası oluyor. Oyunların pazarlarını iyi şekilde kullandığımız zaman çok para kazanabiliyorsunuz. Örneğin Counter-Strike Global Offensive oyununda yatırılan paranın iki-üç katını yeni oyunun da (Counter-Strike 2) çıkmasıyla kazanmak mümkün. YouTube'da konunun uzmanları denilebilecek kişilerin bununla ilgili öngörülerini içeren pazar taktikleri videoları vardı. Öngörülerde söylendiği gibi eski oyundaki kaplamalar yeni oyunda çok daha güzel görüldükleri için fiyatları arttı. Ganimet kutularının da fiyatları arttı. Yani pazar bir anda pahalılaştı. Dolayısıyla elimizdeki eşyalar da değer kazandı. Bir nevi altın alır gibi yatırım yapmış olduk.'* Bu ifadelerde dikkat çeken noktalar; dijital oyunlardaki sanal ürünlerin borsasının ve uzmanlarının olmasıyla birlikte yatırım amaçlı sanal ürün stokçuluğu yapılmasıdır.

Ticari amaçlarla alışveriş yaptığını söyleyen K7, oyun ürünlerinin tatmin edici olduğunu, mutluluk verdiğini, diğer oyunculara kıyasla üstün hissetmesini, viral olmasını, profesyonel görünmesini sağladığını ve para kazandırdığını belirtmiştir. K7, artık *'Oyunlar hem vaktinizden hem de cebinizden alıyor. Oyunlardan para kazanmayı öğrenmek gerekiyor.'* düşüncesiyle hareket ettiğini vurgulamış ve bu yaklaşımı önermiştir.

Oyun dünyasına bağımlı olduğunu söyleyen K8, sanal ürün satın alma motivasyonlarına dair şu açıklamalarda bulunmuştur: *'Hoşuma giden, verdiğim paraya değecek, nadir olan genellikle güzel ve ucuz ürünleri alıyorum. İlginç tasarımı olan ürünler daha çok hoşuma gidiyor... Bu kostümleri, kaplamaları gerçek dünyadaki gibi diğer insanların da görmesini istiyorum. Hem kendime hem de karşımdaki kişiye güzel görünüyem istiyorum. Sonuçta oyundaki*

karakter dijital bir kostüm ama seni temsil ediyor ve zevkini yansıtıyor. Bu durumda K8'in kendisini oyun karakteriyle özdeşleştirdiği anlaşılmaktadır.

K6 gibi K9 da *'Aslında oynansa pek bir şey katmamalarına rağmen bazı kostümlerin insana daha iyi oynuyormuş gibi bir his verdiği...'* için onları çok beğendiğini ve satın aldığını belirtmiştir. Ucuz olmaları nedeniyle tercih ettiği kostümlerin oyun deneyimine işlevsel açıdan hiçbir şey katmamasına rağmen çok büyük zevk verdiğini belirtmiştir. Oyun karakterlerinin satın alınabilir birçok kostümü olmasına rağmen bunlardan bazılarını *'...animasyonu, sesi, görüntüsü, vuruş hissi, yapısı, renkleri, tarzı, güzelliği oynarken çok zevk verdiği için'* tercih ettiğini söylemiştir. Bunlarla birlikte *'Aldığım kostümlerden birinde karakterimin vahşi batılı bir görünümü vardı ve atıyla koşuyordu. Bu tarz bir kostüm diğer karakterlerde olmadığı için güzel hissettiğiyordu.'* sözleriyle ürünlerin nadirliğinin de kendisi için önemli olduğunu belirtmiştir.

Oyundan para kazanarak yeniden alışveriş yapmak için oyun kasalarını sattığını söyleyen K10, bunlar dışında güzel olduklarını düşündüğü birkaç ucuz silah kaplamasını satın aldığını, ancak artık bunların kendisi için pek önemli olmadıklarını belirtmiştir. Dekoratif ürünlerin oyundaki vuruş hissini etkilemediğini ve zamanla bu ürünlere verilen değer azaldığını, sadece oyundan alınan keyfin, oyunun nasıl oynandığının önemli hale geldiğini vurgulamıştır. Arkadaşlarına uyum sağlamak için az miktarda sanal ürün satın aldığını ancak çoğu arkadaşının oyun oynamayı bırakması ve oyunları sadece eğlenmek için oynaması nedenleriyle artık sanal ürün satın almadığını belirtmiştir. *'Önceden'* olarak ifade ettiği zamanlarda satın aldığı ürünlerin güzel ve havalı görünmelerine, fabrikadan yeni çıkmış ve nadir olmalarına çok önem verdiğini de belirtmiştir. Bilgisayar dosyalarındaki kodlardan ibaret oldukları ve fiziksel olarak deforme olmadıkları için sanal ürünlerin fabrikadan yeni çıkmış gibi olmaları mümkün değildir. Burada söz konusu olan, sanal ürünlerin değerlerini artırmak için yapılan yapay deformasyondur. Bir altının 22 veya 24 ayar olması gibi sanal ürünlerin de ayarları/değerleri ve kullanıldıkça yapay olarak eskidiklerini gösteren sayısal değerleri bulunmaktadır. K10, zenginlik göstergesi olarak değerlendirdiği ve kullanıcısının dikkat çektiğini belirttiği nadir ve fabrikadan yeni çıkmış ürünleri *'...çok pahalı oldukları için...'* satın alamadığını da belirtmiştir.

6.2. Dekoratif Dijital Oyun Ürünü Satın Almaya Dair Sosyal Etkiler ve Karar Verme Süreçleri

Oyuncuların genellikle ekonomik bağımsızlıklarını henüz kazanmamış olan genç dijital yerliler oldukları düşünüldüğünde, dekoratif ürünleri satın almak için dijital göçmen olan ebeveynlerinden onay ve para almaları gerektiği fark edilmektedir. Böyle bir durumda oyuncuların ürün satın alma, oyun ekosistemine ve sosyal çevresine dahil olma süreçleri etki altında kalabilmektedir. Bu nedenle katılımcılara, dekoratif dijital oyun ürünü satın alma süreçlerinde etkili olan unsurlara dair sorular da sorulmuştur.

K2, oyun oynamasına ve dekoratif oyun ürünü satın almasına ailesinin pek müdahale etmediğini belirtmiştir. Arkadaşlarının ise oyuncu olmaları nedeniyle ürün satın alması konusunda kendisini desteklediklerini belirtmiştir. Arkadaşlarıyla uyumlu şekilde hareket edeceğini söylemesi nedeniyle K2'nin dekoratif ürün satın alma kararlarını onların etkisinde kalarak verdiği anlaşılmıştır.

K10 da arkadaşlarıyla birlikte eğlenmek amacıyla oynadığı oyunlarda aldığı keyfi artırmak için sanal ürün satın aldığını, ancak arkadaşları oyun oynamayı bıraktıkları için artık ürün satın almayacağını belirtmiştir. K10 söz konusu satın alma davranışlarını ailesinin bilgisi ve onayıyla yaptığını *'Cüzi miktarlarda harcamalar yapacağım zaman babam izin veriyordu. Ailem bu konuda pek bir şey söylemiyordu.'* sözleriyle açıklamıştır.

Diğer katılımcılar, ailelerinin dekoratif oyun ürünü satın alma davranışlarını onaylamadıklarını belirtmişlerdir. K1, birikmiş parası olmasına rağmen oyun ürünü satın almayı planlamadığını, ancak yeni çıkan bir kostümü gördükten sonra anlık bir dürtüyle satın almaya karar verdiğini söylemiştir. İlk kez kostüm almak istediğinde çocuk olduğunu, satın almadan önce annesinden izin istediğini fakat olumsuz bir yanıt aldığını, ısrarcı davranması sonucunda izin alabildiğini anlatmıştır.

Ailesinin *'...oyun bağımlısı olmayı ve ürün satın almayı hiç onaylamıyor.'* olduğunu belirten K4, dekoratif ürünleri satın almak için çok düşünmediğini, dürtüsel olarak satın aldığını ve almaya devam etmek istediğini belirtmiştir. Öyle ki *'Ürünü almak maddi olarak beni bazen zorladı ama yine de almaya devam ettim.'* açıklamasında bulunması, içinde bulunduğu durumun farkında olduğunu göstermektedir.

Oyun oynaması ve ürün satın alması konularında ilk zamanlarda ailesinin baskısı altında olduğunu söyleyen K6, bu ürünleri satın almak için az da olsa zorlandığını belirtmiştir. Bu konuda *'Genelde aylık olarak kazandığım paranın yarısını oyunlara ayırıyordum. Oyunlarda neyi daha çok kullanıyorsam ona yatırım yaparak bir nevi*

kariyer oluşturuyorum. Oyun ürünü satın almakla ilgili YouTube videoları izliyorum ve ekonomik grafiıklere göre hareket ediyorum. Bu ürünleri, oyunları daha keyifli kıldıkları için alıyorum ama olsalar da olur olmasalar da.’ Kazancının yarısını oyun ürünlerine harcamasına rağmen bu ürünlerin elzem olmadıklarını söylemesi çelişkili bir durumdur. Bu nedenle K6'nın, dijital oyunları ve dekoratif ürünleri yoğun şekilde tüketmekle birlikte bağımlı olarak anılmaktan çekinen bir kişi olduğu söylenebilir.

K9, haberdar olmaları halinde izin vermeyecekleri için ailesinden gizli şekilde ürün satın aldığını belirtmiştir. Kendisini zor durumda bırakacak kadar alışveriş yapmadığını, harçlıklarından biriktirdiği paralarla ürün satın aldığını ve hoşuna gidecek ürünler bulması halinde satın almaya devam edeceğini de belirtmiştir. Maaşlı bir işe başlaması halinde belirli miktarda parayı oyun zevki için harcayacağını, oyunları sosyalleşmek ve keyifli vakit geçirmek için oynadığını vurgulamıştır. Sanal oyun ürünü satın alma süreçlerini ve arkadaşlarının bu süreçlerdeki etkilerini şu sözlerle açıklamıştır: *‘Onların satın aldıkları her şeyi almıyorum ama zevklerimiz aynıysa arkadaşımın oyun hesabına girip, oynayıp ürünü beğenirsem kendi hesabım için alıyorum... Bir ürünü almadan önce düşünüyorum. Mesela fırsatlar, indirimler denk geliyor. Zaten fiyatlar çok yükseldi. Bazı ürünleri düşünmeden almanın ihtimali yok. Hatta bazı ürünleri ne kadar düşünürsem düşünüyem almam mümkün değil.’*

K3, gerçek para harcamaması nedeniyle ailesinin oyun ürünü satın almasına pek müdahale etmediğini belirtmiştir. Ayrıca görüşme sırasında kullandığı ifadelerden hareketle K3'ün bağımlılık konusuna odaklandığı ve kendisini oyun bağımlısı olarak değerlendirmedeği anlaşılmıştır.

Katılımcı 1, 4, 6 ve 9 sanal ürün satın alma konusunda birer oyuncu olan arkadaşlarının onaylarını aldıklarını belirtmişlerdir. Bu konuda K4 *‘Hatta bazen teşvik ettikleri de oluyor.’*; K9 ise *‘Oyunlara çok bağımlı olmadığımı ve zevk aldığımı bildikleri için beni yargalamadılar.’* ifadelerini kullanmıştır.

Katılımcı 5, 7 ve 8 ise hem ailelerinin hem de arkadaşlarının dijital oyunlarda ürün satın almalarını onaylamadıklarını belirtmişlerdir. K5, konuyla ilgili olarak: *‘Ailem oyunlara harcanan vakti ve parayı zıyan olarak görüyor... Kendi ekonomik bağımsızlığımı kazandığımdan beri bu ürünlerle ufak tefek şımarıklıkları kendime çok görmüyorum. Bu ürünleri satın almaya devam etmeyi düşünüyorum. Bunlar benim için tamamen estetik açıdan değerli... Kendimi oyun karakterimle bir tutuyorum. Bu nedenle de bu ürünleri önemsiyorum.’* açıklamalarında bulunmuştur.

Dekoratif ürün satın alma karar süreciyle ilgili olarak, *‘Ben zaten satın alacağım ürünleri önceden kesinleştiriyordum. Elime para geçtiği zaman satın alıyordum. Bunu yaparken kendimi asla zor bir duruma sokmadım.’* açıklamalarında bulunan K7, artık sanal ürün satın almaya devam etmeyi düşünmediğini, çünkü oyunlara para yatırmanın boş ve gereksiz bir uğraş olduğunu belirtmiştir. Bu noktada K7'nin, ailesinin ve çevresindekilerin sözlerini dikkate aldığı söylenebilir.

K5'e benzer şekilde K8, ailesinin ve arkadaşlarının sanal oyun ürünü satın almanın saçma ve gereksiz olduğunu söylediklerini, hatta *‘Çöpe para atmakla eş değer...’* gördüklerini belirtmiştir. Ancak K8 bu durumun oyun oynama ve satın alma tutumunda herhangi bir değişikliğe sebep olmadığını, denk gelmesi halinde dekoratif ürünleri satın almaya devam edeceğini net ve kararlı şekilde ifade etmiştir.

Konuya ilişkin değerlendirmelerde bulunabilmek üzere katılımcıların cevapları tablolarla özetlenmiştir. Öncelikle araştırmanın temel amacı gereği dekoratif oyun ürünlerini satın alma motivasyonlarına dair Tablo 3 oluşturulmuştur.

Tablo 3. Katılımcıların Dekoratif Oyun Ürünü Satın Alma Motivasyonları

Motivasyonlar		K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10
Kıssel- leştirme	Oyun karakterimle kendimi özdeşleştiriyorum. (Kimliğime uygun şekilde alışveriş yapıyorum.)				X	X	X		X	X	
	Oyun içeriğini kendime göre özelleştirmek için satın alıyorum.					X					
Rekabet	Diğer oyuncuları özendirmek istiyorum.	X									
	Oyunda daha profesyonel görünmek istiyorum.		X					X			
	Diğer oyuncularla rekabet etmek ve üstün olmak istiyorum.		X	X				X			
	(Başkalarında olmayan) Ürünler, oyunları daha iyi oynamamı, profesyonel bir oyuncu gibi hissetmemi sağlıyor.		X				X			X	
Oyunda mentor olarak görülme için alıyorum.							X				
Ekonomik	Para kazanmak/Kâr etmek için ürün satın alıyorum.			X			X	X			
	Ürünleri, yatırım değeri taşıdıkları için satın alıyorum.						X				
	Ucuz oldukları için ürün satın alıyorum.								X	X	X
	Prime Gaming gibi platformlar sayesinde ürün satın alıyorum.									X	
	Ürünleri daha sonra satmak üzere stoklamak için satın alıyorum.			X			X				X
Uzmanların önerilerine göre ürün satın alıyorum.						X					
Duygusal / Keyfi	Beni mutlu ettikleri için ürün satın alıyorum.							X			
	Eğlenmek için ürün satın alıyorum.		X						X		X
	Oyunculardan keyif aldığım için veya daha keyifli hale getirmek için ürün satın alıyorum.				X	X	X	X		X	X
Bu ürünler elzem değil. Olsalar da olur olmasalar da ama olurlarsa güzel olur.	X						X				
İmaj	Oyunda daha iyiymişim gibi algılanmak istiyorum.	X	X								
	Havalı görünmek için ürün satın alıyorum.					X					X
	Daha etkileyici olmak için satın alıyorum.						X				
Estetik	Karakterimi güzel görmek istiyorum.	X	X		X		X		X		
	Karakterimi başkalarının güzel görmesini istiyorum.	X	X		X		X		X		
	Ürünleri; hoş, ilginç, güzel oldukları, tasarım temaları ilgimi çektiği için satın alıyorum.	X			X	X			X	X	X
Ürün Özellikleri	Ürünler yeni çıktıkları için ilgimi çekti.	X									
	Nadir ürünler ilgimi çektiği için satın alıyorum.								X	X	X
	Fabrikadan yeni çıkmış ürünler ilgimi çekiyor.										X
Sosyalleşme	Sosyalleşmek için ürün satın alıyorum.		X						X		X
	Arkadaşlarım oynarsa/ürün satın alırsa onlara uyum sağlarım/sağlamaya çalışırım.		X								X
	Meşhur olmamı sağlayacakları için ürün satın alıyorum.							X			
Teşvik	Ganimet kutularından ve oyunlardan edindiğim kazanımlar beni teşvik ettiği için satın alıyorum.					X					
	(Başkalarında olmayan) Ürünler oyuna daha çok bağlanmamı sağladığı için satın alıyorum.		X								
	(Başkalarında olmayan) Ürünler daha çok oyun oynamamı sağladığı için satın alıyorum.		X								

Not: Katılımcıların kullandığı doğrudan ve dolaylı ifadeler dikkate alınarak oluşturulmuştur.

Tablo 3'e göre dekoratif ürünleri satın almanın toplam 9 motivasyonu söz konusudur. Buna göre katılımcılar ürünün öncelikle estetik açıdan ilgi çekici olmasına dikkat etmektedirler. Öyle ki bu motivasyona dair ifadeler toplamda 8 katılımcı tarafından 16 kez kullanılmıştır. Bunun ardından katılımcıların ürünleri duygusal/hazsal tatmin sağlamak veya keyif için satın aldıkları görülmektedir. En fazla öne çıkan üçüncü motivasyon ise yatırım yapmak, kâr etmek, para kazanmak, ucuza ürün almak gibi amaçları içeren ekonomik motivasyonlardır. Diğer motivasyonlar sırasıyla rekabet etmek, oyun alanını ve mülkünü kişiselleştirmek, sosyalleşmek ve istenilen imajı sağlamaktır. Oyun ürünlerinin teknik ve oyun oynamaya veya yeni ürün satın almaya teşvik edici özellikleri ise katılımcıları motive eden en güçlü etkenlerdir.

Demografik özelliklerine göre katılımcıların dekoratif ürünleri satın alma durumlarına dair açıklama sunmak için oluşturulan Tablo 4 incelendiğinde yaş, cinsiyet, aylık ortalama gelir, meslek veya eğitim düzeyine göre oyun oynama süresinde, ürün satın alma sayısında, ürünlere harcanan para miktarında ve satın alma niyetinde dikkat çeken bir farklılığın olmadığı görülmektedir. Tablo 4'te sunulan diğer veriler incelendiğinde dekoratif ürünlerin çoğunlukla hedonik bir yaklaşımla tüketildikleri anlaşılmaktadır. Öyle ki 8 katılımcı haz, keyif, eğlence, mutluluk duymak gibi amaçlarla ürün satın aldıklarını belirtmişlerdir. Söz konusu 8 kişiden üçü aynı zamanda işlevsel faydalar sağlama amacı gütmekte, biri ise ürünleri dürtüsel biçimde satın almaktadır. Bahsedilen işlevsel faydalar, ürünleri satarak para kazanmak ve/veya psikolojik olarak profesyonel bir oyuncu gibi hissetmektir. Oyunu daha iyi oynamayı ve oyun rekabetinde üstün olmayı sağladığı için profesyonel hissetme motivasyonu, işlevsel bir fayda olarak değerlendirilmiştir. Bu durum ise söz konusu ürünlerin sadece görsel haz sağlamadıkları anlamına gelmektedir. Bir katılımcının çok düşünmeden ve plan yapmadan ürün satın aldığı için dürtüsel bir yaklaşıma sahip olduğu görülürken, bir diğer katılımcının maddi olarak zor durumda kalmasına rağmen kendini kontrol edemeyerek ürün satın almaya devam etmesi nedeniyle kompulsif yaklaşıma sahip bir tüketici olduğu anlaşılmıştır.

Tablo 4. Katılımcıların Demografik Özelliklerine ve Oyun Deneyimlerine Göre Dekoratif Oyun Ürünü Satın Alma Davranışları

	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10
Cinsiyet	K	E	E	K	E	E	E	E	K	E
Yaş	28	23	27	21	36	23	18	26	20	18
Eğitim	Lisansüstü	Lisans	Lise	Lisans	Lisansüstü	Lisans	Lisans	Lisansüstü	Lisans	Lisans
Meslek	Öğrenci	Öğrenci	Temizlik Personeli	Öğrenci	Akademisyen	Özel Sektör Çalışanı	Öğrenci	Akademisyen	Öğrenci	Öğrenci
Gelir	3750 TL	1250 TL	11.402 TL	3 bin TL	32 bin TL	24 bin TL	5-10 bin TL	30 bin TL	1.000 TL	5 bin TL
Deneyim süresi	12-13 yıl	8 yıl	4-5 yıl	- (Günde 8-9 saat)	15 yıl	- (Tek oyunda 5 bin saat +)	6 yıl	-	-	6 yıl
Satın alma sayısı	1-3	500	100 +	15	8-10	35	1000+	10	15	-
Harcanan TL	775 TL	600 TL	Oyun parası ve başarıları ile	Yıllık 1000-1500 TL	1000 TL	Giderek artıyor. (1000 TL-20 bin TL)	110.000 TL+	700 TL	900 TL	150-200 TL
Satın alma tarzı	Hedonik Dürtüsel	Hedonik	Dürtüsel	Kompulsif	Hedonik	Faydacı Hedonik	Faydacı Hedonik	Hedonik	Hedonik	Faydacı Hedonik
Satın alma niyeti	Evet (param olursa alırım. Elzem değil. Olsalar da olur olmasalar da, olurlarsa güzel olur)	Evet (Arkadaşlarıma uyum sağlanım)	Oyun sumucuları kapatılmazsa oynarım	Düşünmeden ve plan yapmadan, kendini zor durumda bırakacak olsa bile satın alıyor ve alacak.	Oyunlardan keyif aldığı için ve oyunları bir boş zaman aktivitesi olarak gördüğü için alıyor ve alacak.	Yatırım, kâr ve keyif amaçlı satın alıyor ve alacak.	Gereksiz gördüğü için artık oyunlara para harcamak istemiyor. Sadece kâr etmek için ticaretini yapıyor.	Çevresinden etkilenmiyor. Güzel, ucuz ürünler denirse satın almaya devam edecek.	Zevklerine uygun güzel ve ucuz ürünler bulursa planlı şekilde almaya devam edecek.	İş ve okul nedeniyle birçok arkadaşı oyun oynamayı bıraktığı için artık ürün satın almayacak.

Not: Mümkün olduğu kadar doğru açıklamalarda bulunabilmek için harcanan TL ile ilgili soruya güncel asgari ücret (11.402 TL) göz önünde bulundurularak cevap verilmesi istenmiştir ve geçmişe ilişkin verilen cevaplar bu ücrete göre güncellenerek belirtilmiştir.

7. Tartışma ve Sonuç

Somut varlığı ve işlevsel faydası olmayan sanal ürünlerin hangi motivasyonlarla satın alındıkları sorusuna dijital oyunlar özelinde yanıt bulmak amacıyla görüşme tekniği kullanılarak gerçekleştirilen bu çalışmada katılımcıların cevaplarına genel olarak bakıldığında dijital göçmenlerin dijital oyunlara ve dekoratif ürünlere mesafeli davrandıkları, yasaklayıcı bir tavır içinde oldukları anlaşılmıştır. Katılımcıların arkadaşlarının yasaklayıcı, yargılayıcı veya olumsuz bir yaklaşım içinde olmadıkları, aksine destekleyici bir tutum sergiledikleri ve hatta ürün satın alma konusunda teşvik edici olabildikleri anlaşılmıştır. Bunun nedeninin 'arkadaş' olarak ifade edilen dijital yerlilerin dijital oyun oynamaları ve dijital ürün satın almaları olduğu söylenebilir.

Yoğun şekilde oyun oynayan ve oyun ürünü satın alanlarla birlikte son derece bilinçli ve kontrollü katılımcılar da bulunmaktadır. Katılımcılar kendilerini profesyonel oyuncu, bir nevi kariyer oluşturan yatırımcı, keyif ve eğlence amacıyla hobi edinen kişi olarak tanıtmaktadır. Bu konuda içinde buldukları durumları 'Arkadaşlarımla eğleniyoruz.', 'Benim için oyunlar boş zaman eğlencesi.', 'Ben profesyonel bir oyuncuyum.', 'Oyun ürünü ticareti yapıyorum ve para kazanıyorum.' gibi ifadelerle gerekçelendirmişlerdir. Bu nedenle yoğun şekilde oyun oynamanın ve ürün satın almanın katılımcılar için kabul edilmeyen, aksine çeşitli şekillerde savunma, açıklama, yumuşatma veya gerekçelendirme gerektiren bir durum olduğu anlaşılmıştır.

Katılımcıların yaptıkları öz eleştiriler dekoratif ürünlerin öncelik olmadıkları, bu ürünlerin insanları maddi olarak zor durumda bırakmalarına rağmen cezbedici oldukları anlaşılmıştır. Ayrıca uzun süre oyun oynamanın ve planlı bir şekilde ürün satın almanın övünülecek bir başarı gibi görüldüğü de anlaşılmıştır. İnsanın vaktinden ve cüzdanından çaldığını belirtmelerine rağmen katılımcıların, oyunlara ve ürünlere ilgi duymaya devam etmeleri, söz konusu oyunların ve ürünlerin cezbedici özelliklerinin olduğunu göstermektedir. Bu noktada bazı katılımcılar oyun dünyasından uzaklaşmayı, bazıları ise oyunlarla profesyonel boyutlarda ilgilenmeyi çözüm olarak sunmaktadırlar.

Belirtilen öz eleştiriler ve değerlendirmelere göre katılımcıların az veya çok içinde buldukları durumun farkında oldukları, sosyal onaylanma durumuna göre kendilerine bazı savunma mekanizmaları geliştirdikleri söylenebilir. Görüşme metinleri derinlemesine incelendiğinde bazılarının bilinçli ve öz denetime sahipmiş gibi davranmasıyla birlikte tüm katılımcıların çeşitli gerekçelere sığındıkları görülmüştür.

Yapılan analizler sonucunda bazı katılımcıların, dekoratif oyun ürünlerini satın alırken kendi kişiliklerini oyuna dahil ettikleri anlaşılmıştır. K5'in, dijital oyunları ikinci bir yaşamın simülasyonu olarak nitelendirmesi ve diğer bazı katılımcıların oyun karakterini gerçek kimlikleriyle özdeşleştirdiklerini belirtmeleri bunu açıkça ortaya koymaktadır. Katılımcılar, oyunlardan ve oyun dünyasındaki temsillerinden keyif almakla birlikte bunu ucuz ve ekonomik kazanç sağlayacak şekilde yapmak istemektedirler. Bu noktada sadece iki katılımcının toplamda bir aylık asgari ücretten (11.402 TL) fazla para harcamış olması, bazı katılımcıların oyun içi başarımlar yoluyla edindikleri ürünleri satarak para kazanmaları ve bu paralarla yeni ürünler satın almaları dikkat çekmektedir. Başarımlar yoluyla ürün kazanmak maddi anlamda zararsız görülebilir ancak bunun için uzun süre ve başarılı şekilde oyun oynamak gerekmektedir. Bu durumda kişilerin günlük hayatlarındaki görevlerini ihmal edecek kadar uzun süre oyun oynamaları söz konusu olabilmektedir.

Dikkat çeken bir diğer nokta oyun ürünlerinin teknik ve oyun oynamaya veya yeni ürün satın almaya teşvik edici özelliklerinin en etkisiz motivasyonlar olmasıdır. İşlevsel faydalar sağlamamaları nedeniyle dekoratif ürünlerin teknik özellikleri bakımından motive edici olmamaları şaşırtıcı değildir. Ancak teşvik motivasyonunun diğer motivasyonlara kıyasla zayıf olması, dekoratif ürünlerin oyun oynama ve oyun ürünlerini satın alma noktalarında teşvik edici olmadıklarına dair önemli bir bulgudur.

Oyunlardan edinilen ürünlerin gerçek paraya dönüştürülerek geçim kaynağı haline getirilebilmelerine karşılık makul seviyelerin aşılması halinde oyunların ve oyun ürünlerinin yarardan çok zarar vermesi şaşırtıcı olmayacaktır. Dijital oyunlar ve dekoratif ürünler konusuna daha odaklı ve uzun vadeli bir strateji dahilinde yaklaşmanın ciddi faydaları olacaktır. Öyle ki dijital oyun ve oyun ürünleri sektörleriyle yeni bir bacasız sanayi kurmak mümkündür. Yeni meslek dallarını ortaya çıkaracak, reklamcılık sektörünü etkileyecek, büyük çaplı sanal ürün pazarlarını oluşturacak olan bu bacasız sanayi kendisini, oyunların ve ürünlerinin üretilmesi, dağıtılması ve tüketilmesi noktalarında yerel, ulusal ve uluslararası boyutlarda

meydana gelecek zincirleme reaksiyonlarla gösterecektir. Bu noktada yapılabilecek önerilerden bazıları; dijital oyun okuryazarlığına ilişkin bilimsel araştırmaların yapılması, buna ilişkin ders içeriklerinin oluşturulması, dijital oyun ürünlerine ve ekonomilerine ilişkin çalışmaların gerçekleştirilerek fırsatlardan yararlanılmasıdır. Bu ürünler, üreticilerine ve tüketicilerine ekonomik kazanç sağlamakla birlikte manevi olarak etki edebilecek niteliklere de sahiptir. Öyle ki görüşülen katılımcılar dijital oyun ürünlerini en çok estetik, duygusal/hazsal ve ekonomik motivasyonlarla satın aldıklarını belirtirken, bu katılımcılardan sadece biri artık dijital oyun ürünü satın almayacağını ifade etmiştir.

8. Extended Abstract

With the invention of money, the steam engine, and information technologies, products, services, consumption patterns, and habits have changed. People have started to consume according to their wants as well as their needs. Physical markets have turned into virtual markets, and even virtual products without physical reality have started to be sold in these markets. Digital game markets and the virtual products offered for sale in these markets are among the last points reached by this consumption transformation.

Virtual products are superficially defined as 'products that exist in a virtual world'. They do not have independent existence like physical objects; on the contrary, they are virtual, such as virtual currencies and website domain names, and are acquired through technical means. They consist of computer code that can be displayed on a screen after being translated into an image or sequence of images.

Digital virtual products are divided into two categories: classic and virtual. Classic digital products are non-unique editorial content such as e-books and music files that can be consumed partly online. Virtual products represent a new and unique type of product that differs from classic products, especially in contextual integration in online worlds. The visual representation of these unique and fundamentally digital products that can only be consumed in the online world emerged in Ultima Online and EverQuest, the first commercially successful massively multiplayer online role-playing games. Virtual goods in digital games are divided into functional items that give the player an advantage through competitiveness or speed of progress in the game, and non-functional/decorative items that do not provide objective competitive advantage (such as skins, character status cards, dance figures).

In this study, the question of the motivations behind the purchase of virtual products that do not have a tangible reality and function, was sought to be answered in the context of digital games. In this direction, criterion sampling and interview technique were used to analyze the data obtained from 10 people who had previously purchased decorative products.

According to the results of the analysis, it was observed that the participants who purchased decorative digital game products were motivated by 9 main motivations. These motivations are aesthetic satisfaction, emotional/spiritual satisfaction, economic goals, competition, personalization, socialization, image creation, technical features, and incentive features. According to these results, decorative products, which provide economic gain to producers and consumers as well as have a spiritual impact, are mostly consumed with a hedonic approach.

In terms of game and game product consumption, there are both addicts and highly conscious participants. However, none of the participants characterized themselves as game or game product addicts, but rather as professional gamers, career investors, or hobbyists for pleasure and entertainment. For this reason, it was understood that playing games and buying products intensively was not accepted by the participants and that it was a situation that required defense, explanation, softening, or legitimization in various ways depending on social approval.

When the findings regarding the participants' decorative game product purchasing processes are analyzed, it is understood that digital migrants have a distant and prohibitive attitude towards digital games and decorative products. The friends of the participants, on the other hand, did not adopt a prohibitive, judgmental, or negative approach, on the contrary, they were supportive and even encouraged them to purchase products. The reason for this is that digital natives, referred to as 'friends', also play digital games and buy digital products.

It was observed that there was no significant difference in the number of game product purchases, the amount of money spent on products and purchase intentions according to the demographic characteristics

and game experiences of the participants. Accordingly, it can be said that decorative product purchasing behavior in digital games emerges in different ways for individuals. In support of this, it was observed that some participants incorporated their personalities into the game while purchasing decorative game products.

To raise awareness about digital games and decorative products and to reveal potential benefits, it is recommended that mixed-method studies be conducted to obtain more detailed findings on the subject.

Keywords: Consumption, Consumption Society, Virtual product, New Media, Digital Game, Digital Game Products.

Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı / Contribution of Authors

Yazarların çalışmadaki katkı oranları İbrahim KAHRAMAN %50/ Ahmet TARHAN %50 şeklindedir.
The authors' contribution rates in the study are İbrahim KAHRAMAN %50/ Ahmet TARHAN %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.

Kaynakça

- Akhan, C., & Özdemir, E. (2022). The Effect of In-Game Product Placement on Attitude Towards In-Game Advertisements and In-Game Purchase Intention: A Study on Young Consumers. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*(61), 385-406. <https://doi.org/https://doi.org/10.18070/erciyesuibd.990855>
- Ankara Kalkınma Ajansı. (2016). *Dijital Oyun Sektörü Raporu*. Ankara Kalkınma Ajansı.
- Asadi, A., & Hemadi, R. (2022). Understanding Currencies in Video Games: A Review. *1st International Digital Games Research Conference: Trends, Technologies, and Applications (DGRC)*. <https://doi.org/https://doi.org/10.48550/arXiv.2203.14253>
- Ayvaz, İ. (2020). Oyu İçi Satın Alımını Etkileyen Faktörler: Türkiye Pazarına Yönelik Keşifsel Bir Çalışma. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 7(1), 162-172.
- Balakrishnan, J., & Griffiths, M. (2018). Loyalty towards online games, gaming addiction, and purchase intention towards online mobile in-game features. *Computers in Human Behavior*(87), 238-246. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.06.002>
- Belk, R. (2013). Extended Self in a Digital World. *Journal of Consumer Research*, 40(3), 477-500. <https://doi.org/https://doi.org/10.1086/671052>
- Berge, E., & Boone, C. (2021). *NFTs and Virtual Currency in Games: Compliance Issues and Legal Risks*. Venable LLP.
- Buluş, B., & Buluş, G. (2020). Kültür Endüstrisi Ürünü Olarak Dijital Oyunlar ve Dijital Ekonomi. *Aksaray Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12(2), 1-6. <https://hdl.handle.net/20.500.12451/7640>
- Cai, J., Wohn, D., & Freeman, G. (2019). Who purchases and why? Explaining Motivations for In-game Purchasing in the Online Survival Game Fortnite. *HI PLAY 2019 - Proceedings of the Annual Symposium on Computer-Human Interaction in Play*, (s. 391-396). <https://doi.org/https://doi.org/10.1145/3311350.3347196>
- Cai, X., Cebollada, J., & Cortiñas, M. (2022). A Grounded Theory Approach to Understanding In-Game Goods Purchase. *PLoS ONE*, 17(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.1371/journal.pone.0262998>
- Cambridge Dictionary. (2023, 4 26). Purchase.
- Castronova, E. (2005). *Synthetic Worlds: The Business and Culture of Online Games*. University of Chicago Press.
- Çelik, Ş. (2017). Ben, Kendim ve Avatarım: Sanallık ve Gerçeklik Arasında Tüketim, Sahip Olunanlar ve Kişisel Benlik. *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, 9(1), 117-154.
- Elden, M. (2022). *Reklam ve Reklamcılık*. Say Yayınları.
- Erbay, A. (2021). İletişim Biliminde Dijital Oyunlar Üzerine Yapılan Çalışmaların Betimsel Analizi. *Uluslararası Sosyal Bilimler Akademisi Dergisi*(5), 519-556. <https://doi.org/https://doi.org/10.47994/usbad.817988>
- Fairfield, J. (2005). Virtual Property. *Boston University Law Review*(85), 1047-1102.
- Frieling, J. (2013). Virtual goods in online worlds: Basics, characteristics and monetization. *INFORMATIK 2013* (s. 3097-3107). Bonn: Gesellschaft für Informatik e.V.
- Gürçay, H., Kepenek, E., & Tekin, E. (2019). *Türkiye'de Dijital Oyun ve Animasyon*. Retro.
- Hamari, J., & Lehdonvirta, V. (2010). Game Design as Marketing: How Game Mechanics Create Demand for Virtual Goods. *International Journal of Business Science & Applied Management*, 5(1), 14-29. <https://ssrn.com/abstract=1443907>
- Hamari, J., Alha, K., Järvelä, S., Kivikangas, J., Koivisto, J., & Paavilainen, J. (2017). Why do players buy in-game content? An empirical study on concrete purchase motivations. *Computers in Human Behavior*(68), 538-546. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.11.045>
- Hennink, M., & Kaiser, B. (2022). Sample Sizes for Saturation in Qualitative Research: A Systematic Review of Empirical Tests. *Social Science & Medicine*(292), 1-10. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2021.114523>
- Jakob, J. (2021). *Newzoo's Generations Report: How Different Generations Engage with Games*. Newzoo.

- Jia, J., & Wang, H. (2019). The Effect of Consumption Values on Purchase Behavior for Virtual Goods in Mobile Game. *Proceedings of the 1st International Symposium on Economic Development and Management Innovation (EDMI 2019)* (s. 626-631). Atlantis Press. <https://doi.org/https://doi.org/10.2991/edmi-19.2019.108>
- Jogo, R., Prasetya, D., & Respati, H. (2021). The Effect of Virtual Items, Character Identification and Game Satisfaction on Purchasing Decisions of Virtual Items Online (Case Study on Online Game Player Dota 2 Malang). <https://www.semanticscholar.org/paper/The-Effect-of-Virtual-Items%2C-Character-and-Game-on-Jogo-Prasetya/4e2d10a4bfb379e907e1b2a6022a68c7bd916c27>
- Kazaz, A. (2019). *Duygusal Zeka ve Tüketim*. Literatürk Academia.
- Lehdonvirta, V. (2009a). Virtual Consumption. *Turku School of Economics*(A-11). <https://doi.org/https://doi.org/10.2139/ssrn.1630382>
- Lehdonvirta, V. (2009b). Virtual item sales as a revenue model: Identifying attributes that drive purchase decisions. *Electronic Commerce Research*, 9(1), 97-113.
- Lehdonvirta, V., Wilska, T. A., & Johnson, M. (2009). Virtual Consumerism: Case Habbo Hotel. *Information, Communication & Society*, 12(7), 1059-1079. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/13691180802587813>
- Lin, H., & Sun, C. (2007). Cash Trade Within the Magic Circle: Free-to-Play Game Challenges and Massively Multiplayer Online Game Player Responses. *DiGRA Conference*, (s. 335-343).
- Marder, B., Gattig, D., Collins, E., Pitt, L., Kietzmann, J., & Erz., A. (2019). The Avatar's new clothes: Understanding why players purchase non-functional items in free-to-play games. *Computers in Human Behavior*, (s. 72-83). <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.09.006>
- Martin, J. (2008). Consuming Code: Use-Value, Exchange-Value, and the Role of Virtual Goods in Second Life. *Journal For Virtual Worlds Research*, 1(2), 1-21. <https://doi.org/https://doi.org/10.4101/jvwr.v1i2.300>
- Maslow, A. (1954). *Motivation and personality*. Harpers.
- Naone, V. (2007, 11 12). *Bewegungsfreiheit zwischen virtuellen Welten*. MIT Technology Review: <https://www.heise.de/hintergrund/Bewegungsfreiheit-zwischen-virtuellen-Welten-280523.html>
- Odabaşı, Y., & Barış, G. (2022). *Tüketici Davranışı*. Mediacat.
- Oh, G., & Ryu, T. (2007). Game Design on Item-selling Based Payment Model in Korean Online Games. *DiGRA '07*. Tokyo.
- Pannicke, D., & Zarnekow, R. (2008). Virtual Worlds. *Business & Information Systems Engineering*, 1(2), 185-188. <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/s12599-008-0016-1>
- Perry, D. (2008). *29 Business Models for Games*. Medium: <https://medium.com/@lightspeedvp/29-business-models-for-games-832b892f5fb5>
- Psczolla, J.-P. (2019). Virtuelle Gegenstände als Objekte der Rechtsordnung. *WebDok* 17/2009. <https://doi.org/https://doi.org/10.7328/jurpcb/200924113>
- Putra, T., Hayat, B., & Latifa, R. (2019). Why Do We Buy Virtual Goods? *2019 7th International Conference on Cyber and IT Service Management (CITSM)*. Indonesia. <https://doi.org/https://doi.org/10.1109/CITSM47753.2019.8965331>
- Reza, A., Chu, S., Khan, Z., Nedd, A., Castillo, A., & Gardner, D. (2019). Skins for Sale: Linking Player Identity, Representation, and Purchasing Practices. (s. 124-131). Springer International Publishing. https://doi.org/https://doi.org/10.1007/978-3-030-15742-5_11
- Sağınca, H. (2021). Oyun Bağımlılığı, Oyun Sadakati ve Satın Alma Niyeti Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Dijital Oyunlar Üzerine Bir Araştırma. *Yüksek Lisans Tezi*. Karaman: Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Sağlam, M. (2020). Dijital Oyunlar ve Çevrimiçi Tüketim Üzerine Etkisi: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. A. İgit, & Ö. Sayılğan içinde, *Dijital İletişim Kuram ve Araştırmaları* (s. 227-249). Nobel.
- Sezgin, S., & Uzunoglu, S. (2022). Loot Box Ekonomisi ve Dijital Karaborsalar: FIFA Örneği. *The Journal of Social Science*, 6(11), 125-138. <https://doi.org/https://doi.org/10.30520/tjsosci.1059661>

- Shipman, E. (2017). Türkiye'de Yaşayan Millennial Kuşağının Video Oyunları Satın Alma Sıklığını Etkileyen Faktörler. *Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Solomon, M. (2019). *Consumer Behavior Buying, Having, and Being*. Pearson.
- Stewart, C., & Cash, W. (2017). *Interviewing: Principles and Practices* (15. Baskı b.). McGraw Hill.
- Tamir, A. (2019). Meta Fetişizmi Bağlamında Bilgisayar Oyunları: Counter-Strike: Global Offensive Örneği. *Yüksek Lisans Tezi*. Ankara: Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Toffler, A. (2008). *Üçüncü Dalga*. Koridor Yayıncılık.
- Törhönen, M., Sjöblom, M., Vahlo, J., & Hamari, J. (2020). View, Play and Pay? – The Relationship between Consumption of Gaming Video Content and Video Game Playing and Buying. *Proceedings of the 53rd Hawaii International Conference on System Sciences*. Hawaii. <https://doi.org/https://doi.org/10.24251/HICSS.2020.332>
- Uzun, K. (2020). Yükselen Endüstri Olarak Dijital Oyun Endüstrisi ve Dijital Oyuncuların Tüketim Eğilimlerini Etkileyen Faktörler (KTÜ Örneği). *Yüksek Lisans Tezi*. Trabzon: Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Wohn, D. (2014). pending Real Money: Purchasing Patterns of Virtual Goods in an Online Social Game. *CHI '14: Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, (s. 3359–3368). <https://doi.org/https://doi.org/10.1145/2556288.2557074>
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2016). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Seçkin Yayıncılık.

Avrupa'da Aşırı Sağ Politikaların Yükselişi ve Göçmen Sorununun Avrupa Medyasına Yansıması

Zühal FİDAN BARİTÇİ* 

ÖZ

Avrupa'da yükselen aşırı sağ partiler ve onların göçmenler üzerinden ürettikleri politikalar son dönemlerin popüler konusu olarak tartışılmaya devam etmektedir. Covid-19 sonrası küresel anlamda yaşanan ekonomik sıkıntılar, ülkelerin göçmenlere yönelik kararlarını gözden geçirmelerine sebep olmuştur. Bu süreçte, aşırı sağ partilerin göçmen karşıtı argümanlarını destekleyen tutumları medyanın da gündemine girmiştir. Bu çalışma, Avrupa medyasının aşırı sağ partilerin göçmenlere ilişkin politikalarını nasıl yansıttığı ve hangi çerçevelerle ele aldığını incelemektedir. Bu amaçla aşırı sağ partilerin iktidara ortak oldukları ülkelere İtalya'dan *Libero Quotidiano* ve Hollanda'dan *De Telegraaf* gazeteleri örneklem olarak belirlenmiştir. 1 Kasım 2023 ve 31 Ocak 2024 tarihleri arasında bu iki gazetenin 107 haber fotoğrafı üzerinden göçmenleri yansıma biçimleri içerik analizi ve görsel çerçeveleme yöntemi ile belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırmaya konu edilen kategorilerde her iki gazetenin haber görselleri ve haber görsel çerçevelerinde göçmenlerin olumsuz bir şekilde yansıtıldığı sonucuna ulaşılmıştır. Küresel anlamda yükselen milliyetçilik söylemlerinin arka planında medyayla desteklenen göçmen karşıtı haberlerin etkili olduğu bulgusuna erişilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Aşırı Sağ, Medya, Medyada Temsil, Göçmen, Görsel Çerçeveleme.

The Rise of Far-Right Politics in Europe and the Reflection of the Immigration Issue on the European Media

ABSTRACT

The rising far-right parties in Europe and their policies on immigrants continue to be discussed as a popular topic in recent times. The economic difficulties experienced globally after COVID-19 have caused countries to review their decisions regarding immigrants. In this process, the attitudes of far-right parties that support their anti-immigrant arguments have also entered the agenda of the media. This study analyses how the European media reflects and frames the policies of far-right parties regarding immigrants. For this purpose, Italy's *Libero Quotidiano* and the Netherlands' *De Telegraaf* newspapers were selected as samples from the countries where far-right parties are partners in power. Between November 1, 2023, and January 31, 2024, 107 news photographs of these two newspapers were used to determine the ways of reflecting immigrants through content analysis and the visual framing method. It was concluded that immigrants were negatively reflected in the news images and news visual frames of both newspapers in the categories subject to the research. It has also been found that anti-immigrant news supported by the media is effective in the background of rising nationalism discourses in a global sense.

Keywords: Far-Right, Media, Immigration, Representation in the Media, Visual Framing.

1. Giriş

Göç, bir dizi karmaşık faktörün bir araya gelmesinden kaynaklanmakta ve küresel sisteminin karşılaştığı en önemli krizlerden birini oluşturmaktadır. Yaşanan iklim değişiklikleri, doğal afetler, savaşlar, nüfus artışı, sosyoekonomik problemler, iç çatışmalar nedeniyle milyonlarca insan yaşadığı yeri terk etmektedir. Bu göç dalgaları, medyanın geniş bir şekilde ele aldığı bir konu haline gelmiştir. Uluslararası medya kuruluşları, göçmenlerin yaşadığı zorlukları, yolda karşılaştıkları tehlikeleri ve gittikleri yerde karşılaştıkları sorunları geniş bir şekilde rapor etmektedir. Ancak, kimi medya kuruluşları bu konuyu ele alırken farklı birçok bakış açısını yansıtabilmekte bu da göçmenlerle ilgili toplumsal algıları etkilemektedir. Özellikle, son zamanlarda göçmenlerin bir tehdit olarak algılanması hususunda medyanın rolü büyüktür. Bazı medya kuruluşları, göçmenleri hedef göstererek, onları toplum için bir tehlike olarak göstermeye çalışmaktadır. Bu tür bir

* **Corresponding Author/Sorumlu Yazar**, Doç. Dr./Assoc. Prof. Dr., Aksaray Üniversitesi, Aksaray, Türkiye/ Aksaray University, Aksaray, Türkiye, zuhalfidan@aksaray.edu.tr
Makale Gönderim ve Kabul Tarihleri/Article Submission and Acceptance Dates: 15.04.2024-28.05.2024

Citation/Atf: Fidan Baritci, Z. (2024). Avrupa'da aşırı sağ politikaların yükselişi ve göçmen sorununun avrupa medyasına yansıması. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 54, 193-212. <https://doi.org/10.52642/susbed.1468621>

This work is licensed under Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License



haber dili, göçmenlere yönelik negatif tutumların artmasına ve toplumda ayrımcılığın güçlenmesine sebep olmaktadır.

Avrupa'da aşırı sağ partilerin yükselişi ve artan şiddet olaylarının göçmenlere atfedilmesi, Öner'in (2014) belirttiği gibi olayın boyutunu anlamak için önemlidir. Aşırı sağ partiler, göçmenleri ülkelerinin güvenliği ve istikrarı için bir tehdit olarak göstermektedirler. Bu durum özellikle ekonomik zorluklar veya işsizlik durumlarında tehdit algısı oluşturmaktadır. İç politika meselesi haline getirilen diğer bir konu ise sosyal hizmetlerin göçmenler tarafından kullanılmasıdır ki bu da aşırı sağ partilerin argümanlarında sıklıkla yer almaktadır. Dolayısıyla ülkenin kaynaklarının başkaları tarafından kullanılıyor olması algısı, siyasi bir politika malzemesine dönüştürülmektedir. Bu algının toplumsal sonucu ise elbette olumsuzdur. Çünkü göçmenlerle birlikte ülkede oluşan dini ve kültürel çeşitlilik tehlike olarak algılanmaktadır. Nitekim aşırı sağ partiler, genellikle milliyetçi söylemleri benimsemekte ve ülkenin geleneksel kültürünü, kimliğini koruma vurgusunu sıklıkla öne çıkartmaktadırlar. Bu durum ise göçmenleri, "yabancı" veya "öteki" olarak kategorize etmektedir.

Son dönemlerde aşırı sağ partilerin iktidarda olması ya da iktidar ortağı olması, göçmenler üzerinden geliştirdikleri söylemleri medyanın gündemine taşımaktadır. Tauscher'in de (2017, s. 220) belirttiği üzere aşırı sağın gündemi, medyanın gündemine taşınarak kamu gündemine dönüşmektedir. Bu durum ise göçmen sorunu bağlamında medyanın dilini oldukça önemli bir hale getirmektedir. Medyanın göçmenlerle ilgili haberleri sunum tarzı ve öne çıkardığı bakış açıları, toplumdaki göçmenlere yönelik tutumları etkilemektedir. Bilhassa aşırı sağ politikaların yükseldiği ülkelerde, medyanın göçmen haberlerini sunuş biçimi ve görsellerde kullanılan baskın çerçeveler göçmenlere yönelik olumsuz algının oluşmasına sebep olmaktadır. Bu kapsamda çalışmada örneklem olarak aşırı sağ partilerin iktidara ortak olduğu ülkelerden İtalya ve Hollanda'dan *Libero Quotidiano* ve *De Telegraaf* gazeteleri seçilmiştir. Görsel çerçeveleme ve içerik analizi yöntemi kullanılarak gazetelerin internet haber siteleri üzerinden göçmenlere yönelik bakış açıları ortaya konulmaya çalışılmıştır.

2. Avrupa'da Sağın Yükselişi ve Göçmen Algısı

"Aşırı sağ terimi genellikle aşırı milliyetçi, yabancı düşmanı, ırkçı, kökten dinci ve gerici görüşlere sahip kişileri, grupları veya siyasi hareketleri tanımlamak" için kullanılmaktadır (Carlisle, 2005, s. 693). Özellikle son yıllarda Avrupa'da yükseldiği iddia edilen aşırı sağ politika, toplumsal ve politik düzen üzerinde önemli etkiler oluşturmaktadır. Bu politikaların, göçmenlere yönelik retorikler üzerinden toplumun duygusal tepkilerini manipüle etme potansiyeli de oldukça yüksektir. Nitekim toplumları korku ve paniğe sevk eden açıklamaları ile propagandalarını geçerli kılan aşırı sağ partiler, tüm Avrupa'da sistemli şekilde oy oranlarını artırmaktadır (Aslan, 2018; Cesáreo Rodríguez, 2014; Lutz, 2019; Mudde, 2013; Öner, 2014; Tokatlı, 2022). Bu durum, birçok ülkede geleneksel siyasi manzarayı değiştirmiş ve toplumsal dinamikleri etkilemiştir.

Geleneksel sağ partiler, ekonomik refahın olduğu normal zamanlarda, aşırı sağ rakiplerinin sınırlı bir kitleye sahip olacaklarını bildiklerinden bu tür güçleri, teşvik etmek üzere çalışmalar yapmaktan geri durarak siyasi desteklerini arttırma çabasındadırlar. Ancak son zamanlarda değişen dengeler, aşırı sağın sesinin daha gür çıkmasına ve destekçilerinin artmasına zemin hazırlamaktadır. Aşırı sağ siyasetin odak noktasındaki ulusal kimlik meseleleri, genellikle normal zamanlarda birçok kişinin dikkatini çekmese de kriz dönemlerinde bu durum değişebilmektedir. Avrupa'da ya da küresel düzeyde kriz zamanlarında ulusal topluluğun güvenliğinin sağlandığına yönelik argümanlar, daha makul gelmektedir. Benzer şekilde zor zamanlarda insanların tutumları değişebilir; göçmenler artık bir tehdit, iş hırsız veya hak etmeyen devlet yardımlarının kullanıcısı olarak algılanabilmektedirler. Aşırı sağ hareketlere, 1930'lu yıllarda genellikle ekonomik bunalımlardan etkilenen bireyler destek verirken; günümüzde daha çok küreselleşme sürecinin unsurlarından yararlanamayan, aksine bu süreçten ekonomik ve sosyal açıdan olumsuz etkilenen insanlar destek vermektedir (Godin ve Hanley, 2013, s. 2). Avrupa'da birçok ülkede aşırı sağın taraftar kazanması, çok çeşitli sebeplere dayandırılmaktadır (Cesáreo Rodríguez, 2014, s. 178). Avrupa kıtası, Soğuk Savaş sonrası süreçte liberal demokrasi anlayışı çerçevesinde yeniden bütünleşmiş ve kıta Avrupa'sındaki birçok ülke, Avrupa Birliği'ne (AB) üyelik statüsü kazanmıştır. Ancak, 2008 yılında yaşanan küresel finans krizi sonrasında AB, bütünlüğünü tehlikeye atan ve başa çıkmakta oldukça zorlandığı bir dizi krizle karşı karşıya kalmıştır (Sepli, 2022a). AB'nin bütünleşme tarihinde yaşanan ardı ardına gelen bu krizlerin temel nedeni,

daha çok ekonomik niteliktedir. Özellikle yaşanan finansal kriz, neredeyse tüm Avrupa'yı etkilemiş ve orta sınıf gruplarında sosyo-ekonomik açıdan önemli sorunlara neden olmuştur (Tokatlı, 2022, s. 37). Bu krizi takiben Euro bölgesi krizi, Ukrayna krizi, Yunanistan borç krizi, mülteci krizi, Brexit ve Covid-19 pandemisi gibi olaylar da AB'nin karşılaştığı ve etkilendiği diğer önemli krizlerdir (Sepli, 2022b, s. 17).

2008 ekonomik krizi ve sonrasında uygulanan AB ve ulusal düzeydeki neoliberal politikalar, sağ hareketlerde belirleyici bir rol oynamaktadır. Ekonomik politikalar, toplum içindeki ayrımı derinleştirirken, geleneksel sol partilerin destekçileri arasındaki küçülen endüstriyel işçi sınıfının memnuniyetsizliğini artırmaktadır. Bunun yanı sıra, büyük ideolojilerin krizi, toplum genelinde bireycilik, bölünme ve alaycı gerçeklik görüşlerinin yayılmasına neden olmuştur. Bu karmaşık etkileşim, radikal sağın yükselmesindeki ana dinamiklerdir (Cesáreo Rodríguez, 2014, s. 178). Yaşanan tüm bu olumsuzluklar, yeni siyasi yönelimlere ve sorgulamalara kapı aralayarak yeni oluşumların doğmasına ve desteklenmesine zemin hazırlamıştır. Özellikle krizlerle başa çıkmakta zorlanan geleneksel partilerin seçmenlerin beklentilerine yanıt veremiyor olması, Avrupa'da aşırı sağın yükselişini hızlandırmıştır. Politik argümanlarını ekonomik sorunlar, kimlik ve göç ile ilişkilendirdikleri için sağ partiler, seçmenlerin ilgisini çekmeyi başarmaktadırlar.

Aşırı sağ partiler, seçmenleri harekete geçirecek konuları özenle seçerek yüksek işsizlik, küreselleşme ve siyasi elitlere duyulan güvensizlik üzerinden söylemlerini belirlemektedir. Göçmenlerin güvenlik, kimlik ve istihdam gibi önemli konular üzerinde değişikliklere neden olacağı korkusuna kapılan seçmenler, aşırı sağ partilerin kaskacındadır (Zaslove, 2004, s. 100). Aşırı sağın yürüttüğü göç politikaları, bu politikalarının konumu ve çıktıları, başarılarının değerlendirilebilmesi için önemlidir. Zira aşırı sağın politikalarını uygularken göstermiş olduğu duruş performansını artırmasını sağlamaktadır (Lutz, 2019, s. 519).

Ülkeler	Partiler	İdeoloji	2007 %	Sandalye Sayıları	2012 %	Sandalye Sayıları	2017 %	Sandalye Sayıları	2022 %	Sandalye Sayıları
Fransa	Rassemblement National (RN) (Ulusal Cephe)	Sağ popülizm Ulusal Muhafazakâr	2007 %	-	13,6	2	13,2	8	18,7	89
			4,3	-	13,6	2	13,2	8	18,7	89
İsveç	Sverigedemokraterna (SD) İsveç Demokratları	Ulusal Muhafazakâr Sağ popülizm	2010 %	20	12,9	49	17,5	62	20,5	73
			5,7	20	12,9	49	17,5	62	20,5	73
İtalya	Fratelli d'Italia (FDI) İtalya'nın Kardeşleri Partisi	Ulusal Muhafazakâr	2008 %	-	2,0	9	4,4	31	26,0	119
			-	-	2,0	9	4,4	31	26,0	119
Hollanda	Partij voor de Vrijheid (PVV) (Özgürlük Partisi)	Sağ popülizm Muhafazakâr Liberalizm	2012 %	15	13,1	20	10,8	17	23,5	37
			10,1	15	13,1	20	10,8	17	23,5	37
İsviçre	Schweizerische Volkspartei (SVP) İsviçre Halk Partisi	Ulusal Muhafazakâr Sağ popülizm Ekonomik Liberalizm	2011 %	54	29,4	65	25,6	53	27,9	62
			26,6	54	29,4	65	25,6	53	27,9	62
Almanya	Alternative für Deutschland (AfD) Almanya İçin Alternatif Partisi	Ulusal Muhafazakâr	2009 %	-	4,7	-	12,6	94	10,3	83
			-	-	4,7	-	12,6	94	10,3	83

Şekil 1. Avrupa'daki Aşırı Sağcı Olarak Bilinen Partilerin Yıllara Göre Değişen Oy Oranları

Kaynak: ("Parties and elections", 2023)

Tablo 1 incelendiğinde İsveç ve Fransa'da 2022 yılında yapılan genel seçimlerde aşırı sağ partilerin oylarını her seçim dönemleri arttırdıkları gözlemlenmektedir. İsveç Demokratları Partisi (SD) yüzde 20,5'lik bir oy oranı ile seçimlerde ülkede ikinci parti olurken; İtalya'da yapılan 2022 genel seçimlerinde bir sıçrama yaşanmış olup aşırı sağcı olarak bilinen Giorgia Meloni liderliğindeki İtalya'nın Kardeşleri Partisi'nin (FdI) yüzde 26,0'lık oyla seçimi kazanmıştır. Bu, İtalyan siyasi sahnesinde aşırı sağın etkisinin arttığını ve seçmenlerin tercihlerinde önemli bir değişiklik olduğunu göstermektedir. Fransa 2022 genel

seçimlerinde Emmanuel Macron (seçimleri kazansa da) ve Marine Le Pen'in arasındaki 17 puanlık fark, aşırı sağın Fransa'da yükselişini sürdürdüğünü kanıtlar niteliktedir. Fransız seçmenin yüzde 41'i aşırı sağ partilere (Le Pen liderliğindeki Ulusal Cephe ve diğer aşırı sağ partilere) oy vermiştir. Fransa'da aşırı sağ partilerin yükselişi, özellikle göçmenlik, güvenlik ve milliyetçilik gibi konularda vurgu yapımlarıyla ilişkilidir. Hollanda'da diğer Avrupa ülkeleri gibi aşırı sağın istikrarlı bir şekilde oylarını arttırdığını bir seçim yaşamıştır. Daha özgürlükçü ve liberal bir yaklaşım sergileyen bir ülke olarak bilinen Hollanda özellikle İslam ve göçmen karşıtı açıklamalarıyla tanınan popülist lider Geert Wilders'ın Özgürlük Partisi'ni (PVV) birinci sıraya yerleştirmiştir. İsviçre Halk Partisi (SVP) oylarını bir önceki döneme göre arttırırken mecliste elde ettiği 83 sandalye sayısı ile Ulusal Mecliste yüksek bir oranla temsil hakkı kazanmıştır. Seçim kampanyalarında göçmenler üzerinden saldırgan politikalar sergileyen İsviçre Halk Partisi'ni destekleyen seçmenler, Ulusal Meclise birinci parti olarak girmesini sağlamıştır. Almanya için "Alternatif Partisi" bir önceki seçim dönemine göre oy kaybetmiş durumda gözükse de ülkede yapılan son yerel seçimlerde AfD'nin oylarını arttırması bir sonraki seçimlerde yine aşırı sağcıların iktidar adayı olduklarının habercisi konumundadır.

Aşırı sağ politikaların yükselişi, sadece siyasi arenada değil, aynı zamanda toplumsal dinamikleri ve bireylerin algılarını da etkilemektedir. Bu nedenle, bu politikaların neden ve nasıl ortaya çıktığını anlamak, medyanın bu konudaki etkisi ve seçmen kitlenin haber temsil, çerçeveleme (görsel) tekniklerinden ne kadar etkilendiğini ortaya koymak gerekmektedir.

3. Medyada Toplumsal Algılar ve Göçmen Temsilleri

Medya, ülkenin sorunlarının öğrenilmesi ve tartışılan konuların vatandaşların gündemi haline getirilmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Medyanın gündem belirleme kabiliyeti olarak tanımlanan bu durum, toplumsal algılar üzerindeki etki gücünün anlaşılması bakımından da önemlidir. Çünkü, bireylerin yerel, ulusal ve küresel düzeyde olan bitenleri anlamlandırmalarında medyanın gücü oldukça büyüktür. Diğer bir ifadeyle, medyanın gündemi toplumun da gündemi haline gelerek toplumsal algıları belirlemektedir. Bu açıdan bakıldığında, belirli bir meselenin veya grubun medyada nasıl temsil edildiği, toplumun genelinin söz konusu meseleyi/grubu nasıl algılayacağını da şekillendirmektedir. Bu bakımdan, özellikle son yıllarda dünyanın gündemini meşgul eden en önemli meselelerden biri olarak göç ve göçmen olguları medyanın gündemini ziyadesiyle meşgul etmektedir.

Başta savaş olmak üzere birçok sebeple ülkelerinden ayrılan insanlar, özellikle iktisadi olarak daha gelişmiş ülkelerin yolunu tutmaktadırlar. Bu meselenin medyada temsil ediliş şekli ise onlara dair toplumsal algının nasıl şekilleneceğini genel itibarıyla belirlemektedir. Bu noktada, özellikle haber medyasında temsil edilme şekilleri (Eberl ve diğerleri, 2018) açısından göçmenlerin olumsuz ön yargılarla resmedilmesi, ayrışma ve nefretin temel sebebine dönüşebilmektedir. Medya yayınlar aracılığıyla gündeme taşıdığı göç konusuna yönelik tutum ve algıları şekillendirdiğinden (Chauzy ve Appave, 2013; Eberl ve diğerleri, 2018, s. 213) göçmen, sığınmacı ya da mültecilerin medyada temsil edilmeleri konusu önemli bir araştırma alanına dönüşmüştür (Seo ve Kavaklı, 2022). Haber bakış açılarındaki ayrıştırıcı temsiller ve stereotipler, göçmenlere yönelik güven duygusunu zedelemektedir. Hatta bu temsiller öyle etkin konumdadır ki sadece toplumsal algı değil, devlet/hükümet politikalarını etkilemekte ve karar alma mekanizmalarını harekete geçirmektedir (Boztepe, 2017, s. 94).

Haber metinlerinde kullanılan dil, başlıklandırma, fotoğraf ve görüntülerin tercihi medyanın göç olgusuna yüklediği anlamı ve temsil niteliğini belirler. Bu temsiller, hedef kitlenin duyu ve düşüncelerini etkileyerek belirli bir bakış açısını pekiştirmeyi amaçlar. Medya, kimi zaman duygusal bir dil kullanarak empati oluşturmaya çalışırken; kimi zaman da göçmenleri suçlayan ya da tehdit olarak gösteren bir söylemi benimseyebilir. Göçmenler medyada mağdur, kontrol nesnelere ve yasa dışı gösterilerek çerçeveselendirilmekte ve toplumsal bir sorun olarak resmedilmektedir (Horsti, 2008; Thorbjørnsrud ve Ustad Figenschou, 2016).

Özellikle haberlerde kullanılan görseller kelimelerden daha fazlasını ifade etmektedir. Dolayısıyla tercih edilen görsellerin toplumsal algının şekillenmesinde önemli bir güce sahip olduğunu belirtmek gerekir. Haber görsellerinde göçmenlerin resmedilmesi konusunda Tirosh ve Klein-Avraham'ın (2019) İsrail medyasındaki mülteci haber fotoğraflarını analiz ettikleri çalışmalarını da bunu destekler nitelikte kanıtlar

sunmaktadır. Tirosh ve Klein-Avraham söz konusu çalışmada sığınmacıların çoğunlukla bir tehdit unsuru, temsiliyetten yoksun mağdurlar ve insanlık dışı şekillerde çerçevelendirildikleri bunu da kullanılan görsel tekniklerle belirgin hale getirdikleri sonucuna ulaşmışlardır.

Bir başka çalışmada ise Fahmy ve Wanta (2007, s. 18) mevcut literatürden hareketle medyanın tercih ettiği görsellerin kamuoyunun şekillenmesinde etkili olabileceğini belirtmektedirler. Ayrıca bu çalışmalarda görsellerin hem duygusal hem de tutumsal etkilerinin olduğunu; halkın genel bir kanaate sahip olmasında ve haberlerin anlaşılmasında olumlu bir etkiye sahip olabileceğinin öne sürüldüğünü ifade etmektedirler. Nitekim görsel materyaller dil ve coğrafi engellere takılmadan tüm dünyada ortak anlamları çağrıştırmaktadır. Bu da görsellerin sınırları aşarak daha geniş kitlelerle daha etkileyici bir biçimde buluşmasını sağlamaktadır.

Medyada göçmen temsillerinin oluşturduğu potansiyel toplumsal algılardan söz ederken, son yıllarda göç olgusuna paralel olarak gelişen Batı Avrupa'daki aşırı sağcı partilerin giderek güçlenmeleri bir başka toplumsal meselenin gündeme gelmesini sağlamaktadır. Özellikle Batı Avrupa ülkelerinin demokrasilerinde göç ve aşırı sağ partilerin başarısı (Boomgaarden ve Vliegenthart, 2009) üzerine pek çok araştırma yapılmaktadır. Avrupa'da göç ile ilgili oluşan kamuoyunu anlamak medyanın bakış açısını anlamayı gerektirir. Eberl vd. (2018) Avrupa medyasında göçmenlerin sıklıkla suçlu olarak haberlere konu edildiği; göçe dair yapılan haberlerin büyük oranda olumsuz ve çatışma merkezli olduğunu belirtmektedir. Buradan hareketle haberlerde kullanılan görsellerin ve hususiyetle vurgulanmak istenen ifadelerin tarafsız olduğunu söylemek oldukça güçtür. Haber görsellerinin olayın nasıl çerçeveleneceğine dair yol gösterici olduğu ifade edilebilir. Haberde sunulan görsel çerçeve, toplumun olaya yönelik algılarını derinden etkileyerek, çeşitli ideolojik amaçlara hizmet eden çerçevelenmelerle toplumun siyasi yönelimlerini şekillendirebilmektedir. Bu bağlamda, gücü elinde tutan aktörler tarafından olayın çeşitli ideolojik amaçlar doğrultusunda ele alınması, meseleyle ilgili inşa edilmiş tarihsel ve toplumsal kökenleri gizleyebilir (Tirosh ve Klein-Avraham, 2019, ss. 385-386).

Siyaset bilimci Antonis Ellinas (2010) medya ve siyaset ilişkisi hakkında önemli değerlendirmelerde bulunduğu "The Media and The Far Right in Western Europe: Playing the Nationalist Card" başlıklı çalışmasında medyayı aşırı sağın meşrulaştırılmasında ve kamusal görünümünün artmasında en temel etken olarak görmektedir. Diğer bir ifadeyle, medya içeriklerinin aşırı sağın argümanlarını -doğrudan veya dolaylı olarak- görünür kılması, kamuoyu nezdinde de onlara meşruiyet kazandırmaktadır. Nitekim, kamuoyunun siyasal bilgilenme ihtiyacını gidermek için müracaat ettiği temel kaynak medyadır. Dolayısıyla, kamuoyunun medyada kamusal görünümü artan aşırı sağa yönelik ilgisinde bir yükseliş beklemek son derece olağandır. Buradan hareketle aşırı sağın son dönemlerdeki başarısı ya da yükselişi ile medyanın oluşturduğu göçmen algısı arasında bir bağlantının olduğunu ileri sürmek mümkündür.

4. Materyal ve Metot

Bu çalışma Avrupa'da artan göçler ve haber medyasında göçlerin görsel olarak nasıl vurgulandığını ortaya koymayı amaçlamaktadır. Özellikle Avrupa'nın yaşadığı göçmen sorunları ve bunun çözümü için atılan adımlar ve krizin haber medyasında ele alınma şekilleri durumun anlaşılması açısından büyük önem taşımaktadır. Avrupa'da aşırı sağ partilerin güç kazanması ve göç üzerinden yürüttükleri politikalarını güçlendirmek adına haber medyasından faydalandıkları ifade edilebilir. Bu amaçla gazetelerin haber görselleri ve haberde kullandıkları baskın çerçeveler aracılığıyla göçmen sorununa yönelik durumu ele alma şekilleri ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Nitekim örneklem olarak belirlenen *Liberio Quotidiano* ve *De Telegraaf* gazetelerinin göçmen haberleri içerik analizi ve görsel çerçeveleme yöntemi ile değerlendirilmiştir. Berelson (1952), içerik analizini nesnel, sistematik ve nicel yollar kullanılarak iletişim içeriğinin betimlenmesi olarak tanımlarken; Riffe ve arkadaşları (2019), niceliksel içerik analizini iletişimi tanımlamak veya iletişimden üretim ve tüketim bağlamına ilişkin çıkarımlar yapmak için kullanılan sistematik, tekrarlanabilir ve istatistiksel bir yöntem olarak tanımlamaktadırlar. Kategoriler oluşturulması ve kodlama işlemi içerik analizi için önemli aşamalarıdır. Bu çalışmada kodlama iki ayrı araştırmacı tarafından yapılmıştır. Her iki araştırmacının kodlamaları % 90 uyumluluk göstermektedir.

Bu çalışmada analize konu olan *Liberio Quotidiano* ve *De Telegraaf* gazetelerinin internet haber sitelerinde yayınlanan Avrupa göçmen sorununa ilişkin haber fotoğraflarıdır. Yine araştırmada haber

fotoğrafları üzerinden yapılan görsel çerçeve ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Görsel çerçeveleme, görsel materyalleri kullanırken algılanan gerçekliğin yönünü belirlemektedir (Brantner, Lobinger ve Wetzstein, 2011; Lee, 2016). Bu sebeple o dönemde yaşanan tarihi anlatmanın önemli bir uygulaması olarak ifade edilebilir. Aynı zamanda görseller coğrafi ve dilsel engelleri aşarak geniş kitleleri etki altına alma gücünü de elinde tutar. Görsel çerçeveleme karmaşık olayları anlatsal görüntülere dönüştürerek unutulmaz kılmaktadır ve bu sebeple önemli ve güçlü bir tekniktir (Hakoköngäs ve Sakki, 2016). Bu anlamda mevcut literatür medyada yer alan görsellerin kamuoyu üzerinde etkisi olabileceğini belirtmektedir. Geçmiş çalışmalar, görsellerin duygusal ve davranışsal etkilere sahip olduğunu belirtirken, halkın algısını şekillendirerek haberin anlaşılmasında önemli olduğunu vurgulamaktadırlar (Fahmy ve Wanta, 2007).

Görsel çerçeveler toplumun göçmen sorunu ile ilgili algılarını yönlendirebilmekte, tutum ve davranış değişikliğine yol açarak eylemlerini etkileyebilmektedir. Baran ve Davis'in (1995, s. 271) ifadesine göre, günümüz haber öyküleri genellikle görsel ve sözel içeriğin karışımından meydana gelir. Bu durumda, görsel bilgi sıklıkla o kadar etkili olur ki sözlü bilgi geri planda kalabilir. Son yıllarda Avrupa'da göçmenlere karşı bakış açısı sağ partilerin göçmen karşıtı söylemlerini güçlendirmiştir. Bu amaçla Avrupa'da aşırı sağın yönetime ortak olduğu ülkelerden Hollanda'dan sağ çizgide olan De Telegraaf ve İtalya'dan aşırı sağ görüşe sahip olan Libero Quotidiano gazetesi örneklem olarak seçilmiştir. Hollanda ve İtalya'nın yönetiminde aşırı sağ partilerin olması ve göçmenlerle ilgili aldıkları kararların medyanın diline yansması oldukça önemlidir. Dolayısıyla Libero Quotidiano gazetesi ve De Telegraaf gazetelerinin görsel açıdan göçmenlere yer verme ve haber çerçeveleme şekilleri önem taşımaktadır. Bu çalışma 1 Kasım 2023 ve 31 Ocak 2024 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Göçmenlerle ilgili 2015 yılından beri yasal düzen arayışı içinde olan Avrupa 2020 yılında hazırlanan yeni sığınma ve göç anlaşmasını ancak 2023 yılında kabul edebilmiştir. Çalışmada seçilen tarihler göç anlaşmasının kabul edildiği günleri kapsamı açısından da dikkate değerdir. Libero Quotidiano ve De Telegraaf'ın göçmenlerle ilgili haber görsellerine ulaşmak için web sayfalarındaki arama motorlarına mülteci, göçmen ve sığınmacı şeklinde anahtar kelimeler yazılmıştır. Libero Quotidiano web sayfasında 46 ve De Telegraaf'ın web sayfasında ise 61 haber görseline ulaşılmıştır. Toplamda ulaşılan 107 haber fotoğrafının tamamı analiz edilerek kodlanmıştır. Video haberler ve İsrail-Filistin arasında yaşanan çatışma sebebiyle ortaya çıkan mülteciler araştırma kapsamına dahil edilmemiştir.

Avrupa'da yaşanan göçmen krizi ve internet haber medyasına yansıyan haberler üzerinden şu araştırma soruları sorulmuştur:

- Libero Quotidiano ve De Telegraaf, Avrupa göç krizini görsel olarak yansıtmak için hangi çekim açılarını kullanmaktadırlar?
- Her iki medya kuruluşunun görsel yayınlarında mültecilerin baskın görsel kalıpları nelerdir?
- Libero Quotidiano ve De Telegraaf gazetelerin göçmenlerin yüz ifadelerini görsel olarak nasıl aktarmaktadırlar?
- Göçmenler dışında iki medya kanalında hangi haber aktörleri yer almıştır?
- Libero Quotidiano ve De Telegraaf farklı haber aktörlerinin (göçmenler dahil) ulusal kimliklerini görsel yayınlarında nasıl sunmaktadırlar?
- Libero Quotidiano ve De Telegraaf Avrupa'daki göçmenleri görsel olarak tasvir ederken hangi baskın çerçevelerden yararlanmaktadırlar?

Araştırmada kullanılan kodlama cetvelinde dokuz değişken kullanılmıştır. Seçilen haber ve görseller kaydedilerek haberde göçmenlerin varlığı, haber görselinin tanımlanması, haberin yayınlanma tarihi, kamera çekim konumu, göçmenlerin görsel kalıpları, göçmenlerin kimliği, göçmenlerin yüz ifadeleri, diğer haber aktörlerinin varlığı, diğer haber aktörlerinin kimliği ve haberdeki baskın çerçeve gibi kodlama şemaları kullanılarak değerlendirilmiştir. Aynı zamanda kamera çekim konumları (yakın çekim, orta çekim, uzun çekim, diyalog çekimi ve izleme çekimi), göçmenlerin görsellerde kaç kişi olarak yer aldığı (görüntülerde göçmen olmaması, bireysel, 2-3 kişilik küçük grup, 4-15 kişilik orta grup, 16 veya daha fazla kişiden oluşan büyük grup), göçmenlerin yüz ifadesi (duygu tanınmıyor, olumlu, olumsuz, karışık), göçmen kimliği, görselde yer alan diğer haber aktörleri ve bunların kimliği, haber görselindeki baskın çerçeve (insani ilgi, yabancı düşmanlığı/hoşgörüsüzlük, kayıp/kazanç, hukuk ve kontrol, siyaset) değerlendirilmiştir. Zhang ve Hellmueller (2017)'in "Visual framing of the European refugee crisis in Der

Spiegel and CNN International: Global journalism in news photographs” adlı çalışmalarında kullandıkları kodlama cetvelinden yararlanılmıştır.

5. Bulgular

5.1. De Telegraaf Gazetesi ve Libero Quotidiano Gazetesinin Karşılaştırılması

Tablo 1. Haber Görsellerinde Kameranın Çekim Konumu

Kamera çekim konumu	<i>De Telegraaf</i>		<i>Libero Quotidiano</i>	
	<i>N</i>	<i>%</i>	<i>N</i>	<i>%</i>
Yakın çekim	10	21,74	29	47,54
Orta çekim	15	32,61	9	14,75
Uzun çekim	8	17,39	7	11,48
Diyalog çekimi	1	2,17	12	19,67
İzleme çekimi	12	26,09	4	6,56
Toplam	46	100	61	100

Çalışmanın ilk araştırma sorusu De Telegraaf ve Libero Quotidiano'nun göçmen krizini görsel açıdan aktarırlarken kamera çekim konumlarını nasıl kullandıklarıdır. De Telegraaf'ın haber fotoğraflarından 15'i (% 32,61) orta çekim, 12'si (% 26,09) izleme çekimidir. De Telegraaf'ın paylaştığı 46 haberden 8'i (% 17,39) uzun çekim, 1'i (% 2,17) diyalog çekimidir. Genellikle nesnel ve aralarındaki bağları anlatan orta çekim haber görsellerinde daha sık kullanılmıştır. Libero Quotidiano'nun haber görsellerinin kamera çekim konumunun 29'u (% 47,54) yakın çekim, 12'si (% 19,67) diyalog çekimi, 9'u (% 14,75) ise orta çekim olarak belirlenmiştir. Uzun çekim ve izleme çekimlerini ise daha az kullanmıştır. Yakın çekim açısını Libero Quotidiano gazetesi De Telegraaf gazetesinden daha fazla kullanmıştır. Bu, yakın çekimin haberin önemli bir bileşeni olduğunu ve gazetenin haberlerini daha kişisel ve etkileyici bir şekilde sunma eğiliminde olduğunu göstermektedir. Ancak Libero Quotidiano göçmenlerin görüntülerinin yer aldığı görsellerden ziyade yakın çekim açısında nesnel kullanmıştır. Bu da dikkat çekmek istediği konuya dair görsellerin kullanılmadığını göstermektedir. Yine Libero Quotidiano'nun diyalog çekimini De Telegraaf'a oranla daha fazla kullandığı görülmektedir. (Bknz. Tablo 1) Diyalog çekiminin Libero Quotidiano gazetesinde fazla olmasının sebebi göçmenler üzerine düzenlediği tartışma programlarıdır. Bu çekim açısını fazlaca kullanıyor olması gazetenin haberlerinde doğal diyalog kullanarak olayları daha nesnel bir şekilde sunmaya çalıştığını gösterebilir. Sonuç olarak, her iki gazetenin kamera çekim konumu kullanımında belirgin farklılıklar bulunmaktadır. Çünkü kamera çekim açıları haberin bir bileşeni olan görsel sunumu etkilemektedir. Bu farklılıklar, iki gazetenin haber sunma tarzları, içerik tercihleri veya hedef kitleleri arasındaki farklılıklardan kaynaklandığı şeklinde yorumlanabilir.

Tablo 2. Haber Görsellerinde Göçmenlerin Varlığı

Göçmen varlığı	<i>De Telegraaf</i>		<i>Libero Quotidiano</i>	
	<i>N</i>	<i>%</i>	<i>N</i>	<i>%</i>
Görüntülerde göçmen yok	14	30,43	46	74,41
Bireysel	6	13,04	4	6,56
2-3 kişilik küçük grup	3	6,52	2	3,28
4-15 kişilik orta grup	11	23,9	4	6,56
16+ kişilik büyük grup	12	26,09	5	8,20
Toplam	46	100	61	100

Göçmen varlığının bu iki medya kuruluşunun görsellerinde nasıl sunulduğu sorusuna yanıt olarak De Telegraaf gazetesi 46 haber görselinden 14'ünde (% 30,43) göçmen görüntülerine yer vermezken, 12'sinde

(% 26,09) 16 ve üzeri büyük gruplara yer verdiği, 11'inde (% 23,9) ise 4-5 kişilik orta gruplara yer verdiği gözlemlenmektedir. *Libero Quotidiano* gazetesi ise 61 haber görselinden 46'sında (% 74,41) göçmen görüntülerine yer vermezken, 5'inde (% 8,20) 16 ve üzeri büyük gruplara yer vermektedir. Her iki gazetenin de haber görsellerinde bireysel göçmen fotoğraflarına ve 2-3 kişilik küçük gruplara çok fazla yer vermediği görülmektedir. Genel olarak, iki gazetenin haber görsellerinde göçmenlere yer verilmesi konusunda farklı tercihler ve vurgular göze çarpmaktadır. Bu, gazetelerin göçmen krizi hakkındaki görüşlerini veya haber sunum tarzlarını da yansıtmaktadır.

Tablo 3. Haber Görsellerinde Göçmen Kimliği

Göçmen kimliği	<i>De Telegraaf</i>		<i>Libero Quotidiano</i>	
	N	%	N	%
Orta Doğu	2	4,35	-	-
Afrika	1	2,17	9	14,75
Doğu Avrupa	9	19,57	1	1,64
Asya	4	8,70	1	1,64
Karışık	7	15,22	2	3,28
Belirsiz	23	50,00	48	78,69
Toplam	46	100	61	100

Tablo 3'te yer alan veriler göçmenlerin ulusal kimliğine haber görsellerinde ne kadar yer verildiği hususunu ele almaktadır. Buna göre *De Telegraaf* gazetesinin haber görsellerinin 23'ünde (% 50,00) göçmenlerin kimliği ile ilgili bilgilere yer verilmemiştir. Haber görsellerinin 9'unda (% 19,57) ise Doğu Avrupa'dan gelen göçmenler yer alırken (bunların kimliklerinin ağırlıklı olarak Ukrayna'dır); 7 (% 15,22) görselde ise göçmen kimlikleri karışık olarak verilmiştir. *De Telegraaf* gazetesinde Orta Doğu, Asya ve Afrika göçmenlerinin haber görsellerindeki ağırlıklarının oldukça az olduğu göze çarpmaktadır. *Libero Quotidiano* gazetesinin göçmenleri ele alan 61 haber görselinden 48'nin (% 78,69) göçmenlerin kimliğine dair bir bilgi bulunmamaktadır. Haber görsellerinin 9'unda (% 14,75) ise Afrika'dan gelen göçmenler, 2'sinde (3,28) birden fazla göçmen kimliği karışık olarak verilmiş, 1'inde (% 1,64) Doğu Avrupa'dan ve yine 1'inde (% 1,64) Asya'dan gelen göçmenler görülmektedir. Her iki gazete de büyük oranda göçmen kimliklerine yer vermemektedir.

Tablo 4. Haber Görsellerinde Göçmenlerin Duygusu

Göçmen duygusu	<i>De Telegraaf</i>		<i>Libero Quotidiano</i>	
	N	%	N	%
Tanınmıyor	32	69,57	54	88,52
Olumlu	5	10,87	2	3,28
Olumsuz	5	10,87	1	1,64
Karışık	4	8,70	4	6,56
Toplam	46	100	61	100

Bu tabloda yer alan *De Telegraaf* ve *Libero Quotidiano* internet gazetelerinin göçmenlerin yüz ifadelerini görsel haber yayınlarında nasıl yansıttıkları belirlenme çalışılmıştır. Tablodaki verilere göre *De Telegraaf* gazetesinin paylaştığı haber görsellerinin 32'sinde (% 69,57) göçmen duygusunun tanınmadığı, 5'inde (% 10, 87) olumlu, 5'inde (% 10, 87) olumsuz, 4'ünde (% 8,7) ise karışık duyguların görsellere yansıdığı ifade edilebilir. *Libero Quotidiano* gazetesinin 54 (% 88,52) görselinde göçmen duygusu tanınmazken, 4'ünde (% 6,56) görsellerin karışık duyguların yansıtılmasına aracı olduğu ifade edilebilir. Genel olarak, her iki gazetenin de göçmenlerin duygularını belirsiz veya tanınmadığı şekilde sunmaya eğilimli olduğu gözlemlenirken, *Libero Quotidiano*'nun olumlu veya olumsuz duyguları daha az

vurgulamaya eğiliminde olduğu görülmektedir. Bu da gazetelerin göçmenler hakkındaki haberlerde daha nesnel bir yaklaşım benimsemeye çalıştığını veya duygusal içeriğin daha az önemli olduğunu gösterebilir. Aşırı sağ politikalar gereğince de göçmenlerin olumlu duygularla resmedilmesi mümkün değildir.

Tablo 5. Haber Görsellerindeki Haber Aktörleri

Haber Aktörleri	<i>De Telegraaf</i>		<i>Libero Quotidiano</i>	
	N	%	N	%
Siyasi Figürler	23	50,00	35	57,38
Ünlüler	2	4,35	1	1,64
Polis/askeri Birimler	7	15,22	5	8,20
Gazeteciler	1	2,17	10	16,39
Halk	-	-	1	1,64
Gönüllüler/işçiler	5	10,87	3	4,92
Belirsiz	8	17,39	4	6,56
Diğer (kaçakçı)	-	-	2	3,28
Toplam	46	100	61	100

De Telegraaf ve Libero Quotidiano gazeteleri haber görsellerinde göçmenlerin yanı sıra farklı haber aktörlerine de yer vermiştir. De Telegraaf'ın 46 haber görselinin 23'ünde (% 50,00) siyasi figürler, 8'inde (% 17, 39) haber aktörleri belirsiz, 7'sinde (% 15,22) polis ve askeri birimler, 5'inde (% 10,87) gönüllüler/işçiler yer almaktadır. Gazeteci ve ünlü haber aktörlerinin oranı ise oldukça düşüktür. Buna karşılık Libero Quotidiano'nun 61 haber görselinden 35'i (% 57) siyasi figürlere aittir. Libero Quotidiano gazetesi İtalya'nın göçmen sorununa çözüm bulmak adına sıklıkla siyasilerin aldıkları kararları ve açıklamalarını görsellerine taşımaktadır. Toplam haber görselinden 10'unda (% 16,39) gazeteciler yer almaktadır. İtalyan televizyonlarında yer alan tartışma programlarında göçmen sorununun gazeteciler tarafından sıklıkla tartışıldığı ve bu programların gazete haberi ve görsellerinde de yer aldığı görülmektedir. Polis ve askeri birimlerin yer aldığı 5 görselde (% 8,20) ise göçmenlerin neden olduğu şiddet olayları yer almaktadır.

Tablo 6. Haber Görsellerinde Haber Aktörlerinin Kimlikleri

Haber aktörlerinin kimliği	<i>De Telegraaf</i> *		<i>Libero Quotidiano</i> **	
	N	%	N	%
Hollandalı*/İtalyan**	13	28,26	34	55,74
Diğer Avrupa ülkeleri	4	8,69	9	14,75
Afrika ülkeleri	1	2,17	2	3,28
Uluslararası organizasyonlar	2	4,35	1	1,64
Asya ülkeleri	1	2,17	-	-
Belirsiz	25	54,35	15	24,59
Toplam	46	100	61	100

Görsellerde göçmenler dışında yer alan haber aktörlerinin ulusal kimliklerine bakıldığında, De Telegraaf'ın 25 (% 54,35) haber görselindeki aktörlerin kimliklerinin yer almadığı, 13'ünün (%28,26) Hollandalı olduğu bunların da genellikle Hollandalı polis ve kolluk görevlileri, ünlüler, siyasi figürler ve gazeteciler olduğu görülmektedir. Haber görsellerinde diğer Avrupa ülkelerinden yer alan aktörlerin ise yine gazeteci ve kolluk kuvvetleri olduğu görülmektedir. 2 (% 4,35) haber görselinde yer alan uluslararası organizasyonlar ise yardım kuruluşlarıdır. Buna karşın Libero Quotidiano internet gazetesinin haber görsellerinde yer alan haber aktörlerinin kimliklerine bakıldığında 34'ünün (% 55,74) belediye başkanları, savcılar, gazeteciler, polis ve askerlerden olduğu görülmektedir. Libero Quotidiano'nun 61 haber görselinin

15'inde (% 24,59) haber aktörlerinin kimliğine yer verilmemiştir. Diğer Avrupa ülkelerinden yer alan haber aktörleri, haber görsellerinin 9'unda (%14,75) yer almaktadır. Bu görsellerde İtalya'da aşırı sağın lideri Meloni'nin (göçmenlerin İtalya'ya gelmesine engel teşkil edecek bariyer ülke anlaşmaları gereği) diğer Avrupa ülkelerinin (Arnavutluk gibi) liderleriyle buluştukları görüntülere yer verilmektedir.

5.2. Görsel Çerçeveleme Değerlendirme

Tablo 7. Haber Görsellerinde Görsel Çerçeveleme

Baskın çerçeve	<i>De Telegraaf</i>		<i>Libero Quotidiano</i>	
	N	%	N	%
İnsani İlgi	3	6,52	2	3,28
Yabancı düşmanlığı	9	19,57	25	40,98
Kayıp/ kazanç	4	8,70	-	-
Hukuk ve kontrol	9	19,57	2	3,28
Siyaset	21	45,65	32	52,46
Toplam	46	100	61	100

Çalışmanın son araştırma sorusunda De Telegraaf ve Libero Quotidiano gazetelerinin Avrupa'daki göçmen sorunlarını aktarırken hangi görsel çerçeveleri kullandığı ortaya konulmaya çalışılmıştır. Bu araştırma sorusunda baskın çerçevelemeyi belirleyebilmek için hem haber görseli hem de haber metni değerlendirilmiştir. Buna göre De Telegraf gazetesi 46 haberden 21'inde (% 45,65) siyaset bağlamında bir çerçeve benimserken, 9'unda (% 19,57) yabancı düşmanlığı, yine 9'unda (% 19,57) hukuk ve kontrol şeklinde kategorilendirilmiş çerçeveleri baskın şekilde kullanmaktadır. Libero Quotidiano gazetesi ise 61 haberin 32'sinde (% 52,46) siyaset, 25'inde (% 40,98) yabancı düşmanlığını baskın çerçeveler olarak kullanmıştır. Her iki gazetenin de siyaset içeren ve yabancı düşmanlığını ele alan baskın çerçeveleri kullanmaları Avrupa'da yükselen aşırı sağın göçmenlere dair olumsuz görüşlerinin medyaya yankılandığı şeklinde değerlendirilebilir. Yine her iki gazetenin de göçmenlere dair insani ilgi haberlerine çok fazla yer vermediği görülmektedir.

5.3. Görsel Çerçevelemeye Örnek Fotoğraflar

De Telegraaf'ın çekim teknikleri açısından yakın çekim kullandığı bu görselde yine baskın çerçeveleme açısından nadir olarak kullandığı insani ilgi çerçevesi yer almaktadır. Yakın çekim açılarının insani duyguları ortaya çıkardığı ve yakınlık hissini kuvvetlendirdiği ifade edilebilir. (Görsel 2 ve Görsel 3) Görsel 2 'de yer alan Faslı Karim Samaa Hollanda'ya Ukrayna'dan gelen üçüncü dünya ülkesi vatandaşları için ülkeyi terk etme politikasını eleştiriyor. Yakın çekim içeren görsellerde göçmenlerin yüz ifadeleri açıkça görülmektedir. Libero Quotidiano gazetesin yakın çekim tekniklerini oldukça fazla kullanmıştır. Ancak bu görüntülerde bir gazete görseli, bir siyasinin fotoğrafı ya da açıklama yapan bir uzmanın görselini paylaşarak yabancı düşmanlığı kategorisinde değerlendirilen haberleri paylaşmaktadırlar. (Görsel 1)



Görsel 1. Sürdürülemez Toplumsal Gerilimler ve Göçmenlerin Yol Açacağı Duruma Dair Açıklama Yapan Bir Sosyolog.

Kaynak: Libero Quotidiano ("Immigrazione, Luca Ricolfi", 2023)



Görsel 2. Faslı Karim Samaa Hollanda'da Okuyan Dış Hekimliği Öğrencisi.

Kaynak: De Telegraaf (Kossen, 2024).



Görsel 3. Yurt Dışı Kaynaklı Haber, Almanya'da Göçmen Bir Çocuk.

Kaynak: De Telegraaf ("Duitse regering gaat deelstaten 7500 euro per asielzoeker betalen", 2023).

Zhang ve Helmueller, uzun çekim görüntülerinin trajik bir sahneye yakınlık duymak yerine daha geniş bir bağlama dikkatleri yönelttiğini ifade etmektedir (2017, s. 499). Libero Quotidiano gazetesinin baskın çerçeve olarak kullandığı yabancı düşmanlığı haberlerinde genellikle uzun çekimlerin kullanıldığı gözlemlenmektedir. Aynı zamanda bu haberlerde 16 ve daha üzeri büyük grup olarak göçmenlerin görüntülerine yer verilmektedir. Bu görsellerde göçmenlerin duygu durumlarına dair bir çıkarım yapmak ise mümkün değildir. (Görsel 4)



Görsel 4. Göçmenlerin Deniz Yolunu Kullandıkları Bir Görsel.

Kaynak: Libero Quotidiano ("Migranti e campi all'estero, cosa ci insegnano Australia ed Inghilterra", 2023)



Görsel 5. Çeçenistan'dan Kaçıp Hollandaca Öğrenen Mutlu Bir Diyetisyen Göçmen.

Kaynak: De Telegraaf (Heijer, 2024)

Görsel 4'te De Telegraaf ve Libero Quotidiano gazetelerinin görsellerinde yer alan göçmenlerin sahip olduğu duygu durumları genellikle tanınmamaktadır. Görüntüler ya uzaktan çekilmiş şekilde sunulmakta ya da göçmenlerin yüzlerine yer verilmemektedir. De Telegraaf gazetesi bazı göçmenlerin olumlu duygu durumlarını içeren haberleri yayınlamakta ve hayat hikâyelerini haberleştirmektedir. (Görsel 5) Gazetenin ülkeye uyum sürecine uygun davranan göçmenlerin de olduğunu vurgulamaya çalıştığı görülmektedir. Libero Quotidiano gazetesinin göçmenlerin duygu durumlarına dair yaptığı paylaşımlarda yüksek bir oranda duygu durumları tanınmamaktadır. Libero Quotidiano'nun göçmenlerin yüzlerine yer vermeden cihatçıların sınırdan girmesi şeklinde paylaştığı haber aynı zamanda yabancı düşmanlığı içeren haber kategorisine de örnek oluşturmaktadır. (Görsel 6)



Görsel 6. Göçmenlerin Kaçak Yollarla Sınırdan Girmesi.

Kaynak: Libero Quotidiano (Calessi, 2023)

Her iki medya kuruluşu da seçilen tarihler arasındaki haberlerinde ağırlıklı olarak “siyaset” çerçeveli habere değinmektedirler. Ayrıca haber aktörlerinin görsel kimliğinde en fazla kullanılan kategorilerden olan “siyasi figürler” ve haber çerçevesinde en baskın çerçeve olarak kullanılan “siyaset” çerçevesi de haber görsellerine fazlaca yansımıştır. Her iki gazetede göçmenlerin ülkeye girmesine engel olacak anlaşmalar ya da göçmenlerle ilgili alınacak kararlar haberlere yansımakta göçmenlerin ekonomik ve toplumsal boyutta oluşturdukları tehditler haberlere konu edilmektedir. (Görsel 8 ve Görsel 9)



Görsel 7. İtalya Başbakanı Giorgia Meloni'nin Açıklama Yaptığı Bir Görsel.
Kaynak: Libero Quotidiano (“Giorgia Meloni, il video di Rama sui social”, 2023)



Görsel 8. Arnavutluk Başbakanı Edi Rama ve İtalya Başbakanı Giorgia Meloni
Kaynak: Libero Quotidiano (Rubini, 2023)

De Telegraaf ve Libero Quotidiano gazetesi siyaset ve yabancı düşmanlığı kategorileri dışında “hukuk ve kontrol” çerçevesini kullanarak haber görsellerinde polis/askeri birimler ile göçmenler arasındaki çatışmaları ya da sınır geçişlerini denetlediği görüntüler de paylaşılmıştır. Görsel 10'da kalabalık gruplar halinde, uzun çekim açısıyla yansıtılan göçmenlerin duygu durumlarına ve kimliklerine yer verilmemektedir. Bu da haberin göçmenler üzerinden bir empati geliştirme imkanının okuyuculara verilmediğini göstermektedir. Görsel 11'de ise Libero Quotidiano gazetesi göçmen görüntüsüne yer vermezken, göçmen kimliğine yer vermektedir. Sudan asıllı bir göçmenin polisi ısırıldığı şeklindeki haberi sayfasına taşımaktadır. Böylece şiddet içeren bir haberle kimliği de belirtilen göçmen yan yana getirilmektedir. (Görsel 10 ve Görsel 11)



Görsel 9. Polisin Sınır Kontrolü Haberi.
Kaynak: De Telegraaf (Bakker ve Kossen, 2023)



Görsel 10. Sudanlı Bir Göçmenin İtalyan Polisini İstirdiği Haberi.
Kaynak: Libero Quotidiano ("Podava-choc", 2023)

Göçmenlerin kalabalık gruplar halinde ve yüzlerinin görülmediği görsellerle birlikte neden oldukları ifade edilen sokak olaylarından kesitlerin paylaşıldığı haberler, özellikle topluma verilmek istenen mesajları pekiştirmektedir. Nitekim bu görüntüler haberi yabancı düşmanlığı bağlamında sunan gazetenin belirlediği çerçeveler etrafında şekillenmektedir. Göçmenlerin toplumsal kargaşaya neden olduğu şeklinde sunulan haberin dili de göçmenlere karşı bakış açısını olumsuz olarak etkileyebilecek niteliktedir. (Görsel 10) Dolayısıyla bu görseller bir diğer açıdan aşırı sağ partilerin göçmenlerle ilgili argümanlarını desteklemektedir.



Görsel 11. Dublin'deki Göçmenlerin Çıkardığı Sokak Olaylarını Konu Alan Haber Görseli.

Kaynak: Libero Quotidiano ("Ue, caccia al bianco", 2023)

4. Sonuç

Son yıllarda küresel çapta yaşanan salgınlar ve ekonomik sıkıntılar, ülkelerin pek çok konuda önceliklerini yeniden belirlemelerine neden olmuştur. Göç konusu da bu önceliklerden biridir. 2015 yılında başlayan göç dalgası, Avrupa'yı yeni kararlar almaya ve politikalar uygulamaya yönlendirmiştir. Ancak alınan kararlar ve uygulanan politikalar, göçmen akışını tam anlamıyla durduramamıştır. Ekonomik zorluklarla başa çıkmak için siyasilere dikkatini göçmenler üzerine yoğunlaştıran bir faktör olmuştur. Göçmenlerin varlığı, yaşam koşullarının zorlaşmasıyla birlikte bir tehdit olarak algılanmıştır. Özellikle aşırı sağ partiler, bu algıyı körükleyerek güç kazanmış ve göçmenlere karşı sert bir retorik benimsemiştir.

Aşırı sağ partilerin iktidara gelmesiyle birlikte, göçmenlere yönelik uyguladığı kampanyalar hem görsel hem de içeriksel olarak değişmiştir. Bu, medya üzerinde önemli bir etkiye sahiptir çünkü göçmenlere yönelik politikalar ve retorik, toplumun genel algısını şekillendirir ve seçmenlerin oy verme davranışlarını etkiler. Bu nedenle, aşırı sağ partilerin göçmenlere karşı tutumlarının medyadaki yansımaları önemli bir tartışma konusudur. Görsel ve içeriksel olarak nasıl sunulduğu, kamuoyunun göçmenlere bakışını derinden etkileyebilir ve politika yapıcılarının aldığı kararları belirleyebilir. Gazetelerin haber yapım aşamalarında baskın siyasi görüşten ya da sahiplik yapısından etkilenmemesi mümkün değildir. Bu bağlamda, göçmenlere yönelik politikaların ve retoriklerin medyaya yansımaları, Hollanda'nın De Telegraaf gazetesi ve İtalya'nın Libero Quotidiano gazetesi üzerinden değerlendirilmiştir. Çalışmada her iki gazetenin göçmenler üzerinden kurguladıkları haberlerin görsel çerçeveleri de incelenmiştir. Üç aylık bir arşiv taramasıyla gazetelerin internet haber sayfalarından elde edilen verilerle -belirlenen kategorilere göre değerlendirilmek koşuluyla- her iki gazetenin de göçmenleri görsellerinde nasıl yansıttıkları sorusuna cevap aranmıştır.

Göçmen görsellerindeki kamera çekim açıları empati duygusu uyandırması bakımından oldukça önemlidir. Zhang ve Hellmueller (2017) göçmenlerin görsellerinde kullanılan yakın çekim açısının okuyucu harekete geçirmek ve duygusal yakınlık kurmak amacına hizmet ettiğini vurgulamaktadır. Bu anlamda De Telegraaf gazetesinin kullandığı çekim açıları değerlendirildiğinde % 32,61 orta çekim, % 26,09, izleme çekimi % 21,74 yakın çekim kullandığı görülmektedir. Libero Quotidiano göçmen görsellerinde % 47,54 yakın çekim kullanırken; % 19,67 diyalog çekimi, % 14,75 orta çekim kullanmaktadır. Libero Quotidiano gazetesinin kullandığı yakın çekimlerde ve diyalog çekimlerinde göçmen görsellerine yer vermediği ağırlıklı olarak siyasilerin yakın çekim ya da diyalog çekim fotoğraflarına yer verdiği gözlemlenmektedir. Bu anlamda göçmenlerle kurulacak empatik bağ ve yüz ifadelerinden çıkarılacak duygu, okuyucuyla buluşmamaktadır. De Telegraaf gazetesinde ağırlıklı olarak görüntülerde göçmenlerin yer almaması (% 30,43) ya da büyük gruplar halinde (% 26,09) görsele yansımaları, duygu durumlarının tanımlanamaması (% 69,57) ve kimliklerine (% 50,00) dair bilgilere genellikle yer verilmediği gözlemlenmiştir. Libero Quotidiano için ise durum şöyledir: Görüntülerde göçmenlerin yer almaması (% 74,41) ya da büyük gruplar halinde (% 26,09) görsele yansımaları, duygu durumlarının tanımlanamaması (% 8,20) ve kimliklerine (% 78,69) dair bilgilere yer verilmemektedir.

Küresel gazetecilik anlayışıyla yayın yapan gazetelerin görsellerinde yakın çekim açıyla göçmenlerin sıklıkla yer alması onların acılarına, çaresizliklerine odaklanmayı ve bağ kurmayı sağlarken (Zhang ve Hellmueller, 2017); aşırı sağ partilerin iktidar olduğu ve onların görüşlerine yakın gazetelerden De Telegraaf ve Libero Quotidiano'nun göçmen görsellerinde ise buna rastlamak mümkün gözükmemektedir. Medyanın tarafsızlık, dengeli haberleşme ve çeşitli bakış açılarını sunma sorumluluğu bu noktada önemlidir. Nitekim bu durum kitle iletişim araçlarıyla aşırı sağ partilerin politikalarının geçerliliğini meşrulaştırır. Araştırmada dikkate alınan bir diğer unsur ise haber görsellerinde yer alan haber aktörleridir. Her iki gazetenin de haber aktörü olarak siyasi figürleri (% 50,00 De Telegraaf, % 57, 38 Libero Quotidiano) öncelediği bulgusuna ulaşılmıştır. Göçmen haberlerinin yer aldığı görsellerde ya göçmenler yer alıp siyasi bir figürün açıklama yapması konu edilmekte ya da hem görselde hem de haberin içeriğinde göçmenlere dair siyasilerin değerlendirmelerine yer verilmektedir. Polis/askeri birimlerin (% 15,22 De Telegraaf), (% 8,20 Libero Quotidiano) şiddet olayları ya da denetimlerde, sınır güvenliğinin sağlanmasında diğer haber aktörü olarak görselde yer aldığı sonucuna ulaşılmaktadır. Haber aktörlerinin kimliklerine dair yapılan değerlendirmelerin De Telegraaf gazetesinde % 54,35 belirsiz, % 28,26 Hollandalı olduğu gözlemlenirken; Libero Quotidiano gazetesinde % 55,74 İtalyan, % 24,59'nun kimliğinin belirsiz olduğu saptanmıştır. Hollandalı ya da İtalyan asıllı haber aktörlerinin de ağırlıklı siyasi figür, gazeteci (% 16,39 Libero Quotidiano) ya da polis/askeri birim olduğu ifade edilebilir.

Aşırı sağ partilerin iktidar olduğu Hollanda ve İtalya'da yayın hayatına devam eden çalışmaya konu edilen her iki gazetenin göçmenler üzerinden yaptıkları görsel çerçevelemenin değerlendirilmesi oldukça önemlidir. Çalışmada yer alan her iki gazetenin de görsellerdeki baskın çerçevesini "siyaset" kategorisi oluşturmaktadır. Buradan hareketle Avrupa'da artan aşırı sağ politikaların göçmen söylemlerinin gazetelere yansıdığı söylenebilir. Ayrıca her iki gazetede de hemen hemen her gün yayınlanan göçmen haberleri ile (siyaset ve yabancı düşmanlığı: % 15,57 De Telegraaf, %40,98 Libero Quotidiano) kamuoyunun konuya olan ilgisini kaybetmemesini hedeflemektedir.

5. Extended Abstract

This study aims to reveal the increasing migration in Europe and how migration is visually emphasised in the news media. Especially the migration problems in Europe and the steps taken to solve them, as well as the way the crisis is handled in the news media, are of great importance in terms of understanding the situation. It can be stated that far-right parties in Europe have gained power and used the news media to strengthen their policies on migration. In recent years, the perspective towards immigrants in Europe has strengthened the anti-immigrant discourses of right-wing parties. For this purpose, it has been tried to reveal the way newspapers handle the situation regarding the immigrant problem through news visuals and the dominant frames they use in the news. For this purpose, De Telegraaf, a right-wing newspaper from the Netherlands, and Libero Quotidiano, a far-right newspaper from Italy, were selected as samples. The fact that far-right parties are in the administration of the Netherlands and Italy and the reflection of their decisions on immigrants in the language of the media is very important. Therefore, the way Libero Quotidiano and De Telegraaf newspapers visually cover immigrants and frame the news is important.

The data used in the study were collected between November 1, 2023, and January 31, 2024. Europe, which has been in search of a legal order for migrants since 2015, was only able to adopt the new asylum and migration agreement prepared in 2020 in 2023. The dates chosen in the study are also noteworthy in terms of covering the days when the migration agreement was adopted. In order to access the news images of Libero Quotidiano and De Telegraaf about migrants, keywords such as refugee, migrant, and asylum seeker were typed into the search engines on their websites. We found 46 news images on Libero Quotidiano's web page and 61 news images on De Telegraaf's web page. In total, all 107 news photographs were analysed and coded. Video news and refugees arising from the conflict between Israel and Palestine were not included in the scope of the research. Nine variables were used in the coding chart used in the research. The selected news and images were recorded and evaluated using coding schemes such as the presence of migrants in the news, the definition of the news image, the date of publication of the news, the camera shooting position, the visual patterns of migrants, the identity of migrants, the facial expressions of migrants, the presence of other news actors, the identity of other news actors, and the

dominant frame in the news. At the same time, camera shooting positions (close-up, medium shot, long shot, dialogue shot, and tracking shot), the number of migrants in the images (no migrants in the images, individual, small group of 2-3 people, medium group of 4-15 people, large group of 16 or more people), facial expression of migrants (emotion unrecognised, positive, negative, mixed), migrant identity, other news actors in the image and their identity, and the dominant frame in the news image (humanitarian interest, xenophobia/intolerance, loss/gain, law and control, politics) were evaluated. The coding scheme of the study is based on the coding scheme used by Zhang and Hellmueller (2017) in their study titled "Visual framing of the European refugee crisis in Der Spiegel and CNN International: Global journalism in news photographs".

According to the research findings, there are significant differences in the use of camera shooting positions by both newspapers. While it is observed that both newspapers have different editorial policies in the category of including immigrants in news visuals, it is observed that they have similar editorial policies in terms of not including immigrant identities. Again, both newspapers exhibit similar approaches in terms of not reflecting migrant emotions in photographs. While different news actors as well as immigrants are included in the news visuals, it is seen that they use dominant frames dealing with politics and xenophobia. As a result, it is seen that both newspapers portray immigrants with negative stereotypes and that politicians or law enforcement officers take place in immigrant news more than immigrants.

Keywords: Far-Right, Media, Immigration, Representation in The Media, Visual Framing.

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.

Kaynakça

- Aslan, H. K. (2018). Aşırı Sağın Yükselişi: Resme Küresel Perspektiften Bakmak. *Muhafazakar Düşünce Dergisi*, 14(53), 47-70.
- Bakker, A. ve Kossen, E. (2023, 20 Aralık). Historisch migratiekoord EU: Doorbraak of nep-oplossing? | Binnenland | Telegraaf.nl. 9 Şubat 2024 tarihinde <https://www.telegraaf.nl/nieuws/1346309640/historisch-migratiekoord-eu-doorbraak-of-nep-oplossing> adresinden erişildi.
- Baran, S. J. ve Davis, D. K. (1995). *MASS COMMUNICATION THEORY: Foundations, Ferment, and Future*. CA: Wadsworth.: Belmont.
- Berelson, B. (1952). *Content analysis in communication research*. Content analysis in communication research (s. 220). New York, NY, US: Free Press.
- Boomgaarden, H. G. ve Vliegenthart, R. (2009). How news content influences anti-immigration attitudes: Germany, 1993–2005. *European Journal of Political Research*, 48(4), 516-542. doi:10.1111/j.1475-6765.2009.01831.x
- Boztepe, V. (2017). Televizyon Haberlerinde Suriyeli Mültecilerin Temsili. *Ankara Üniversitesi İlef Dergisi*, 4(1), 91-122. doi:10.24955/ilef.312831
- Brantner, C., Lobinger, K. ve Wetzstein, I. (2011). Effects of Visual Framing on Emotional Responses and Evaluations of News Stories about the Gaza Conflict 2009. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 88(3), 523-540. doi:10.1177/107769901108800304
- Calessi, E. (2023, 8 Kasım). Terrorismo, il report degli 007: “Il confine da cui entrano i jihadisti”. 11 Şubat 2024 tarihinde <https://www.liberoquotidiano.it/news/terra-promessa/37469192/terrorismo-report-007-confine-entrano-jihadisti.html> adresinden erişildi.
- Cesáreo Rodríguez, A. (2014). The Rise of The Far Right in Europe. *IEMed. Mediterranean Yearbook 2014*, 178-181.
- Chauzy, J.-P. ve Appave, G. (2013). *Communicating Effectively about Migration*. Reporting at the Southern Borders içinde (1st Edition.). Routledge.
- Duitse regering gaat deelstaten 7500 euro per asielzoeker betalen. (2023, 7 Kasım).De Telegraaf. 9 Şubat 2024 tarihinde <https://www.telegraaf.nl/nieuws/646322214/duitse-regering-gaat-deelstaten-7500-euro-per-asielzoeker-betalen> adresinden erişildi.
- Eberl, J.-M., Meltzer, C. E., Heidenreich, T., Herrero, B., Theorin, N., Lind, F., ... Strömbäck, J. (2018). The European media discourse on immigration and its effects: A literature review. *Annals of the International Communication Association*, 42(3), 207-223. doi:10.1080/23808985.2018.1497452
- Ellinas, A. A. (2010). *The Media and the Far Right in Western Europe: Playing the Nationalist Card*. Cambridge: Cambridge University Press. doi:10.1017/CBO9780511676017
- Fahmy, S. ve Wanta, W. (2007). What visual journalists think others think The perceived impact of news photographs on public opinion formation. *Visual Communication Quarterly*, 14(1), 16-31. doi:10.1080/15551390701361632
- Giorgia Meloni, il video di Rama sui social: “Sentite come risponde alla sinistra”. (2023, 10 Kasım). 11 Şubat 2024 tarihinde <https://www.liberoquotidiano.it/news/politica/37494382/giorgia-meloni-video-edi-rama-risponde-sinistra.html> adresinden erişildi.
- Godin, E. ve Hanley, D. (2013). No Enemies on the Right? Competition and Collusion between Conservatives, Moderates and Extreme Right Parties in Europe. *Journal of Contemporary European Studies*, 21(1), 2-4. doi:10.1080/14782804.2013.766472
- Gökgöz, G. (2023). Göç ve Medya: Gaziantep'teki Suriyeli Göçmen Üniversite Öğrencilerinin Suriye Medyasına İlişkin Eğilimleri. *Ankara Üniversitesi İlef Dergisi*, 10(1), 69-98. doi:10.24955/ilef.1306651
- Hakoköngäs, E. ve Sakki, I. (2016). Visualized Collective Memories: Social Representations of History in Images Found in Finnish History Textbooks. *Journal of Community & Applied Social Psychology*, 26(6), 496-517. doi:10.1002/casp.2276
- Heijer, D. (2024, 26 Ocak). Asya vluchtte uit Tsjetsjenië: 'Om Nederlands te leren luisterde ik cd's van André Hazes' | Glossy | Telegraaf.nl. 10 Şubat 2024 tarihinde

<https://www.telegraaf.nl/vrouw/868987412/asya-vluchtte-uit-tsjetsjenie-om-nederlands-te-leren-luisterde-ik-cd-s-van-andre-hazes> adresinden erişildi.

Horsti, K. (2008). Europeanisation of Public Debate. *Javnost—The Public*, 15(4), 41-53. doi:10.1080/13183222.2008.11008981

Immigrazione, Luca Ricolfi: “Tensioni sociali insostenibili, prenderne atto”. (2023, 19 Aralık). 11 Şubat 2024 tarihinde <https://www.liberoquotidiano.it/news/terra-promessa/37885674/calò-demografico-luca-ricolfi-immigrazione-tensioni-sociali-insostenibili.html> adresinden erişildi.

Kossen, E. (2024, 17 Ocak). Raad van State: Derdelanders Oekraïne moeten in april weg zijn uit Nederland. 9 Şubat 2024 tarihinde <https://www.telegraaf.nl/nieuws/579649936/raad-van-state-derdelanders-oekraïne-moeten-in-april-weg-zijn-uit-nederland> adresinden erişildi.

Lee, J. (2016). Presidents' visual presentations in their official photos: A cross-cultural analysis of the US and South Korea. *Cogent Arts & Humanities*, 3(1), 1201967. doi:10.1080/23311983.2016.1201967

Lutz, P. (2019). Variation in policy success: Radical right populism and migration policy. *West European Politics*, 42(3), 517-544. doi:10.1080/01402382.2018.1504509

Migranti e campi all'estero, cosa ci insegnano Australia ed Inghilterra. (2023, 7 Kasım). Migranti e campi all'estero, cosa ci insegnano Australia ed Inghilterra. 9 Şubat 2024 tarihinde <https://sso.liberoquotidiano.it/login.html?redirect=https://www.liberoquotidiano.it/news/piulibero/37454447/migranti-campi-estero-cosa-insegnano-australia-inghilterra.html&fromPaywall=true> adresinden erişildi.

Mudde, C. (2013). Three decades of populist radical right parties in Western Europe: So what? *European Journal of Political Research*, 52(1), 1-19. doi:10.1111/j.1475-6765.2012.02065.x

Öner, S. (2014). Avrupa'da Yükselen Aşırı Sağ, Yeni 'Öteki'ler ve Türkiye'nin AB Üyeliği. *Ankara Avrupa Çalışmaları Dergisi*, 13(1), 163-184. doi:10.1501/Avraras_0000000205

Padova-choc, immigrato sudanese azzanna un poliziotto. (2023, 6 Aralık). 11 Şubat 2024 tarihinde <https://www.liberoquotidiano.it/news/italia/37764169/padova-immigrato-sudanese-azzanna-poliziotto.html> adresinden erişildi.

Parties and Elections in Europe. (2023). 16 Şubat 2024 tarihinde <http://www.parties-and-elections.eu/countries.html> adresinden erişildi.

Riffe, D., Lacy, S. ve Watson, B. R. (2019). *Analyzing Media Messages: Using Quantitative Content Analysis in Research*. Routledge.

Rubini, F. (2023, Ksım). Albania, l'Ue sbugiarda il Pd: “Modello interessante” – *Libero Quotidiano*. 11 Şubat 2024 tarihinde <https://www.liberoquotidiano.it/news/terra-promessa/37481486/immigrati-albania-ue-pd-modello-interessante.html> adresinden erişildi.

Seo, S. ve Kavakli, S. B. (2022). Media representations of refugees, asylum seekers and immigrants: A meta-analysis of research. *Annals of the International Communication Association*, 46(3), 159-173. doi:10.1080/23808985.2022.2096663

Sepli, A. (2022a). Birleşik Krallık'ta Avrupa şüpheçiliği: 2016 Avrupa Birliği referandumu. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp> adresinden erişildi.

Sepli, A. (2022b). Avrupa Birliği Ülkelerinde Yükselen Popülist Radikal Sağ: Meloni'nin Zaferi. *EURO Politika*, (16), 17-26.

Tauscher, S. (2017). Almanya'da aşırı sağ hareketler ve medyanın suçlu göçmen söyleminin resmi belgeler ışığında incelenmesi. *Göç Dergisi*, 4(2), 201-226. doi:10.33182/gd.v4i2.597

Thorbjørnsrud, K. ve Ustad Figenschou, T. (2016). Do Marginalized Sources Matter? *Journalism Studies*, 17(3), 337-355. doi:10.1080/1461670X.2014.987549

Tokatlı, S. G. (2022). Avrupa'da Yükselen Aşırı Sağ ve Değişen Küresel Dinamikler. *EURO Politika*, (16), 34-42.

Ue, caccia al bianco: Si scatena la guerra incivile. (2023, 25 Kasım). 10 Şubat 2024 tarihinde <https://www.liberoquotidiano.it/news/europa/37653922/ue-caccia-bianco-guerra-incivile.html> adresinden erişildi.

Zaslove, A. (2004). Closing the door? The ideology and impact of radical right populism on immigration policy in Austria and Italy. *Journal of Political Ideologies*, 9(1), 99-118. doi:10.1080/1356931032000167490

Zhang, X. ve Hellmueller, L. (2017). Visual framing of the European refugee crisis in *Der Spiegel* and *CNN International*: Global journalism in news photographs. *International Communication Gazette*, 79(5), 483-510. doi:10.1177/1748048516688134

Kütahya Ali (Alo) Paşa Camii'nin Çini Süslemeleri

Dilek ÇAKIR* 

ÖZ

Yerleşim yeri olarak köklü bir geçmişe sahip olan Kütahya, aynı zamanda tarihi MÖ 3000 yılının ortalarına dayanan önemli bir seramik üretim merkezidir. Kütahya'da, 15. yüzyıl sonları ile 16. yüzyılda mavi-beyaz sıraltı tekniğinde çiniler üretilmeye başlanmıştır. 17. yüzyıldan itibaren çinicilik daha da ön plana çıkmaya başlamış, farklı renk, motif ve kompozisyonlarla üretim 18. yüzyılda da devam etmiştir. Kütahya'da ve farklı şehirlerde bulunan birçok yapıda Kütahya çinilerini bezeme elemanı olarak görmek mümkündür. 1796 yılında inşa edilen Kütahya Ali (Alo) Paşa Camii'nin süslemelerinde de çini önemli bir yer tutmaktadır. Caminin mihrap ve mihrap duvarında 18. yüzyıla ait, batı kapısı üzerinde ise hem 18. yüzyıla hem de 19. yüzyıla ait sıraltı tekniğinde Kütahya çinileri yer almaktadır. Yapının kible duvarı ortasında yer alan mihrabın çevresi, nişi, kavsarası, köşeliği, alınlığı ve taç bölümü tamamen, mihrap duvarının ise büyük bölümü mavi-beyaz renklerde yapılmış sıraltı tekniğinde çinilerle kaplıdır. Giriş kapısı üzerinde yer alan 19. yüzyıla ait çinilerde ise kobalt mavinin yanı sıra turkuaz, mangan moru, yeşil, sarı ve siyahında kullanıldığı görülmektedir. Çalışmada, Kütahya Ali (Alo) Paşa Camii'nde görülen çiniler üzerinde durulmuş, çinilerin yerleşim düzenleri, teknik, renk, motif ve kompozisyon özellikleri incelenerek değerlendirilmeye çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Çini, Ali Paşa Camii, Alo Paşa, Kütahya, Osmanlı, 18. Yüzyıl.

Tile Decorations of Kütahya Ali (Alo) Pasha Mosque

ABSTRACT

Kütahya, which has a deep-rooted history as a settlement, is also an important ceramic production center dating back to the middle of 3000 BC. In Kütahya, tiles started to be produced in the blue-white underglaze technique in the late 15th and 16th centuries. Starting from the 17th century, tile making began to come to the fore, and production with different colors, motifs and compositions continued in the 18th century. It is possible to see Kütahya tiles as decorative elements in many buildings in Kütahya and different cities. Tiles also have an important place in the decorations of the Kütahya Ali (Alo) Pasha Mosque, which was built in 1796. There are Kütahya tiles in the underglaze technique of the 18th century on the mihrab and mihrab wall of the mosque, and on the west door, both from the 18th and 19th centuries. The surroundings, niche, arch, corner, pediment and crown of the mihrab located in the middle of the qibla wall of the building are completely covered with tiles in the underglaze technique made in blue-white colors. In the 19th century tiles on the entrance gate, it is seen that turquoise, manganese purple, green, yellow and black were used in addition to cobalt blue. In the study, the tiles seen in the Kütahya Ali (Alo) Pasha Mosque were focused on and the layout of the tiles, their technique, color, motif and composition features were examined and evaluated.

Keywords: Tile, Ali (Alo) Pasha Mosque, Alo Pasha, Kütahya, Ottoman, 18th Century.

1. Giriş

Kütahya, yerleşim yeri olarak tarihi antik dönemlere kadar inen ve Frigya adı verilen bölgede kurulan bir şehirdir (Uzunçarşılı, 1932, s. 1-2; Aydın, 1997, s. 1079; Varlık, 2002, s. 580). Şehrin adı eski kaynaklarda Kotiaieion, Kotiaion, Cotyaelum, Cotyaeum ve Cotyaium olarak geçmektedir (Anonim, 1972, s. 739; Yıldız, 1981-82, s. 35; Aydın, 1997, s. 1079; Bilgi, H. 2005, s. 9). Frig, Lidya, Pers, Bitinya, Bergama, Roma, Bizans, Selçuklu ve Germiyanogulları gibi birçok devletin egemenliğinde kalan şehir, 1390'da kısa süreli Osmanlı idaresine girmiş ancak tam olarak 1428'de Osmanlı yönetimine katılmıştır (Uzunçarşılı, 1932; Anonim, 1972, s. 739; Anonim, 1973, s. 17-23; Yıldız, 1981-82, s. 35-48; Şahin, 1981-82, s. 112-113; Altun, 1981-82, s. 180-184; Demirsar Arlı, 1997, s. 237; Varlık, 2002, s. 580; Kürkman, 2005, s. 20-30; Bilgi, Ö. 2005, s. 15-29).

* **Corresponding Author/Sorumlu Yazar**, Dr./Ph.D., Bağımsız Araştırmacı/Indep. Res., Çanakkale, Türkiye, dilekckr17@gmail.com

Makale Gönderim ve Kabul Tarihleri/Article Submission and Acceptance Dates: 15.04.2024-10.07.2024

Citation/Atf: Çakır, D. (2024). Kütahya ali (alo) paşa camii'nin çini süslemeleri. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 54, 213-232. <https://doi.org/10.52642/susbed.1468736>

This work is licensed under Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License



Köklü bir geçmişe sahip olan Kütahya önemli bir seramik üretim merkezidir ve yaklaşık olarak MÖ 3000 yılının ortalarından, yani İlk Tunç Çağı'nın ikinci yarısından itibaren seramik üretimine devam ettiği bilinmektedir (Kürkman, 2005, s. 15; Demirsar Arlı, 2007, s. 329; Demirsar Arlı & Altun, 2008, s. 45).

Kütahya'da, Beylikler ve Erken Osmanlı döneminde çini ve seramik üretiminin başlama tarihiyle ilgili farklı görüşler bulunmaktadır (Carswell & Dowsett, 1972, s. 2; Şahin, 1981, s. 262; Bilgi, H. 2005, s. 10-11; Demirsar Arlı, 2007, s. 331). Kütahya'daki 1377 tarihli Kütahya Kurşunlu (Kasımpaşa) Camii'nin minaresinde yer alan tek renk sırlı tuğlalar (Demirsar Arlı, 1997, s. 237-238; Bilgi, H. 2005, s. 10-11;), Germiyanoglu II. Yakup Bey'in 1428 tarihli türbesinde bulunan sandukada ve zemin döşemesinde görülen altıgen ve üçgen formundaki turkuaz renk sırlı çini levhalar ile 1433 tarihli İshak Fakih Camii'nin türbe haline dönüştürülmüş olan son cemaat yerinin batısındaki bölümün duvarlarını ve zeminini kaplayan turkuaz renk sırlı çiniler Kütahya çinilerinin bugün bilinen en erken tarihli örnekleri olarak kabul edilmektedir (Aslanapa, 1949, s. 46; Demirsar Arlı, 1997, s. 238-239; Bilgi, H. 2005, s. 10-11).

15. yüzyıl sonları ile 16. yüzyıl başlarından itibaren mavi-beyaz olarak adlandırılan sıraltı tekniğindeki örneklerin hem çini hem de seramik eserlerin bezemesinde kullanıldığı görülmekte, üretimin İznik ile paralel olarak Kütahya'da da yapıldığı anlaşılmaktadır. Ancak mavi-beyaz sıraltı tekniğinde üretilmiş çinilerin yer aldığı bu döneme tarihlenen yapılar bulunması veya çini ya da seramik eserler üzerindeki kitabeler sayesinde bunların Kütahya üretimi oldukları netleştirilebilmektedir. Ayrıca Kütahya'nın çini hamuru bu dönem İznik'e göre daha pembesidir ve sırlarındaki kurşun oranının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir (Aslanapa, 1981-82, s. 71; Yetkin, 1981-82, s. 84; Bilgi, H. 2005, s. 10-12; Kürkman, 2005, s. 63-64; Demirsar Arlı, 2007, s. 333).

15.-17. yüzyıllar arasında çinicilikte ana üretim merkezi olarak dikkat çeken İznik'te 17. yüzyıl sonlarında çiniciliğinin zayıflamaya başladığı, çini ve seramik üretim merkezi olarak Kütahya'nın gittikçe ön plana çıktığı görülmektedir (Altun, 1999, s. 215-216; Demirsar Arlı & Altun, 2008, s. 27; Öney, 2009, s. 718, 728). Bu dönemde İznik çinilerini andıran üslupta çiniler yapılmakla birlikte, 17. yüzyıl sonu ile 18. yüzyıllarda renk ve üslup olarak farklı bir grubu oluşturan Kâbe tasvirli çiniler de görülmeye başlanmaktadır (Öney, 1976, s. 69-70; Bilgi, H. 2005, s. 14).

18. yüzyıla gelindiğinde, İznik çiniciliği yerini Kütahya çiniciliğine bırakmıştır. Mimaride görülen çinilerindeki desenlerde genellikle daha soyut halde işlenmiş dilimli madalyonlar içinde çiçek demetleri, stilize kerubin motifleri ve sivri uçlu madalyon formu ile çevrelenmiş dilimli rozet çiçekler gibi motifler kullanılmıştır. Çinilerdeki hakim renk beyaz zemin üzerine kobalt mavisidir. Benzer örneklerin Anadolu'da birçok camide de uygulandığı görülmektedir. Kütahya çinilerinde görülen renkler parlak ve şeffaf sır altına kobalt mavisini, mavi, turkuaz, patlıcan moru, yeşil, siyah, kırmızı ve önemli bir farklılık olarak İznik çinilerinde kullanılmayan sarıdır (Öney, 1976, s. 70-71; Bilgi, H. 2005, s. 14). Bu dönemde Kütahya çinileriyle bezenen kiliselerin de yaygınlaştığı görülmektedir. Bu yapılarda daha çok Tevrat ve İncil'den alınan sahneler ile haç, melek ve aziz gibi dini öğeler kullanılmıştır (Aslanapa, 1949, s. 62-78; Öney, 1976, s. 70-71; Bilgi, H. 2005, s. 14; Demirsar Arlı, 2007, s. 336-337).

Kütahya çiniciliği 19. yüzyılın başlarından itibaren gerilemeye başlamış ve yüzyılın sonlarına doğru neredeyse durma noktasına gelmiştir. Ancak 19. yüzyıl sonu 20. yüzyıl başlarında I. Ulusal Mimarlık Dönemi'nin etkisiyle Kütahya çiniciliğinde bir canlanma görülmektedir (Şahin, 1988, s. 131-151; Demirsar Arlı, 1997, s. 248-249; Bilgi, H. 2005, s. 15). Bu dönemde çiniler genellikle 16. yüzyıl İznik çinilerini hatırlatan desen, renk ve teknik özellikleriyle dikkati çekmektedir. Cumhuriyet öncesi dönemde bir durgunluk geçirse de, sonrasında Kütahya çini ve seramik atölyelerinin çoğaldığı görülmektedir (Demirsar Arlı, 1997, s. 248-249; Demirsar Arlı, 2007, s. 338, 345).

Kütahya'da ve farklı şehirlerde bulunan birçok yapıda Kütahya çinilerinin süsleme elemanı olarak kullanıldığını görmek mümkündür. Sadece Kütahya çinilerinin yer aldığı eserler olmakla birlikte, Kütahya, İznik ve Tekfur Sarayı üretimi çinilerin bir arada kullanıldığı yapılarda bulunmaktadır. Kütahya Ali (Alo) Paşa Camii de Kütahya çinilerinin uygulandığı önemli yapılardan biridir. Yapılan çalışmalarda caminin çinileri ile ilgili daha çok genel bilgilere yer verildiği görülmektedir. Amacımız, Kütahya Ali (Alo) Paşa Camii'nde yer alan çinilerin yerleşim düzenlerini, teknik, renk, motif ve kompozisyon özelliklerini belirleyerek değerlendirmektir.

2. Kütahya Ali (Alo) Paşa Camii

Kütahya merkezde yer alan cami, halk arasında Alo Paşa Camii adıyla da bilinmektedir. Yapı, bugün var olmayan ancak İ. Hakkı Uzunçarşılı tarafından yayınlanan kitabesine göre 1212 (1796-97) yılında Anadolu Valisi Seyyid Süleyman Ağa oğlu Ali Paşa tarafından yaptırılmıştır (Uzunçarşılı, 1932, s. 126-127).

Yapının külliye olarak inşa edildiği bilinmekle birlikte (Uzunçarşılı, 1932, s. 126), bugün medrese, sıbyan mektebi ve şadırvanı bulunmamaktadır (Güner, 1964, s. 40; Altun, 1981-82, s. 266.). 19. yüzyıl sonlarında geçirdiği yangın sonrasında, cami aslına sadık kalmak üzere 1897 yılında Hacı Ömer Efendi tarafından yenilenmiştir (Güner, 1964, s. 44; Altun, 1981-82, s. 267; Altun, 1989, s. 429). Yapının 2015-2016 yılları arasında Vakıflar Genel Müdürlüğü tarafından restorasyonu yapılmıştır (Kütahya Valiliği, 2023).

Avlu içinde yer alan caminin kuzey ve batı yönlerinde iki kapısı bulunmaktadır. Kuzey girişi camekanla çevrilidir. Bu bölümün üzerinde önceden taş bir kubbe bulunduğu bilinmektedir ancak günümüzde burası kiremit kaplı bir çatı ile örtülüdür (Resim 1). Batı girişinde ise mermer sütunlu bir düzenle geçilen geniş bir holden sonra yapıya girilir. Yapının minaresi batı duvarına bitişiktir. Minarenin yanına iki küçük oda, yanına bir giriş holü ve onunda yanına dar ve uzun bir mescit binası eklenmiştir (Resim 2) (Güner, 1964, s. 43-44; Altun, 1981-82, s. 287).

Caminin harimi uzunlamasına dikdörtgen olup, kâgır ahşap çatılı ve kiremit örtülüdür (Resim 3) (Altun, 1989, s. 429). Ana mekanın ortası ve kuzey giriş kapısının önündeki zemin kotu kenarlardan daha düşük tutulmuştur. Zeninin yüksek olduğu bölümünde yer alan sekiz sütun tavanı desteklemektedir. Sütunların aralarında ahşap yuvarlak kemerler yer alır. Yanlardaki sütunların aralarına, ortadaki ayak boşta kalacak şekilde çift kemer yerleştirilmiştir. Harimin kuzey tarafında, ahşap direkler üzerine oturan mahfil yer alır. Mahfilin ortası oval şekilde çıkıntılıdır. Mihrap güney cephenin ortasında yer alır ve öne doğru çıkıntı yapmaktadır. Ana mekan yuvarlak kemerli pencerelerle aydınlatılmıştır. Kuzey giriş kapısının ve mihrabın üzerinde birer yuvarlak pencere bulunmaktadır (Resim 4).

Yapıda süsleme olarak ahşap, kalemîşi ve çini bezeme görülmektedir. Ahşap ve kalemîşi süslemeler tavanda, sütunların kemer köşeliklerinde ve minberde yer almaktadır.

Düz tavan çıtalarla geometrik bölümlere ayrılmış, içlerine süslemeler yapılmıştır (Resim 5). Ortadaki aydınlatmanın da asılı olduğu bölümde oval formlu ahşap bir tavan göbeği bulunur. Etrafı düz çıtalarla sınırlandırılmış olan göbeğin merkezinde bir çiçek motifi ile etrafında "S" ve "C" kıvrımlardan oluşan dallar ve yapraklar yer almaktadır. Dalların etrafı yine "S" şeklinde kıvrılarak devam eden bordür ile çevrelenmektedir. Köşelerde ise ay yıldız motifi ve buna bağlı stilize yapraklar görülür.

Tavan göbeğinin etrafında yer alan bölümler iç içe iki ince ve uzun bölümden oluşmaktadır. Ortadaki bölümün içinde kalemîşi süslemeler yer alır. Bu alanın ortasında bulunan içi çiçek motifleriyle bezeli madalyonun etrafında barok tarzı "S" ve "C" kıvrımlarından oluşan süslemeler ve yanlarından ince cetvellerle oluşturulmuş kartuşlar görülmektedir. Süslemeler beyaz, gri, açık mavi ve toprak tonlarında yapılmıştır (Resim 6).

Tavanı taşıyan sütunların üzeri mermer taklidi boyalıdır. Sütun başlıklarının her yüzeyinde, bej ve kahverengi tonlarında akantus yaprağını andıran süsleme görülmektedir. Sütunların kemer köşeliklerinde ise barok karakterli kıvrık dal ve yapraklardan oluşan simetrik kompozisyon yer alır. Kemer yüzeylerindeki kalemîşi süslemeler geometrik kompozisyonlu olarak düzenlenmiştir (Resim 7).

Minber üzerinde de ahşap ve kalemîşi süslemeler bulunmaktadır. Minber aynalıkları, yıldızlardan gelişen geometrik motiflerle bölümlere ayrılmış, içlerine güller ve yaprak motiflerinden oluşturulmuş buketler yapılmıştır. Kafes şeklindeki korkulukların çerçevelerinde de stilize kıvrık dal ve çiçek motifleri görülmektedir (Resim 8).

Caminin mihrap ve mihrap duvarı ile batı giriş kapısının üzerinde sıraltı tekniğinde çini bezemeler yer almaktadır.



Resim 1. Kütahya Ali (Alo) Paşa Camii'nin Kuzey Girişi



Resim 2. Caminin Güney Cephesi



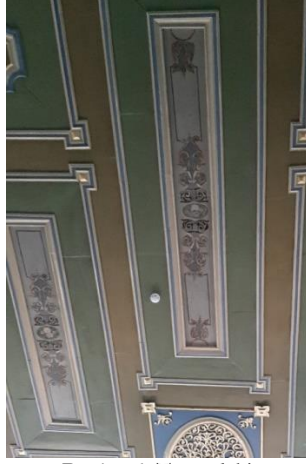
Resim 3. Caminin Harimi



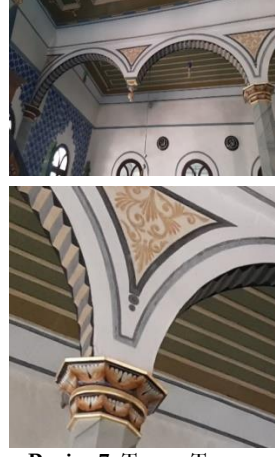
Resim 4. Caminin Kuzey Girişi ve Mahfil



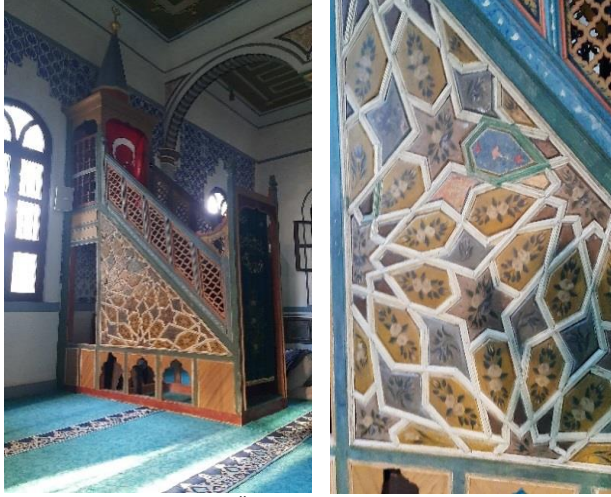
Resim 5. Caminin Tavanı



Resim 6. Tavandaki Kalemîşi Süslemeler



Resim 7. Tavani Taşıyan Sütun ve Kemerler Üzerindeki Kalemîşi Süslemeler



Resim 8. Minber Üzerindeki Kalemîşi Süslemeler

2.1. Yapının Çini Süslemeleri

Caminin mihrap ve mihrap duvarında 18. yüzyıla ait, batı kapısı üzerinde ise hem 18. yüzyıla hem de 19. yüzyıla ait sıraltı tekniğinde Kütahya çinileri bulunmaktadır (Öney, 1976, s. 95; Şahin, 1981-82, s. 125; Demirsar Arlı & Altun, 2008 s. 334).

2.1.1. Mihrapta Yer Alan Çiniler

Yapının mihrabı ve mihrap duvarı beyaz zemin üzerine kobalt mavi ve açık mavi renklerin kullanıldığı sıraltı tekniğinde çinilerle bezelidir (Çakır, 2024, s. 344-351).

Mihrap Çevresi: Caminin dışa taşkın olarak yapılan mihrabının (Resim 9) çevresi, nişi, kavsarası, köşelik, alınlık ve taç bölümü tamamen çini kaplıdır (Resim 10).

Mihrabın çevresinde natüralist üslupta çiçekler ve şemse motifinin birlikte kullanıldığı simetrik kompozisyonlu ulama çiniler yer almaktadır (Resim 11). Karonun ortasında bütün, köşelerde ise dörtte bir olacak şekilde hazırlanmış şemse motifleri görülmektedir. Dış hattı dilimli olan şemselerin uçlarında birer salbek bulunur. Karoların içindeki dairesel formulu şemsenin ortasında, düz bir dalın ucuna yerleştirilmiş stilize bir lale motifi yer almaktadır. Bu lalenin dalından iki yana doğru ayrılan ince dallar üzerinde küçük laleler ve altta iri yaprak motifleri görülmektedir. Köşelerdeki şemse motiflerinin içinde ise merkezden

yanlara doğru dağılan lale motifleri yer almaktadır. Beyaz zeminli karolardaki şemse motiflerinin zemini kobalt mavisi yapılmış, içindeki desenler beyaz bırakılmıştır.

Mihrabın cephesini kaplayan çinilerin arasında, niş ve kavsaranın birleştiği hizada farklı kompozisyona sahip birer karo görülmektedir (Resim 12). Kompozisyon tek karonun içine dörtte bir simetrik olarak tasarlanmıştır. Zemini beyaz olan karonun kenarında kobalt mavi cetvelle sınırlandırılmış bir bordür yer alır. Bordürün ortasındaki taç motifinden çıkarak iki yana ilerleyen yeşil yapraklı dallar köşelerde sonlanmaktadır. Karonun ortasında yeşil renk balık pulu desenli daire formu bulunur. Köşelerde ise kobalt mavisi ile yapılmış stilize çiçek motifleri yer almaktadır.

Niş: Yarım daire planlı nişi iki yanından sınırlandıran ve niş ile kavsarayı birbirinden ayıran ince bir bordür bulunur. Zemini beyaz olan ulama kompozisyonlu bordürün iki kısa kenarında yarım olarak şemse motifleri görülmektedir. Şemselerin uçlarındaki salbekler lale formunda yapılmış, yanlarından da birer lale dalı çıkarak ortaya doğru kıvrılmıştır. Zemini kobalt mavisi olan şemselerin içlerinde de, merkezden çıkarak dışa doğru açılan beyaz laleler görülmektedir (Resim 13).

Mihrap nişinin içinde, üç uzun pano şeklinde kandil motifleri yer almaktadır (Resim 14). Üstten bir kemerle sınırlandırılan beyaz zeminli, ince uzun panolar nişin ortasına kadar uzanmaktadır. Panolardan ortadaki daha kısa yapılmıştır. Kobalt mavisi ile yapılan kandillerin gövdesine bağlı üç adet burgulu askı üstte bir tepeliğe bağlanır ve buradan tek askı olarak kemerin ortasına kadar devam eder. Kandilin ağız, gövde ve dip kısmında yatay olarak yapılmış bitkisel süslemeler görülmektedir. Kandilin alt kısmı palmet formu şeklinde sonlanmaktadır ve buradan uzun bir püskül sarkıtılmıştır. Kandil motifinin görüldüğü panolardan ortadakinin desen bağlantı noktalarında bazı eksiklikler olduğu anlaşılmaktadır. Karolar üst üste yerleştirildiklerinde burgulu üç zincirden ortadakinin iki karonun birleşim noktasından sonra devam etmediği ve kandile bağlanmadığı görülmektedir.

Nişin içini, kandil motiflerini de çevreleyecek şekilde serbest kompozisyonlu çiniler kaplamaktadır. Bu çinilerin üzerindeki desenler tek bir karonun içine tasarlanmıştır. Karonun köşesindeki dörtte bir çizilmiş olan penç motifinden çıkan iri yaprak motifi karşı köşede sonlanmaktadır. Yaprığın iki tarafında, kendi yapraklarıyla birlikte çizilmiş çiçek motifleri yer almaktadır. Motiflerin içlerindeki bazı bölümlerde taramalar ve noktalamalardan oluşan bir boyama görülür. Karoların yerleştirilme düzenlerindeki karışıklıktan dolayı kompozisyonda bütünlük sağlanamamıştır.

Nişin alt kısmına bir sıra mihrap çevresini kuşatan şemse motifli ulama karolardan yerleştirilmiştir. Bunun üst kısmına da ince bir bordür bulunmaktadır. Beyaz zeminli bordürde, ortada lale motifleri ile aralarındaki yapraklardan oluşan ulama bir kompozisyon yer almaktadır.

Kavsara: Kavsarada görülen çiniler mihrap nişinin zeminini kaplayan çiniler ile aynı kompozisyona sahiptir. Alt kısımlarda görülen karolara nazaran üst kısımdakiler ebat olarak daraltılmıştır. Bu sebeple kademeli olarak desende yanlardan eksilmeler meydana gelmiş ve üst kısımdaki karolar üzerine sadece uzun yaprak motifi yapılmıştır.

Köşelik: Kavsara köşeliklerinin çevresini ince bir bordür dolanmaktadır (Resim 15). Bu bordür mihrap nişini çevreleyen ve niş ile kavsara arasında yer alan bordür ile aynıdır. Köşeliğin üstündeki bordür yanlardakilerden daha ince yapılmıştır. Bordür desenlerinde bir değişiklik yoktur ancak ebatlar değiştiği için desenlerde bu forma uygun olarak dar ve geniş şekilde düzenlenmiştir.

Köşelikleri kaplayan çiniler üzerindeki desenler tek bir karonun içine tasarlanmıştır. Aynı desen özelliklerine sahip karolarda bazı farklılıklar görülmektedir. Köşeden veya kenarlardan çıkan iri yapraklar kıvrılarak karonun zeminin doldurmuş, aralarına da iri birer çiçek motifi yerleştirilmiştir. Beyaz zeminli karolardaki desenler kobalt mavisi renkte ve serbest boyama ile yapılmıştır.

Alınlık ve Taç: Mihrap alınlığındaki dikdörtgen alanda ve üzerindeki üçgen şeklinde tasarlanmış taç kısmının içinde celi sülüs hatlı yazılar görülmektedir (Resim 16). Kenarları dilimli üçgen kartuşun dış hattı kobalt mavi renk cetvelle sınırlandırılmış, üst kısmı bir lale motifıyla sonlandırılmıştır. Zemini beyaz olan kartuşlarda siyah renk ile "Kala'llâhü tebâreke ve teâla, (Allah) fenâdethül melâiketu ve huve kâimun yusallî fi'li mihrâb... Sadakallâhü'l-azim (Muhammed) yamaktadır (Şahin, 1981-82, s. 126).

Ortada ve iki köşede kademeli olarak yükselen mihrap tacında, mihrabın köşeliklerinde görülen çinilerin aynısı yer almaktadır. Özel olarak hazırlanmış bu dilimli çinilerin üzerindeki desenler tek bir karonun içine tasarlanmamış, tacın şekline uygun olarak hazırlanmıştır.

Faruk Şahin yazısında, mihrapta yapım tarihine ait olan orijinal çinilerin, mihrap tacının dilimlerinde ve mihrap nişi içinde görüldüğünü belirtmektedir ve mihrap nişi içindeki farklı kompozisyonlara sahip mavi-beyaz çinilerden en eski tarihli olanlarının kandil motifli çiniler olduğunu ifade etmektedir (Şahin, 1981-82, s.125-126).



Resim 9. Caminin Mihrap Duvarı



Resim 10. Mihrap



Resim 11. Mihrap Çevresindeki Çiniler



Resim 12. Nişin Yanlarındaki Çiniler



Resim 13. Mihrap Nişindeki Çiniler



Resim 14. Nişin İçindeki Panolar



Resim 15. Kavsara ve Köşelikteki Çiniler



Resim 16. Alınlık

2.1.2. Mihrap Duvarında Yer Alan Çiniler

Mihrap duvarının neredeyse tamamı mihrap çevresinde görülen şemse motifli ulama kompozisyona sahip çinilerle kaplanmıştır (Resim 11). Ancak mihrap yanındaki pencerelerin arasındaki bölüme yerleştirilmiş olan minberin arkasındaki alan, yapının mihrap duvarında daha önce dağınık şekilde yer alan farklı desen özelliklerine sahip çiniler ile kaplanmıştır (Resim 17).

Minber arkasındaki çini karoların alt ve yan kısmında bordür çinileri yer alır. İki farklı kompozisyonun görüldüğü bordür çinilerinden alttaki karolar ile yan tarafta bulunan iki karo, mihrap köşeliklerini çevreleyen şemse motifli bordür çinilerinin aynısıdır. Yukarı doğru devam eden ikinci kompozisyonda ise ortada küçük bir şemse motifli ile köşelerde büyük bir şemse motifinin dörtte biri görülmektedir. Şemselerin içlerinde naturalist lale motiflerinden oluşan kompozisyon yer almaktadır. Simetrik yapılmış olan kompozisyonda, şemselerin kobalt mavisi zemin rengi üzerindeki motifler beyaz bırakılmıştır.

İç kısımda dört farklı kompozisyona sahip çiniler yer almaktadır. Bu çinilerden alttaki iki sırada yer alanlar benzer kompozisyon özelliklerine sahiptir (Resim 18). En alt sıranın sağında yer alan iki karoda, beyaz zemin üzerine kobalt mavisi ile yapılmış çiçek dalları görülmektedir. Tek bir karo içine tasarlanmış olan desende altta iki, üstte bir çiçek dalı topraktan çıkar şekilde çizilmiştir. Simetrik çizilen dallar üzerindeki üç boru çiçeği yaprak ve gonalarıyla birlikte resmedilmiştir.

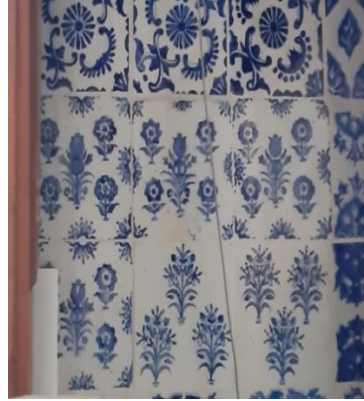
Bu çinilerin yanında ve üstünde yer alan ikinci kompozisyonda, topraktan çıkan bir çiçek motifli üst üste ve yan yana yerleştirilmiştir. Bu çiçeklerin ortalarına yine topraktan çıkan yapraklı dallar üzerinde stilize lale motifli çizilmiştir. Köşelerde ve kenarlardaki simetri noktalarında penç motifleri görülmektedir. Tek bir karonun içine tasarlanan kompozisyonda motifler beyaz zemin üzerine kobalt mavisi ile boyanmıştır.

Yine minberin arkasında kalan çinilerden üstte yer alan ulama kompozisyona sahip üçüncü desen, tek bir karo içine tasarlanmıştır. Beyaz zemin üzerine kobalt mavisiyle yapılmış kompozisyonun ortasında iri bir rozet çiçek ve etrafında bunları çevreleyen fistolu kıvrımlardan oluşan soyut bitkisel motifler yer almaktadır. Karonun karşılıklı köşelerinde penç motifleri yapılmış ve aralarına geometrik formlu motifler yerleştirilmiştir (Resim 19)¹.

Duvardaki dördüncü kompozisyonda ise, ortada içi çiçek bezeli büyük bir hatayi motifi ve bunun üzerinden çıkan iri saz yapraklar görülür. Hatayi motifinin alt ve üst kısmından çıkan dallar kıvrılarak yanlardaki çiçek motifleriyle bağlanmaktadır. Karonun kenarlarında ve köşelerinde penç motifleri yer alır. Beyaz zeminli karoda motifler kobalt mavisi ve yeşil ile boyanmıştır (Resim 20).



Resim 17. Minberin Arkasındaki Çiniler



Resim 18. Minberin Arkasındaki Çinilerden Detay



Resim 19. Minberin Arkasındaki Çinilerden Detay



Resim 20. Minberin Arkasındaki Çinilerden Detay

¹ Bu kompozisyon hakkında: Oktay Aslanapa "Ortada rozet biçiminde bir margerit çiçeği motifi ile bunun iki tarafında dışa doğru ters olarak konulmuş yarım palmet motifleri ve köşelere konulan stilize edilmiş melek (kerubin) figürleri yer almaktadır. Bu melek figürleri menşelerini güçlükle hatırlatacak kadar üsluplanmışlardır" (Aslanapa, 1949, s. 61-65) diye bahsetmektedir. Gönül Öney ise "Çiçek rozetleri çevreleyen fistolu çengeller ve girift palmet kompozisyonu alışılmamış motiflerdir" (Öney, 1976, s. 95) şeklinde açıklamıştır. Hülya Bilgi kompozisyon için "Merkezde rozet çiçek, karşılıklı birer stilize seraphim ve kenarı damla şeklinde benekli hilal motifleri ile kuşatılmıştır" derken (Bilgi, H. 2005, s. 66), Sevinç Gök "merkezde bir papatya ve karşılıklı verilmiş stilize seraphim motifleri" ifadesini kullanmıştır (Gök, 2015, s. 276).

2.1.3. Giriş Kapısının Üzerinde Yer Alan Çiniler

Caminin batı giriş kapısı üzerinde bulunan çinilerde, ulama kompozisyonlu karolar ve ortada bir yazı panosu görülmektedir (Resim 21). Çiniler kapının genişliği ile aynı hizada bırakılmıştır.

Panonun yanlarına, mihrap ve mihrap duvarında yer alan 18. yüzyıla ait şemse motifli bordür çinisi ile bunun üzerine bir sıra yine mihrap çevresinde bulunan şemse motifli karoların yerleştirildiği görülmektedir (Resim 11).

Ortadaki 19. yüzyıla ait panonun içine, kobalt mavisi zemin üzerine beyaz renk sülüs hatla "Besmele" yazılmıştır. Yazının köşelerindeki boşluklarda yapraklar arasından çıkan karanfil motifleri yapılmıştır.

Panonun etrafını ince bir bordür çevrelemektedir. Ulama kompozisyonlu bordürde, kıvrık dallar üzerine yerleştirilmiş karanfil motifleri yer alır. Motiflerde kobalt mavisi, turkuaz, yeşil, sarı, mangan moru ve siyah renk kullanılmıştır.



Resim 21. Caminin Batı Giriş Kapısı Üzerindeki Çiniler

3. Değerlendirme ve Sonuç

Seramik üretim merkezi olarak köklü bir geçmişi olan Kütahya, Türk çinicilik sanatı tarihi açısından da önemli bir yere sahiptir.

Kütahya'nın bugün bilinen en erken tarihlî çinileri 14. yüzyılın ikinci yarısına aittir. Özellikle 17. yüzyılda ön plana çıkmaya başlayan Kütahya çiniliği, 18.yüzyılda büyük bir atılım göstermiştir. 19. yüzyıl sonu ve 20. yüzyıl başlarında yapılan Kütahya çinilerinde desen, renk ve teknik açıdan İznik çinilerini andıran bir değişim izlenmektedir (Öney, 1976, s. 69-71; Yetkin, 1981-82, s. 90; Bilgi, H. 2005, s. 13-14).

Birçok yapının bezemesinde Kütahya çinilerinin kullanıldığını görmek mümkündür (Aslanapa, 1949; Öney, 1976, s. 69-71, Demirsar Arlı, 1997, s. 243-246; Bilgi, H. 2005, s. 14). Bu yapılardan biri de 18. yüzyılda yapılmış olan Kütahya Ali (Alo) Paşa Camii'dir. Yapı, süsleme sanatı açısından hem klasik döneme hem de yapıldığı döneme ait motif ve kompozisyonların görüldüğü çinileriyle önemli bir yere sahiptir.

Kütahya Ali (Alo) Paşa Camii'ndeki çini bezeme yoğun olarak mihrap ve mihrap duvarında karşımıza çıkmaktadır. Mihrabın çevresi, nişi, kavsara, köşelik, alnlık ve taç bölümü tamamen çini bezemelidir. Çiniler üslup olarak genellikle birbiriyle uyumlu yapılmış ve dengeli bir şekilde mihraba yerleştirilmiştir. Mihrap duvarının ise zeminden pencere altına kadar olan bölümü ile pencere üstünden tavana kadar olan bölümünün boş bırakıldığı, geri kalan yerlerin ise çini ile kaplandığı görülmektedir. Mihrap duvarındaki bu yoğun çini bezemeye rağmen bırakılan boşluklar sayesinde gözü yormayan bir düzen sağlanmıştır. Ayrıca yapının giriş kapısının üzerinde de çini bezemeye yer verilmiştir.

Çinilerin yerleştirilme düzenine bakıldığında, özellikle mihraptaki çini bezemenin mihrabın yapısına uygun olarak tasarlandığı anlaşılmaktadır. Mihrabın niş bölümü yarım daire formunda yapılmış, içi serbest kompozisyonlu çinilerin yanı sıra kandil motifinin yer aldığı üç panoyla zenginleştirilmiştir. Nişin üzerindeki kavsara kısmı yarım kubbe görünümündedir ve bu bölümün tamamının serbest kompozisyonlu çinilerle kaplandığı görülür. Mihrabın alnlık kısmında kartuş içinde ayet yer almaktadır. Ayrıca mihrap üstünde geometrik formda kademeli olarak yapılmış taç bölümü bulunur. Farklı bir düzenlemeyle bu alanın ortasında da yazı yer almaktadır.

Yapının iki pencere arasına yerleştirilen minberinin arkasında kalan duvarda farklı motiflerin görüldüğü çiniler bulunmaktadır. Eski fotoğraflardan anlaşıldığı kadarıyla daha önceleri duvarlarda dağınık halde duran bu çiniler, yapılan restorasyon sonrası bu alana yerleştirilmişlerdir.

Kapı üzerinde ise 18. yüzyıla ait olan ulama kompozisyonlu çini örneklerinin yanı sıra, naturalist üslupta çiçeklerin görüldüğü bir bordürle çevrelenmiş olan 19. yüzyıla ait pano yer almaktadır.

Kütahya Ali (Alo) Paşa Camii'nde, Osmanlı çini sanatında en yaygın olarak uygulanan sıraltı tekniğinde çinilerin kullanıldığı görülmektedir. Bu teknik kendi içinde dönemlere göre bazı farklılıklar göstermektedir.

Erken Osmanlı Dönemi'nde mavi-beyaz olarak adlandırılan çiniler yapılmıştır. Renklerde beyaz zemin üzerine kobalt mavi, mavi tonları, turkuaz, nadiren de eflatun rengin kullanıldığı görülmektedir (Öney, 1976, s. 65; Gök Gürhan, 2007, s. 225).

16. yüzyıl ortası ile 17. yüzyılda, Osmanlı çinilerinin en çok ilgi çeken grubu olan kırmızılı sıraltı tekniğinde çiniler üretilmiştir (Öney, 1976, s. 66-68). Bu dönemde, motifler kabarık sürülen mercan kırmızı, kobalt mavisini, mavi tonları, turkuaz ve yeşil ile renklendirilmiştir. Sırlar parlak, pürüzsüz ve oldukça kalitelidir. 17. yüzyılın ikinci yarısında İznik çini atölyelerinde imalatın yavaşlamasıyla Kütahya üretimine yeni bir hız vermiştir.

17.-18. yüzyılda çini desenlerinde büyük bir farklılık görülmezken, teknikte bir gerileme olmuştur. Çiniler eski renk ve canlılıklarını kaybetmiştir. Şeffaf sırların beyazlıkları zaman zaman maviye dönüşmüş, sırda çatlama, renklerde akmalar meydana gelmiştir. Kobalt mavisini renk soluk gri görünümlü maviye dönüşür (Öney, 1976, s. 68; Demiriz, 1998, s. 77). Bu dönemde kırmızının soluklaştığı ve kahverengiye döndüğü dikkat çeker. Yeşil ve siyah renkler soluklaşır, bir yenilik olarak sarı renk görülmeye başlanır (Öney, 2009, s. 729).

Yine bu dönemde kırmızı renge hiç yer verilmeden sadece mavi-beyaz renklerde hazırlanmış çinilerin kullanıldığı örnekler görülmektedir. Bunlardan biri de Kütahya Ali (Alo) Paşa Camii'nde bulunan çinilerdir. Çinilerin zemin rengi beyaz bırakılmış, motiflerin renklendirilmesinde kobalt mavisini kullanılmıştır. Ancak kobalt mavisinin çinilerdeki şemse motifinde zemin rengi olarak uygulandığı da görülmektedir. Sadece 19. yüzyıla ait olan kapı alınlığındaki panoyu çevreleyen bordürde kobalt mavisinin yanı sıra turkuaz, mangan moru, kırmızı, sarı ve siyah renklere yer verilmiştir.

Caminin mihrabının niş, kavsara ve köşelik bölümlerinde görülen mavi-beyaz çinilerdeki boyama tekniği oldukça farklıdır. Kobalt mavi ile kontur çekildikten sonra içi yine kobalt mavisini ile renklendirilen desenlerin bazı bölümlerinde kontur çizgisi ve renk arasında beyaz boşluk bırakılmıştır. Bazı bölümlerde maviden kobalt mavisine doğru renk geçişleri yapılmış, bu durum motife daha doğal bir görünüm kazandırmıştır. Ayrıca motifler üzerinde tarama ve noktalamalar yapılarak kompozisyon hareketlendirilmiştir. Motifler serbest fırça darbeleriyle yapıldığı için çok da keskin hatlara sahip değildir. Bu sebeple karolardaki desenler birebir aynı görünmez. Kompozisyon aynı olsa da çiçek ve yaprakların form veya ebatlarında, motifin kıvrımlarında ya da araları dolduran yaprakların şekillerinde farklılıklar bulunmaktadır. Serbest boyama tekniği ile yapılarak seri şekilde üretilen bu örnekler, çini sanatında sık karşılaşılan bir durum değildir.

Yapının mihrap, mihrap duvarı ve batı giriş kapısı alınlığındaki çinilerde çeşitli motif ve kompozisyon örnekleriyle karşılaşılmaktadır. Bunlarda bitkisel motifler, şemse, kandil motifi ve yazı yer aldığı görülür. Mihrap nişinin içindeki kandil motifli panolarda ve mihrap çevresinde yer alan şemse motifli ulama karolarda desen enine simetrik olarak yapılmıştır. Mihrap nişi, kavsara ve köşeliklerdeki karolarda ise serbest kompozisyon uygulanmıştır.

Caminin çini bezemelerinde yoğun olarak bitkisel süsleme görülmekte, bunlarda özellikle naturalist motiflerin tercih edildiği dikkat çekmektedir.

Camideki ulama çinilerde en çok şemse motifi içinde bitkisel kompozisyonlu örnekler görülmektedir. Güneşe benzediği için bu adı alan şemseler (Pakalın, 1971, s. 334; Özcan, 1990, s. 2) yuvarlak veya oval formlu olarak yapılmışlardır. İçleri her zaman bezemeli olan şemselerin dış hatları dendanlı yapılabildiği gibi yaprak veya rumillerle de oluşturulmuş örnekleri bulunmaktadır. Şemsenin uçları uzatılarak buralara palmet veya çiçek motiflerinden yapılan süslemelere salbek denir. Şemselerin, salbekli ve salbeksiz olarak iki şekilde de örnekleri bulunmaktadır.

Çinilerdeki diğer motifler naturalist üsluptaki çiçek motifleridir. Kanuni Sultan Süleyman'ın saltanat yıllarına denk gelen 16. yüzyılda ortaya çıkan "naturalist üslup", saray nakkashanesinin başında bulunan Müzehhip Karamemi tarafından meydana getirilmiştir (Demiriz, 1986, s. 381; Atasoy & Raby, 1989, s. 223-224; Mahir, 1999, s. 12). Karamemi, lale, karanfil, gül, sümbül, zambak, nergis (ayn-i sefa), süsen (iris), sarı

papatya, afyon, çiğdem, menekşe, peygamber çiçeği, Manisa lalesi, ağlayan gelin gibi hemen hemen bütün bahçe çiçeklerini ve selvi, meyveli ağaç, bahar açmış meyve ağacı ile üzüm salkımlı asma gibi ağaçları doğal halleriyle üsluplaştırarak, bunlardan kompozisyonlar oluşturmuştur (Demiriz, 1986, s. 334-373; Sinemoğlu, 1996, s. 128-154; Demiriz, 1997, s. 168-197).

Kütahya Ali (Alo) Paşa Camii'nde de mihrap, mihrap duvarı ve kapı alınlığında görülen karo ve bordür çinilerindeki şemse motifinin yuvarlak formu ve salbekli olarak yapıldığı, içlerinde kendi sap ve yapraklarıyla çizilmiş farklı form ve ebatlarda lale motifleri bulunduğu görülmektedir.

Bu kompozisyonun aynısı Kütahya Saray (Hisarbeyi Oğlu Mustafa) Camii'nde (1487-88) (Resim 22) ve Konya Nakiboğlu Camii'nin (1762) mihrabında (Resim 23) karşımıza çıkmaktadır.

Bu çinilerin benzer kompozisyona sahip erken örneklerini ise İstanbul Kadirga Sokullu Mehmet Paşa Camii'nin (1571) mihrap çıkıntısındaki panolarda (Resim 24), Edirne Selimiye Camii'nin (1568-75) Hünkâr mahfili duvarlarında (Resim 25), İstanbul Takkeci İbrahim Ağa Camii (1591-92) duvarlarında (Resim 26), İstanbul Sultan Ahmet Camii'nin (1609-17) kadınlar mahfili duvarlarında (Resim 27), İstanbul Ayasofya Kütüphanesi'nde (1740), İstanbul Sultan III. Mustafa Türbesi'nde (1759-63) ve İstanbul Topkapı Sarayı'nda görmek mümkündür. Bu yapılarıdaki örneklerde de şemse motifini içine simetrik olarak yerleştirilmiş lale, karanfil, gül, sümbül gibi naturalist üslupta çiçekler bulunmaktadır.



Resim 22. Isparta Abdi Paşa (Kavaklı) Camii (Demirsar Arlı, 2007)



Resim 23. Konya Nakiboğlu Camii (twitter.com)



Resim 24. İstanbul Kadirga Sokullu Mehmet Paşa Camii



Resim 25. Edirne Selimiye Camii



Resim 26. İstanbul Takkeci İbrahim Ağa Camii



Resim 27. İstanbul Sultan Ahmet Camii

Mihrap üzerindeki çinilerde, iri yapraklar arasına yerleştirilmiş ve tam olarak hangi çiçeğe ait olduğu bilinemeyen ancak gül motifini anımsatan stilize halde çiçek motifleri bulunmaktadır. Mihrabın niş, kavsara ve köşeliklerinde bulunan bu çinilerin bazı yerlerde karışık yerleştirildiği görülmektedir. Genellikle geniş yüzeylerin kaplamasında kullanılan çini karolardaki desenler ulama kompozisyonlu olarak tasarlanır. Ancak buradaki çinilerin deseni serbest kompozisyonludur ve bu çok da karşılaşılan bir durum değildir. Farklı tasarıma sahip bu çinilerin yapı için özel olarak tasarlanmış oldukları düşünülebilir.

Bu çinilere tasarım olarak değil ancak teknik ve motif olarak benzer özelliklere sahip çini karo örneğine bir koleksiyonda rastlanmaktadır. 18. yüzyıl ortalarına tarihlenen dikdörtgen formulu karonun ortasında yarım bir gül ve bundan çıkan kıvrık ince dallar üzerinde bütün güller görülmektedir. Güllerin arasında yaprak motifleri, kenarlarda yarım çiçek ve yaprak motifleri yer almaktadır. Ulama kompozisyonlu çinideki motifler kobalt mavi ile boyanmıştır (Resim 28).

Aynı şekilde benzer özellikler seramik ürünler üzerinde de karşımıza çıkmaktadır. 18. yüzyılın ortasına ait kapaklı bir sahan üzerinde, caminin mihrap nişindeki çinilerle benzer üslup özelliklerine sahip desenler görülmektedir. Sahanın dış yüzünde ve kapağında serbest boyama tekniğiyle yapılmış olan bitkisel süsleme görülmektedir. Büyük bir saz yaprağın etrafında ve aralarında görülen küçük yaprakların konturları siyah, renklendirmesi kobalt mavisi ile yapılmıştır. Hatta bazı küçük yaprakların dış hattı belirlenmeden sadece düz bir çizgi çekilmiş ve bu çizgilerin üzerine boya sürülerek yaprak görünümü verilmeye çalışılmıştır (Resim 29). 18. yüzyılın ikinci yarısına ait bir sürahi üzerinde de yine Kütahya Ali (Alo) Paşa Camii'nin mihrap nişi ve köşeliklerindeki desene benzer bir uygulama yer almaktadır. Gövdenin ortasında bir bordür yer alır. Alt ve üst kısımlarda, camide yer alan süslemenin farklı bir kompozisyonunda işlendiği görülmektedir. Burada da gül motifleri ile farklı form ve ebatlardaki stilize çiçek motifleri yapraklarıyla birlikte işlenmiştir. Kobalt mavi renkteki motiflerde daha çok fırça darbelerinden oluşan bir renklendirme yapıldığı görülmekte, böylece renklerdeki tonlamalar daha belirgin şekilde hissedilmektedir (Resim 30). Yine benzer özelliklerdeki bir uygulama 18. yüzyılın ikinci yarısına ait bir ibrikte, karşımıza çıkmaktadır. İbriğin üzerinde kıvrık yapraklı dallar arasında güller ve stilize çiçek motiflerinden oluşan bitkisel süslemeler yer almaktadır. Motifler caminin mihrabındaki çinilere benzer özellikler taşımaktadır. Kobalt mavi ile konturlanan desenler yine mavi tonlarında renklendirilmiş, motifler üzerinde ince taramalar ve noktalamalar yapılmıştır. (Resim 31).



Resim 28. Çini Karo (Gök, 2015)



Resim 29. Kapaklı Sahan (Bilgi, H. 2005)



Resim 30 Tek Kulplu Sürahi (Gök, 2015) Resim 31. İbrik (Gök, 2015)

Mihrap nişinin yanlarına birer adet yerleştirilmiş olan karolarda yer alan stilize halde çiçek motiflerinin aynısını İstanbul Beylerbeyi Camii'nin (1777-78) mihrap duvarında (Resim 32) ve Isparta Abdi Paşa (Kavaklı) Camii (1782-83) duvarlarında (Resim 33) görmek mümkündür.



Resim 32. İstanbul Beylerbeyi Camii

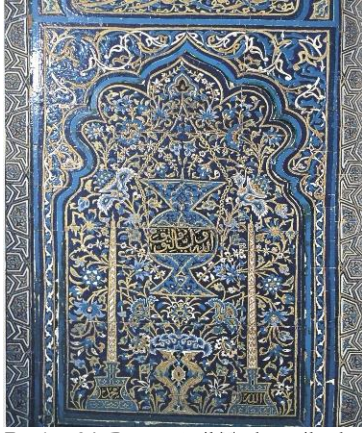


Resim 33. Isparta Abdi Paşa (Kavaklı) Camii (Demirsar Arlı ve Altun, 2008)

Çinilerin kompozisyonlarında kandil motifinin de kullanıldığı görülmektedir. İslam sanatında “ışık-nur” kavramı ile temsil edilen kandil motifinin, Türk sanatında değişik form ve malzeme üzerine uygulamalarına yer verilmiştir (Kalfazade & Ertuğrul, 1989, s. 26). Türk sanatında kandilin motif olarak kullanılması İslamiyet'in kabulünden sonra olmuştur. Kur'an-ı Kerim'de Nur suresi 35. ayette “Allah yerlerin ve göklerin nurudur” ifadesi yer alır ancak burada Allah nurun kendisi değil, onun yaratıcısıdır. Allah'ın kutsal ışığı da kandil ile sembolize edilmiştir (Akbulut, 2021, s. 73). Mihraplar, camilerde kandil motifinin yoğun olarak görüldüğü alanlardır.

Kütahya Ali (Alo) Paşa Camii'nde, alt kısımlarında uzun püsküller olan üç kandil motifi kavsara altından başlayarak nişin ortasına kadar uzanmaktadır. Kandil motifi, farklı yapıların mihrap içindeki çinilerinde de yer almaktadır. Bursa Yeşil Türbe'nin (1421) mihrap nişindeki üzeri yazı ve rumi motifi dekorlu kandil motifi erken bir örnek olarak karşımıza çıkmaktadır (Resim 34). Kütahya Saray (Hisarbeyi Oğlu Mustafa) Camii'nin (1487-88) mihrabının kavsara altındaki üç çini karoda, selvi motiflerinin arasına kandil motifi yerleştirildiği görülür (Resim 35). İstanbul Topkapı Sarayı Karaağalar (Atik Agavat Mescidi) Camii'nin (16. yüzyıl) (Resim 36) mihrap nişinin içindeki Kâbe tasvirli panonun üst kısmına ve Kâbe'yi çevreleyen revakların içlerine küçük kandiller yer alır. İstanbul Eminönü Yeni Camii (1598-1665) Hünkâr mahfili ile son cemaat yeri mihraplarında nişin üst kısmında üçer kandil motifi bulunmaktadır (Resim 37). Konya Nakiboğlu Camii'nin (1762) mihrap nişinin ortasından uzun bir zincirle sarkan ve ucunda kısa bir püskül olan kandil motifi görülür (Çakır, 2024, s. 385).

Örneklere bakıldığında, mihrap içindeki çinilerde farklı özelliklere sahip kandil motifleri karşımıza çıkmakta ancak kandil motifinin püskül kısımlarının bu kadar uzun tutulduğu başka bir örneğe rastlanmamaktadır.



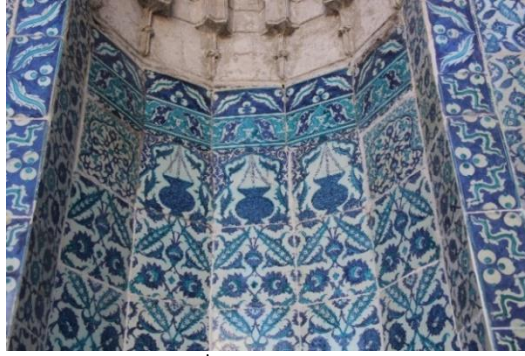
Resim 34. Bursa Yeşil Türbe Mihrabı
(Demirsar Arlı ve Altun, 2008)



Resim 35. Kütahya Saray
(Hisarbeyi Oğlu Mustafa) Camii
(Demirsar Arlı, 1997)



Resim 36. Topkapı Sarayı Karaağalar
Camii Mihrabı (Öney, 1987)



Resim 37. İstanbul Eminönü Yeni
Camii Son Cemaat Yeri Mihrabı

Minber arkasındaki çinilerde topraktan çıkar şekilde kendi dal ve yaprakları ile resmedilmiş çiçek motifleri görülmektedir. Bunlarda lale ve stilize haldeki gül motifinin yanı sıra, az da olsa 17.-18. yüzyılda tezhip sanatındaki çiçek buketlerinde gördüğümüz (Demiriz, 2005, s. 70, 158-159) ve aslında çinilerde çok da karşımıza çıkmayan boru çiçeği yer almaktadır. Faruk Şahin ve Ara Altun, yapının çinileri arasında, manzara tasvirli panonun parçası olan iki çini karoda bahsetmektedir (Şahin, 1981-82, s. 126; Altun, 1981-82, s. 269). Bu bahsettikleri çini karolar muhtemelen burada sözünü ettiğimiz topraktan çıkar halde resmedilmiş çiçek motifleridir.

Bu kompozisyonun benzeri Ayasofya Kütüphanesi'nin (1740) duvarlarında da yer alır. Çinideki kompozisyon birebir aynı olmamakla birlikte, benzer şekilde tasarlanmıştır. Tek bir karonun içine yerleştirilmiş olan kompozisyonda, ortada topraktan çıkar şekilde yapraklarıyla resmedilmiş bir sümbül motifi ve köşelerde dörtte bir yapılmış penç motifi görülmektedir. Beyaz zeminli karoda konturlar siyah, renklerde kobalt mavi ve yeşil kullanılmıştır (Resim 38). Aynı şekilde benzer bir örnek, 18. yüzyıl ortalarına ait bir çini karoda görülmektedir. Yine bir karonun içine tasarlanmış olan kompozisyonda, ortada topraktan çıkan bir menekşe motifi ve köşelerde penç motifleri yer almaktadır. Beyaz zeminli karoda konturlar siyah, renklerde kobalt mavi kullanılmıştır. Köşelerdeki çiçek motifleri daha çok camideki lale ve çiçeklerden oluşan çini karonun desenine yakın görünmektedir (Resim 39).

Karşılaşılan az sayıdaki örneklerin hepsinde, bol yapraklı olarak çizilen çiçek motifleri kendi yapraklarıyla birlikte topraktan çıkar şekilde resmedilmiştir. Genellikle beyaz zemin üzerine kobalt mavisi ile renklendirilen desenlerin, teknik, renk ve kompozisyon özellikleri dikkate alındığında aynı üslup özelliklerini taşıdıkları anlaşılmaktadır.



Resim 38. İstanbul Ayasofya Kütüphanesi



Resim 39. Çini Karo (Gök, 2015)

Minber arkasında kalan çinilerdeki kompozisyonlardan birinde, araştırmacılar tarafında farklı şekilde yorumlanan bir motif bulunmaktadır. Yukarıda da bahsettiğimiz gibi motif, kerubin veya seraphim yani melek olarak adlandırılmaktadır. Oktay Aslanapa, camilerde tasvirin dini açıdan yasak olmasından kaynaklı olarak bunların şeklinin değiştiğini söylemektedir (Aslanapa, 1949, s. 63). Aynı zamanda motif, grift palmet kompozisyonu olarak da yorumlanmaktadır. Bu dönemde Kütahya çinilerinde çokça karşımıza çıkan motifin hem camilerde hem de kiliselerde örneklerine rastlanmaktadır.

Kompozisyonun aynısı İstanbul Hekimoğlu Ali Paşa Camii'nin (1734-35) mihrap çıkıntısındaki duvarlar ile pencerelerin etrafındaki bordürde karşımıza çıkmaktadır. Pencerenin alt kısmındaki bordürde gördüğümüz çiniler, kullanılacakları alana göre düşünülüp yarım karo olarak yerleştirilmişlerdir. Ayrıca bu çinileri Konya Çelik Mehmet Paşa (Ovalıoğlu) Camii (1764-65) mihrabında da (Resim 40) görmek mümkündür.

Aynı kompozisyon kiliselerde de karşımıza çıkmaktadır. İstanbul Tophane Kırkor Lusavoriç Kilisesi'nde yer alan çinilerin (Resim 41) buraya 1733 yılındaki bir tamir esnasında yerleştirildiği ifade edilir (Aslanapa, 1949, s. 63). Kudüs St. James (Sürp Hagop) Katedrali'nin Eçmiadzin Şapeli'nde (Resim 42) de bu çinilerin aynısının yer aldığı görülmektedir (Demirsar Arlı, 2007; 337). Ayrıca çinilerden Suna ve İnan Kıraç Vakfı Koleksiyonu'nda da (Gök, 2015, s. 276) bulunmaktadır.

Yine minber arkasında karşımıza çıkan etrafı yapraklarla çevrili hatayı motifinin görüldüğü ulama karonun benzeri Kütahya Saray (Hisarbeyi Oğlu Mustafa) Camii'nde (1487-88) görülmektedir (Resim 43).



Resim 40. Konya Çelik Mehmet Paşa (Ovalıoğlu) Camii (twitter.com)



Resim 41. İstanbul Kırkor Lusavoriç Kilisesi (Çini, 1991)



Resim 42. Kudüs St. James (Surp Hagop) Katedrali, Eçmiadzin Şapeli (Demirsar Arlı, 2007)



Resim 43. Kütahya Saray (Hisarbeyi Oğlu Mustafa) Camii (turkiyenintarihieserleri.com)

Osmanlı dini mimarisinde yazı, işlevsel özelliğinin yanı sıra her zaman önemli bir bezeme unsuru olarak uygulanmıştır. Genellikle Kur'an'dan ayetlerin yer aldığı istiflerde sülüs, kûfî ve ta'lik hatla yazılmış çeşitli yazı türleri kullanılmıştır. Bunlar alınlıkta, mihrap çevresinde veya mihrap nişinin içinde görülmektedir. En çok karşılaşılan mihrap üzerinde, özellikle de alınlık bölümündeki yazı kartuşlardır. Bu uygulama çini bezeme içinde aynı şekilde geçerlidir. Bu düzenin Kütahya Ali (Alo) Paşa Camii'nde de devam ettiği görülür ve mihrabın alınlık bölümünde celi sülüs hatla yazılmış istif bulunmaktadır. Aynı şekilde yazı caminin giriş kapısı üzerinde yer almaktadır.

Sonuç olarak, bilinen ilk örnekleri 14. yüzyıla tarihlendirilmekte olan Kütahya çinileri, 18. yüzyılda kirli beyaz zemin üzerine özellikle mavi tonları kullanılarak renklendirilmiş olan bitkisel bezemeli kompozisyonlarıyla dikkat çekmektedir. Kütahya Ali (Alo) Paşa Camii'nin sıraltı tekniğindeki çinileri de bu özellikleri taşımakta ve döneminin üslup özelliklerini yansıtmaktadır. Yapının mihrap ve mihrap duvarının neredeyse tamamı bitkisel kompozisyonlu çinilerle kaplıdır. Duvarlardaki çinilerde genellikle aynı kompozisyona yer verilmiştir. Ancak bu desen tekrarının yoğunluğu, duvardaki belirli alanlar boş bırakılarak dengelenmiştir. Yapının mihrabı, içi naturalist çiçeklerle bezeli şemse motifleri, kandil motifi, iri güller ve kıvrılan hançer yaprakların görüldüğü farklı kompozisyonlardaki çinilerden oluşan tasarım göstermektedir. Şemse ve kandil gibi motifler erken dönem örnekleriyle benzer özellikler taşımaktadır. Yapı, hem klasik döneme hem de yapıldığı döneme ait motif ve kompozisyonların görüldüğü çinileriyle Türk çini sanatı örnekleri içinde önemli bir yere sahiptir. Çinilerde görülen bu motifler mavi-beyaz renklerin kullanımına uygun desenlerdir. Renkler kullanılırken bazı çinilerde daha serbest tarzda boyama yapılmış, desenler tarama ve noktalamalarla zenginleştirilmiştir. Bu durum aynı kompozisyon kullanılmasına rağmen her karoda küçük farklılıklar ortaya çıkarmıştır. Boyama tekniği özellikle yukarıda da sözünü ettiğimiz gibi genellikle 18. yüzyıla ait hem çini hem de seramik eserler üzerinde karşımıza çıkmakta ve dönemi içinde Kütahya çini sanatına kendine has bir karakter kazandırmaktadır. Bu açıdan caminin çinileri teknik, renk ve kompozisyon özellikleri açısından döneminin Kütahya çini sanatını yansıtan örnekler arasında yer almaktadır.

4. Extended Abstract

Kütahya is a city whose settlement history dates back to ancient times and was founded in the region called Phrygia. The city, which remained under the sovereignty of many states throughout history, fully joined the Ottoman administration in 1428. Kütahya is an important ceramic production center dating back to approximately the middle of 3000 BC 15th-17th. It is seen that Iznik, which was the main production center in tile making between the 19th and 19th centuries, started to weaken in the late 17th century, and from this period onwards, Kütahya came to the fore as a tile and ceramic production center. Kütahya, which had significant production in the 18th century, started to decline from the beginning of the 19th century. However, at the end of the 19th century and the beginning of the 20th century, it was observed that Kütahya tile making was revived under the influence of the First National Architecture Period.

It is possible to see that Kütahya tiles were used in many buildings from the Ottoman period in Kütahya and different cities. Kütahya Ali (Alo) Pasha Mosque is one of the important buildings where

these tiles are applied. It is seen that in the studies carried out, more general information about the tiles of the mosque is included. Our aim is to evaluate the layout of the tiles in the Kütahya Ali (Alo) Pasha Mosque by determining their technique, motif, color and composition features.

Located in the center of Kütahya and popularly known as the Alo Pasha Mosque, the building was built by Ali Pasha, son of the Anatolian Governor Seyyid Süleyman Ağa, in 1212 (1796-97). The mosque, which suffered a fire at the end of the 19th century, was renovated by Hacı Ömer Efendi in 1897, remaining true to its original form.

The sanctuary of the mosque, located in the courtyard, is rectangular in length and has a masonry wooden roof and tiled roof. Hand-drawn and tile decoration can be seen in the building. There are Kütahya tiles in the underglaze technique of the 18th century on the mihrab and mihrab wall of the mosque, and on the west door, both from the 18th and 19th centuries.

In Ali Pasha Mosque, the entire mihrab is covered with tiles, and on the mihrab wall, the tiles start from under the window and end above the window. Various motifs and compositions such as floral motifs, sunbursts, oil lamps and writings can be seen on the tiles. The interior of the mihrab niche, arch, corner and crown section are covered with free composition tiles, and the surrounding area is covered with symmetrical composition tiles. There is a verse cartridge in the middle of the pediment and the stepped crown section. Tiles with different motifs, which used to be scattered on the walls of the building, were later placed in the area behind the pulpit.

In Kütahya Ali (Alo) Pasha Mosque, tiles were used in the underglaze technique, which is the most applied in Ottoman tile art. The background color of the tiles was generally left white, and cobalt blue was used to color the motifs. The painting technique is quite different in free composition tiles. In some parts of the patterns colored with cobalt blue, color transitions were made from blue to cobalt blue, and the composition was enlivened by scanning and punctuating the motifs. Since the motifs are made with free brush strokes, they do not have very sharp lines. For this reason, the patterns on the tiles do not look exactly the same. Free painting technique is not a common situation in tile art. In addition to cobalt blue, turquoise, manganese purple, green, yellow and black colors are used on the border surrounding the verse on the door pediment.

As a result, the underglaze tiles of the Kütahya Ali (Alo) Pasha Mosque reflect the stylistic characteristics of the period with their floral decorated compositions, especially colored using blue tones, on an off-white background. The building has an important place among the examples of Turkish tile art, with motifs such as sunbursts and oil lamps, which were widely used in the classical period, and tiles with large roses and curling dagger leaves from the period in which they were built. Although the same composition was used in the tiles with free style painting, hatching and dotting in blue and white colors, small differences were revealed in each tile. The painting technique generally gives a unique character to the Kütahya tile art of the 18th century. In this respect, the tiles of the mosque are among the examples reflecting the Kütahya tile art of the period in terms of technique, color and composition features.

Keywords: Tile, Ali (Alo) Pasha Mosque, Alo Pasha, Kütahya, Ottoman, 18th Century.

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.

Kaynakça

- Akbulut, N. (2021). Anadolu Türk sanatında kandil motifi. Yayınlanmamış doktora tezi, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sanat Tarihi Anabilim Dalı.
- Altun, A. (1981-82). Kütahya'nın Türk Devri Mimarisi "Bir Deneme". İçinde Atatürk'ün Doğumunun 100. Yılına Armağan Kütahya (ss. 171-700), Formül Matbaası.
- Altun, A. (1989). Ali Paşa Camii, Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi (C. 2, s. 429), Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları.
- Altun, A. (1999). Osmanlı Çiniciliğinde İznik. Osmanlı Ansiklopedisi (C. 11, ss. 213-319), Yeni Türkiye Yayınları.
- Anonim, (1972). Kütahya, Meydan Larousse Büyük Lûgat ve Ansiklopedi (C. 7, ss. 738-741), Meydan Yayınevi.
- Anonim, (1973). Cumhuriyetin 50. Yılında Kütahya 1973 İl Yıllığı, Kütahya Valiliği Yayını.
- Aslanapa, O. (1949). Osmanlılar Devrinde Kütahya Çinileri. Üçler Basımevi.
- Aslanapa, O. (1981-82). Kütahya Keramik Sanatı. İçinde Atatürk'ün Doğumunun 100. Yılına Armağan Kütahya (ss. 69-82), Formül Matbaası.
- Atasoy, N. & Raby, J. (1989). İznik Seramikleri. Alexandrian Press.
- Aydın, M. (1997). Kütahya, Eczacıbaşı Sanat Ansiklopedisi (C. 2, ss. 1079-1080), Yem Yayınları.
- Bilgi, H. (2005). Suna ve İnan Kırac Vakfı Koleksiyonu-Kütahya Çini ve Seramikleri. Pera Müzesi Yayını.
- Bilgi, Ö. (2005). İslam Öncesi Kütahya Yöresi Seramik Sanatı. İçinde Toprak, Ateş, Sır Tarihsel Gelişimi, Atölye ve Ustalarıyla Kütahya Çini ve Seramikleri (ss. 15-29), Suna ve İnan Kırac Vakfı Yayını.
- Carswell, J. & Dowsett, C. J. F. (1972). Kütahya Tiles and Pottery from the Armenian Cathedral of St. James-Jarusalem, Vol. II. Oxford.
- Çakır, D. (2024). Osmanlı camilerinde çinili mihraplar (15.-18. Yüzyıl). Yayınlanmamış doktora tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Sanat Tarihi Anabilim Dalı.
- Çini, R. (1991). Türk Çiniciliğinde Kütahya. Uycan Yayınları.
- Demiriz, Y. (1986). Osmanlı Kitap Sanatında Naturalist Üslupta Çiçekler. Acar Matbaacılık.
- Demiriz, Y. (1997). Çini Bahçesi. İçinde Ara Altun (Ed.), Osmanlıda Çini Seramik Öyküsü (ss. 163-197), Creative Yayıncılık.
- Demiriz, Y. (1998). 17. Yüzyıl Çinilerinde Değişen Desen Anlayışı. İçinde 17. Yüzyıl Osmanlı Kültür ve Sanatı Sempozyum Bildirileri (ss. 77-84). Sanat Tarihi Derneği Yayınları.
- Demiriz, Y. (2005). Osmanlı Kitap Sanatında Doğal Çiçekler. Yorum Sanat.
- Demirsar Arlı, B. & Altun, A. (2008). Anadolu Toprağının Hazinesi Çini Osmanlı Dönemi. Kale Grubu Yayınları.
- Demirsar Arlı, B. (1997). Kütahya Çini ve Seramikleri. İçinde Ara Altun (Ed.), Osmanlı'da Çini Seramik Öyküsü (ss. 237-249). Creative Yayıncılık.
- Demirsar Arlı, V. B. (2007). Kütahya Çiniciliği. İçinde Gönül Öney ve Zehra Çobanlı (Ed.), Anadolu'da Türk Devri Çini ve Seramik Sanatı (ss. 329-348). Kale Grubu Kültür Yayınları.
- Gök Gürhan, S. (2007). Bursa ve Edirne Eserleri Işığında Çiniler. İçinde Gönül Öney ve Zehra Çobanlı (Ed.), Anadolu'da Türk Devri Çini ve Seramik Sanatı (ss. 215-229). Kale Grubu Kültür Yayınları.
- Gök, S. (2015). Suna ve İnan Kırac Vakfı Koleksiyonu-Kütahya Çini ve Seramikleri 2, Pera Müzesi Yayını.
- Güner, H. (1964). Kütahya Camileri, Kütahya İl Matbaası.
- Kalfazade, S. & Ertuğrul, Ö. (1989). Kandil ve Kandilin Motif Olarak Anadolu Türk Sanatındaki Kullanımı Üzerine. Sanat Tarihi Araştırmaları Dergisi, 5, 23-34.
- Kürkman, G. (2005). Toprak, Ateş, Sır-Tarihsel Gelişimi, Atölyeleri ve Ustalarıyla Kütahya Çini ve Seramikleri, Suna ve İnan Kırac Vakfı Yayını.
- Mahir, B. (1999). Karamemi, Yaşamları ve Yapıtlarıyla Osmanlılar Ansiklopedisi (C. 2, s. 12), Yapı Kredi Yayınları.
- Öney, G. (1976). Türk Çini Sanatı. Yapı ve Kredi Bankası Yayınları.
- Öney, G. (1987). İslâm Mimarisinde Çini. Ada Yayınları.

- Öney, G. (2009). Çini ve Seramik. İçinde Halil İnalçık & Günsel Renda (Ed.), Osmanlı Uygarlığı 2 (ss. 698-735). T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları.
- Özcan, Y. (1990). Türk Kitap Sanatında Şemse Motifi, Kültür Bakanlığı Yayınları.
- Pakalın, M. Z. (1971). Osmanlı Tarihi Deyimleri ve Terimleri Sözlüğü III. Milli Eğitim Basımevi.
- Sinemoğlu, N. (1996). Onaltıncı Yüzyıl Çinilerinde Motif Zenginliği. İçinde Yıldız Demiriz (Ed.), Prof. Dr. Şerare Yetkin Anısına Çini Yazıları (ss. 124-154), Sanat Tarihi Derneği Yayınları.
- Şahin, F. (1981). Kütahya Çini Seramik Sanatı ve Tarihinin Yeni Buluntular Açısından Değerlendirilmesi. Sanat Tarihi Yıllığı, IX-X, 259-286.
- Şahin, F. (1981-82). Kütahya'da Çinili Eserler. İçinde Atatürk'ün Doğumunun 100. Yılına Armağan Kütahya (ss. 111-170), Formül Matbaası.
- Şahin, F. (1988). Cumhuriyet Dönemi Kütahya Çini ve Keramik Sanatı, Sanat Tarihi Yıllığı, XIII, 131-151.
- Uzunçarşılı, İ. H. (1932). Bizans ve Selçukiyle Germyan ve Osman Oğulları Zamanında Kütahya Şehri. İstanbul Devlet Matbaası.
- Varlık, M. Ç. (2002). Kütahya, Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi (C. 26, ss. 580-584). Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları.
- Yetkin, Ş. (1981-82). Kütahya Dışındaki Kütahya Çinileri İle Süslü Eserler. İçinde Atatürk'ün Doğumunun 100. Yılına Armağan Kütahya (ss. 83-110), Formül Matbaası.
- Yıldız, H. D. (1981-82). Kütahya'nın Tarihçesi. İçinde Atatürk'ün Doğumunun 100. Yılına Armağan Kütahya (ss. 35-51), Formül Matbaası.
- Konya Çelik Mehmet Paşa (Ovaloğlu) Camii Çinileri, <https://twitter.com/tarihkonya/status/1030859799536312320>, [Erişim Tarihi: Mart 2023]
- Konya Nakiboğlu Camii Çinileri, <https://twitter.com/ahmetkus6/status/1049292358590914561>, [Erişim Tarihi: Nisan 2023]
- Kütahya Saray (Hisarbeyioğlu Mustafa) Camii, <https://www.turkiyenintarihieserleri.com/?oku=2504> [Erişim Tarihi: Nisan 2023]
- Kütahya Valiliği, Kütahya Ali Paşa Camii Restorasyonu, <https://kutahya.gov.tr/valimiz-sayin-serif-yilmaz-tarihi-ali-pasa-camini-inceledi>, [Erişim Tarihi: Temmuz 2023].

Devlet Başkanının Sorumluluğu Yönünden Türk Anayasalarının Karşılaştırılması*

Muhammet Esat BOLAT** 

Mehmet HATİPOĞLU*** 

ÖZ

1800'lü yıllarda başlayan Osmanlı-Türk anayasacılık hareketlerinden günümüze kabul edilen anayasalarda farklı hükümet sistemleri benimsenmiştir. Benimsenen farklı hükümet sistemlerinin bir sonucu olarak devlet başkanının sorumluluğu da değişiklik göstermiştir. İlk Osmanlı-Türk Anayasası olan 1876 tarihli Kanun-i Esasi'de padişahın tek başına müktedir ve sorumsuz bir yapıda olması 1909 değişikliklerine kadar sistemi "parlamentolu monarşi" haline getirmiştir. 1909 değişiklikleriyle birlikte kuvvetler ayrılığına dayalı bir sistem benimsenmiş ancak yaşanan hadiseler sonucu uzun ömürlü olmamıştır. Cumhuriyetin ilanı ile birlikte Türkiye'de uzun bir süre parlamenter sistem uygulanmıştır. Hükümet sistemlerindeki değişime konu anayasal düzenlemeler, devlet başkanının sorumsuz yapısını zaman içerisinde sorumlu hale getirmiştir.

Bu çalışmada öncelikle sorumluluk kavramına kısaca değinilerek tarihsel süreç içerisinde Türk anayasalarındaki devlet başkanının sorumluluğu analiz edilmiştir. Çalışmanın spesifik alanını oluşturan devlet başkanının sorumluluğu Osmanlı-Türk anayasalarında karşılaştırılmış ve bu karşılaştırmalar sonucunda anayasa hukuku literatürüne ilişkin öneriler sunmak amaçlanmıştır. Yetki ve sorumlulukta paralellik ilkesi açısından kısmen bir değerlendirme yapılan çalışmaya göre, devlet başkanının yetki ve sorumluluğunun doğru orantılı olması gerektiği aksi takdirde meşrûyet krizinin yaşanacağı ve siyasi yönetim krizlerinin ortaya çıkacağı sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Devlet başkanının sorumluluğu, Osmanlı-Türk Anayasaları, Türk Anayasalarında Hükümet Sistemleri, Yetki ve Sorumlulukta Paralellik İlkesi.

Comparison of Turkish Constitutions in Terms of the Responsibility of The Head of State

ABSTRACT

Since the Ottoman-Turkish constitutionalist movements that started in the 1800s, different systems of government have been adopted in the constitutions adopted to date. As a result of the different systems of government adopted, the responsibility of the head of state has also changed. After the proclamation of the Republic, parliamentary system was implemented in Turkey for a long time. The constitutional arrangements subject to the changes in the government systems have made the irresponsible structure of the head of state responsible over time.

In this study, the concept of responsibility is briefly mentioned and the responsibility of the head of state in Turkish constitutions is analyzed in the historical process. The responsibility of the head of state is compared in the Ottoman-Turkish constitutions and it is aimed to provide suggestions for the constitutional law literature as a result of these comparisons. According to the study, which partially evaluates the principle of parallelism in authority and responsibility, it is concluded that the authority and responsibility of the head of state should be in direct proportion, otherwise a crisis of legitimacy and political governance crises will arise.

Keywords: The Responsibility of the Head of State, Ottoman-Turkish Constitutions, Government Systems in Turkish Constitutions, The Principle of Parallelism in Competence and Responsibility.

* Bu çalışma, "Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sisteminde Yürütme Organı ve Devlet Başkanı'nın Sorumluluğu: Karşılaştırmalı Bir İnceleme" isimli doktora tezinden üretilmiştir./ This study was produced from her doctoral thesis titled "Responsibility Of Executive Organ And President In Presidential System Of Government: A Comparative Analysis".

** **Corresponding Author/Sorumlu Yazar, Dr. Öğr. Üyesi/Asst. Prof.,** Karabük Üniversitesi, Karabük, Türkiye/ Karabük University, Karabük, Türkiye, esatbolat@karabuk.edu.tr

*** Dr. Öğr. Üyesi/Asst. Prof., Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyon, Türkiye/ Afyon Kocatepe University, Afyon, Türkiye, mhatipoglu@aku.edu.tr

Makale Gönderim ve Kabul Tarihleri/Article Submission and Acceptance Dates: 15.04.2024-01.07.2024

Citation/Atf: Bolat, M. E., Hatipoğlu, M. (2024). Devlet başkanının sorumluluğu yönünden Türk anayasalarının karşılaştırılması. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 54, 233-251. <https://doi.org/10.52642/susbed.1468758>

1. Giriş

Siyasal toplumların kamusal bir düzen içinde yaşaması ve kurumsallaşmaları için zorunlu olan devlet, toplumun müşterek menfaat ve refahını gerçekleştirme konusundaki icraatlerinde aslı sorumludur. Devlet yönetiminde aslı sorumlu olan iktidarı yönetenlerin sahip olduğu yetkilerin yasalarla önceden belirlenmesi yöneticilerin hesap yükümlülüğü ve sorumluluğunu da beraberinde getirmektedir. Bu husus, hukuk devleti olmanın da gereklerindedir.

Tarihsel süreçte yaşanan anayasal gelişmelerin bir sonucu olarak “yönetme iktidarının kaynağını Tanrı’dan gelen ilahî iktidar” düşüncesi, yerini “halkın egemenliği temelinde yönetme iktidarı” düşüncesine bırakmıştır (Aybudak, 2017; Göze, 2020). Tarihsel seyirdeki bu gelişmelerin bir sonucu olarak hükümdarın sorumluluğu gündeme gelmiş ve Tanrı yerine halka karşı olacak şekilde düzenlenmeler ihdas edilmiştir.

1808 tarihli Sened-i İttifak’la birlikte başladığı kabul edilen Osmanlı-Türk anayasacılık hareketleri, yaşanan siyasî, iktisadî ve toplumsal gelişmelerin etkisiyle şekillenmiştir. Dönemin şartlarına göre düzenlenen anayasalarda düzenlemeler yapılarak farklı hükümet sistemleri benimsenmiştir. 1876 Kanun-i Esasî’de “parlamentolu monarşi (1909 değişiklikleri sonrası parlamenter sistem)”, 1921 Anayasası’nda “meclis hükümeti sistemi”, 1924 Anayasası’nda “kuvvetler birliği, görevler ayrılığı hükümet sistemi”, 1961 Anayasası’nda “parlamenter sistem”, 1982 Anayasası’nda 2007 değişikliklerine kadar parlamenter sistem; 2007 değişiklikleriyle (2014 yılında yapılan cumhurbaşkanlığı seçimi sonrası) bir bakıma yarı başkanlık sistemi ve 2017 değişiklikleriyle başkanlık sistemi temelinde bir sistem olan “Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi” benimsenmiştir. Bu hükümet sistemlerinin benimsenmesiyle birlikte de devlet başkanının sorumluluğu anayasalarda farklı şekillerde düzenlenmiştir. Çalışmamızın kısıtı yönünden kabul edilen anayasalarla benimsenen hükümet sistemindeki devlet başkanının sorumluluğu üzerinde durulmuş, anayasaların kabul edilmesi sürecindeki siyasal gelişmelere yer verilmemiştir.

1876 tarihli Kanun-i Esasî’den 1982 Anayasası’nın kabul edilmesi ve değiştirilmesine giden süreçte önemli demokratik kazanımlar elde edilmiştir. Ancak bahse konu tarihsel seyirde Türk siyasî tarihine iz bırakan antidemokratik hadiseler, yaşanan siyasî krizler ve toplumsal hareketlerin sonunda benimsenen hükümet sistemlerinde devlet başkanının sorumluluğu da değişiklik göstermiştir.

Kanun-i Esasî’nin 1909 değişiklikleri öncesinde mutlak sorumsuz olan hükümdarın yerini zaman içerisinde genel anlamda sorumlu olan devlet başkanı almıştır. 1982 Anayasası’na kadar gelen süreçte kazanılan anayasal birikimin bir sonucu olarak 2017 yılında 1982 Anayasası’nda yapılan değişikliklerle beraber getirilen Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi’nde 1982 Anayasası’nın ilk dönemlerinde parlamenter sisteme göre aşırı yetkisine karşı sorumsuz cumhurbaşkanı yerini sorumlu cumhurbaşkanına bırakmıştır.

Bu çalışmada temel amaç, Türk Anayasalarında devlet başkanının sorumluluğunu karşılaştırarak, bahse konu anayasalardaki devlet başkanının sorumluluğu açısından farkları ve sorumluluğunun alanını ortaya koymaktır. Çalışmanın sonucunda devlet başkanının sorumluluğunun Türk Anayasalarındaki değişiklikler çerçevesinde nasıl olması gerektiğine yönelik öneriler sunulması hedeflenmiştir. Türk anayasalarında devlet başkanının sorumluluğunun karşılaştırılmasıyla çıkarılacak sonuç ve önerilerin bu hususa ilişkin yapılacak değişikliklere ışık tutacağı öngörülmektedir.

Bu çalışmada Osmanlı-Türk anayasalarında benimsenen hükümet sistemlerinde devlet başkanlarının sorumluluğu incelenmiştir. İnceleme sonucunda elde edilen bulgularla bir karşılaştırma yapılmış ve bu karşılaştırma ile Türk Anayasalarında devlet başkanının sorumluluğu irdelenerek yorumlama getirilmiştir. Çalışmanın sonuç kısmında ise yetki ve sorumlulukta paralellik ilkesi çerçevesinde ilave bir değerlendirme yapılarak önerilerde bulunulmuştur.

2. Kavramsal Açından Sorumluluk ve Sorumluluğun Çeşitleri

Kişinin yapmış olduğu hukukî ilişkisinden doğan edimine uymadığında karşılaştığı sonuç olarak tanımlanan sorumluluk kavramı, kişiye hukuk kuralları çerçevesinde hareket etme yükümlülüğünü yüklemektedir (Eren, 2014). Yükümlülüğe aykırı davrandığı takdirde, edimine karşılık tazminat veyahut ceza gibi müeyyidelerle karşılaşmaktadır. Devlet iktidarı açısından değerlendirildiğinde hesap verilebilirlik siyasî sorumluluğa, cezayı çekme cezaî sorumluluğa ve verilen tazminat yükümü ise hukukî sorumluluğa konudur. Bu bağlamda devlet iktidarı siyasî, cezaî ve hukukî açıdan yasalarla sınırlandırılmaktadır. Spesifik

açından hukuk devleti ilkesinin gereği olarak devlet başkanı siyasî, cezaî ve hukukî açıdan sınırlandırılmaktadır. Genel anlamda cezaî ve hukukî sorumluluk anayasalarda yer almaktadır (Çakmaz, 2018). Başkanlık, yarı başkanlık, parlamenter sistem gibi kuvvetler ayrılığına dayanan hükümet sistemlerinin yanı sıra meclis hükümeti gibi kuvvetler birliğine dayanan hükümet sistemleri farklı özellikleriyle devlet başkanına sorumluluk yüklemektedir (Keskinsoy, 2013).

Devlet başkanının sorumluluğu öncelikle siyasî sorumluluk yönünden anayasa hukuku literatürünün inceleme alanına girmiş, zaman içerisinde cezaî sorumluluk ve hukukî sorumlulukta eklenmiştir. Siyasî sorumluluk halleri somut olaylara göre değişkenlik göstermekte iken cezaî ve hukukî sorumluluk yasalarla belirlenmiştir (Bilge, 1956). Devlet başkanının kişisel eylemlerine ilişkin hukukî sorumluluğunun var olduğu kabul edilmekte ve bu noktada anayasal düzenlemeye ihtiyaç duyulmamaktadır. Oysa cezaî sorumluluk genel anlamda anayasalarla devlet başkanlarına yüklenmiştir (Şahin, 1999). Kavramların anlaşılabilirliği açısından siyasî, cezaî ve hukukî sorumluluğu kısaca değerlendirmekte yarar vardır.

2.1. Siyasî Sorumluluk

Siyasî aktörlerin, hesap vermekle yükümlü olduğu organa karşı edimini yerine getirmediği takdirde sahip olduğu görevinden ayrılması hali olup öz bir tanımla “egemen”in yönetenlerden hesap sormasıdır (Özçelik, 1982; Gözler, 2019). Egemenliğin halka ait olduğu demokrasilerde yönetenlerin halkın seçtiği bir organa veyahut doğrudan halka karşı olan sorumluluğudur¹. Nitekim parlamenter hükümet sistemlerinde parlamentonun güvenini kaybeden bakanlar kurulunun görevden çekilmek zorunda kalması veyahut düşürülmesi bu tanımın uygulamadaki bir örneğidir (Armağan, 1973; Teziç, 2019; Gözler, 2019).

Siyasî sorumluluk, demokratik rejimlerde hükümetlerin halka karşı sorumluluğunu doğurmakta ve halk ile yönetenler arasında köprü vazifesi görmektedir. Bu husus yönetenlerin, yaptıkları işlerin yanı sıra yürüttükleri siyasî politikalarında halkın denetimine tâbi olduğunu göstermektedir (Gül & Karagöz, 2007; Spiro, 1969). İktidarın süresinin sonunda yönetenlerin faaliyetlerini beğenmeyen seçmenler, ilgili yöneticileri yeniden seçmemekle siyasî sorumluluk mekanizmasını işletmektedirler. Siyasî sorumluluğun yaptırımı, yönetenlerin egemen güç olan halk ya da parlamento tarafından görevden alınması, istifaya zorlanmasıdır.

Demokratik rejimlerde devlet başkanı siyasî anlamda sorumlu değilse aynı zamanda yetkisiz de olmalıdır. Bu husus yetki ve sorumlulukta paralellik ilkesi doğrultusunda, demokratik yönetim anlayışının zorunlu bir gereğidir (Gönenç, 2007; Teziç, 2019). İcraî yetkileri bulunmayan devlet başkanının yürütme organının sürekliliği, hakem rolünden kaynaklı tarafsız olması, simgesel ve tâlî konumu gibi sebeplerle sorumsuz olması yürütmenin işleyişi açısından da oldukça önemli bir husustur².

Kişi ve konu sınırlaması yönüyle farklılaşan siyasî sorumluluğun öznesi cezaî sorumluluktan farklı olarak sadece siyasetçidir (Keskinsoy, 2013). Kurallarının çizilememesi, önceden bilinmemesi sebebiyle siyasî sorumluluk, hukukî ve cezaî sorumluluktan ayrılır. Nitekim hukukî ve cezaî sorumluluğun çerçevesi yasalarla çizilmiştir. Bunun yanı sıra siyasî sorumluluk, içerik itibarıyla cezaî ve hukukî sorumluluktan daha geniş bir alanı kapsar. Bir başka ifadeyle yönetenlerin yapmış olduğu iş ve eylemlerin meclisin ya da halkın güvenini sarsması siyasî sorumluluğun doğması için yeterlidir³. Dolayısıyla siyasî sorumluluk halk ya da bir kitleye karşı sorumluluğu içermektedir⁴. Siyasî sorumluluk, bireysel ya da kolektif olarak ortaya çıkması

¹ Demokrasilerde siyasî sorumluluğun işletilmesini halkın seçtiği meclisler kullanmaktadır. Halk, doğrudan devlet başkanını görevden alamamaktadır. (Aykanat, 2019; Keskinsoy, 2013; Çakmaz, 2018).

² Devlet başkanının siyasî açıdan sorumsuz olduğu rejimlerde (parlamenter sistem) devlet başkanı siyasî açıdan tarafsız olmalıdır. Nitekim devlet başkanı partiler üstü bir konumdur. Dolayısıyla herhangi bir kişi, zümre yahut partiyi öne çıkaramaz. Siyasal anlamda doğacak ihtilaflarda hakem rolü üstlenip birleştirici bir rol üstlenmelidir. Devlet başkanı tarafsızlığını sürdürdüğü ve sadece temsil makamından ibaret olduğunu uygulamada da gösterdiği takdirde meşrûiyeti sağlam zemine oturacaktır (Kubalı, 1971; Erdoğan, 1987; Kuzu, 1988; Yıldırım, 2012; Tanör & Yüzbaşıoğlu, 2002).

³ Ceza hukukunda kanunilik ilkesinin bir sonucu olarak yapılan eylem açıkça kanunda suç olarak gösterilmelidir. Dolayısıyla kıyas yoluyla ceza verilemeyeceği gibi yapılan eylemin tipikliği ve ilgili eyleme verilecek ceza yasalarla çizilmiştir. Cezaî sorumluluk kadar katı olmasa da hukukî sorumluluğa konu yasalarda daha önceden yürürlüğe konulmuş olup somut olaya göre karar verilecektir. (Sakin, 2014; Dülger, 2017).

⁴ Siyasî sorumluluğun doğması yasalarla öngörülemezdir. Nitekim parlamenter rejimde sel felaketi öncesi alınmayan önlemler sosyal, bürokratların seçiminde yanlışlık idarî, yanlış para politikası sonucu bütçe açığının artması mâlî vb. somut olaylardan dolayı yönetenlere siyasî sorumluluğa konu hususlar doğabilmektedir (Armağan, Türk Esas Teşkilat Hukuku, 1979).

sebebiyle cezaların şahsiliği ilkesi çerçevesinde cezaî sorumluluktan, kusura dayalı sorumluluğun esas olması sebebiyle de hukukî sorumluluktan ayrılmaktadır (Bradley & Ewing, 1993). Bununla birlikte cezaî ve hukukî sorumluluk, yönetenin görevi bittikten sonra da işletilebilirken siyasî sorumluluk ancak görev süresi içinde işletilebilmektedir (İslam, 1966).

2.2. Cezaî Sorumluluk

Cezaî sorumluluk, konusu suç olan eylemlere ilişkin verilecek yaptırımların bütünüdür (Yılmaz, 2011). Çerçevesi pozitif hukuk normlarınınca belirlenen cezaî sorumluluk, önceden belirlenmiş, kesin nitelikte hükümleri barındıran ve kişinin işlemiş olduğu suça ilişkin tüm unsurların ortaya çıkmasıyla gerçekleşen bir sorumluluktur (Duff, 2007; Dönmezer & Erman, 2016). Ceza hukukunun temel ilkelerinden olan kanunilik ilkesi çerçevesinde yasalarla bağlı olması siyasî sorumluluktan, devlet gücünün egemen olması ve kıyas yasağının bulunması yönüyle hukukî sorumluluktan ayrılmaktadır (Gözler, Hukukun Temel Kavramları, 2013). Dolayısıyla cezaî sorumlulukta kolektif sorumluluk ve kusursuz sorumluluk hâli yoktur. Bununla birlikte uygulanan yaptırımların ağırlığı bakımından da siyasî ve hukukî sorumluluktan ayrılmaktadır (Dülger, 2017). Nitekim cezaî sorumluluğun hapis, adli para cezası, idam gibi yaptırımları bulunmaktadır.

Devlet başkanının sorumluluğu incelendiğinde siyasî ve hukukî sorumluluktan çok cezaî sorumluluk öne çıkmaktadır. Nitekim devlet başkanının görevinden alınmasına/istifasına yol açabilen cezaî sorumluluk, demokratik rejimlerde yasama ve yürütme arasında en etkin denge ve denetim mekanizması olarak değerlendirilmektedir (Yücel, 2016). Benimsenen hükümet sistemlerine göre içeriği değişen cezaî sorumluluk, genel anlamda anayasalarda yer almaktadır.

2.3. Hukukî Sorumluluk

Hukukî sorumluluk, özel hukuktan kaynaklanan, ceza ve disiplin sorumluluğu dışında kalan ve sorumluluğa konu eylemi gerçekleştiren kişiye kural olarak tazminat, aynen teslim ve önceki hale getirme gibi yükümlülükler getiren bir sorumluluk türüdür (Uzun, 2008; Yılmaz, 2011). Cezaî sorumluluktan farklı olarak hukukî sorumlulukta kanunilik ilkesi genel anlamda yer almamaktadır. Nitekim hukukî sorumlulukta yasalarca daha önceden öngörülmeleyen somut ihtilaflar ortaya çıkmakta ve her bir ihtilafın niteliğine göre karar verilmektedir.

Kuvvetler ayrılığına dayanan demokratik rejimlerde devlet başkanının kişisel iş ve eylemlerinden hukuken sorumlu olduğu kabul edilirken göreve ilişkin iş ve eylemlerinden dolayı genel olarak sorumsuzluğu kabul edilmiştir (Yaşar & Kırt, 2006). Demokratik olmayan rejimlerde ise devlet başkanı adaletin kaynağı olarak görülmekte ve tarihsel olarak süregelen “*Kral hata yapmaz*” anlayışının bir sonucu olarak gerek görev gerekse kişisel eylemlerinde sorumsuz olarak kabul edilmektedir (Gözler, Devlet Başkanları, 2016).

Bir ülkede devlet başkanının yetki ve sorumluluğu benimsenen hükümet sistemine göre değişiklik göstermektedir. Bu husus çalışmamızda incelenecek olan Türkiye’de uygulama alanı bulmuş mutlak monarşi, meclis hükümeti, parlamenter sistem gibi hükümet sistemlerinin niteliklerinde açıkça görülecektir.

3. 1876’den Günümüze Devlet Başkanının Sorumluluğu

19. yüzyılla birlikte başlayan Osmanlı-Türk anayasal gelişmeleri, günümüze kadar birçok anayasayı içinde barındırmıştır. Bu süreçte ilgili anayasalar darbe, darbe teşebbüsü gibi birçok antidemokratik girişimlerle kesintiye uğramıştır. Yaşanan bu gelişmelerle şekillenen farklı hükümet sistemleriyle birlikte devlet başkanının sorumluluğu da kabul edilen anayasalarda farklı şekillerde düzenlenmiştir.

23 Aralık 1876 tarihli Kanun-i Esasî ile Osmanlı Devleti anayasal monarşi yönetimine geçmiştir (Erdoğan, Türkiye’de Anayasalar ve Siyaset, 2016). Kanun-i Esasî ile halk, iktidara ortak olmaya çalışmış, anayasal ve demokratik nitelikteki ilk parlamento Osmanlı-Türk tarihinde yerini alarak “parlamento geleneği” oluşmasına katkı sağlamıştır (Demirhan & Adıgüzel, 2016; Yıldız, 2012; Yücel, 2016; Çınar, 2017). Kanun-i Esasî ile benimsenen hükümet sisteminde yasama organına yer verilse de padişahın yetkilerinin genişliği sebebiyle parlamenter monarşiden söz edilemeyecektir (Tunaya, 2010; Onar, 2003; Yavuz & Bülbül, 2012). Bu yönüyle sistem anayasa literatüründe “parlamentolu monarşi” şeklinde

tanımlanmıştır (Soysal & Sağlam, 1983). Kanun-i Esasî'nin ilk döneminde halkın seçtiği parlamentonun padişahın yetkilerine şeklen de olsa ortak olması geleneksel hükümdarlık sisteminin kapanması şeklinde yorumlanabilmektedir. Ancak padişahın geleneksel statüsü sarsılmamış, yasama ve yürütme üzerindeki gücü devam etmiş bir başka deyişle kuvvetler ayrılığı demokratik anlamda sağlanamamıştır.

Kanun-i Esasî'de 1909 tarihli değişikliklerle birlikte yasama ve yürütme kuvvetler ayrılığına göre şekillenmiştir. Klasik parlamenter sistemin özelliklerini barındıran bu sistemle birlikte Osmanlı Devleti anayasal monarşiye geçmiştir. Parlamentonun vurguladığı “hâkimiyet-i milliye” olgusu ile ilerleyen zamanlarda kabul edilecek anayasaların temeli oluşturulmuştur (Akyılmaz, 1999). 1909 değişiklikleriyle daha demokratik bir anayasa hüviyetine kavuşan Kanun-i Esasî'de padişahın yürütme anlamında mutlak yetkisini içeren 113. maddesi kaldırılmıştır (Aydın, 2001). Padişahın mutlak ve sorumsuz yetkilerinin sınırlandırılmasıyla demokratik parlamenter sistem hüviyeti kazanılmıştır.

Kurucu meclis usulüyle hazırlanıp kabul edilen 1921 Anayasası'nın, devleti temel hak ve hürriyetlere ilişkin toplum karşısında sınırlandırmaması, Kanun-i Esasî'yi ilga etmemesi, devlet başkanlığı makamı ve bağımsız bir yargı erki öngörmemesi gibi sebeplerle tam bir anayasa olarak değerlendirilmemektedir (Akın, 2006; Paçacı, 2018). Öz bir ifadeyle padişahın konumunu ve Osmanlı anayasal sistemini zımnî olarak kabul eden bir anayasadır (Aslan, 2010; Kırılmaz & Kırılmaz, 2014). Kanun-i Esasî'den farkı tek güç olarak Büyük Millet Meclisi'ni öne çıkarmasıdır (Paçacı, 2018; Turan & Korkmaz, 2019). Dönemin şartlarının şekillendirdiği bir anayasa olan ve ‘Kurtuluş Anayasacılığı’ndan ‘Kuruluş Anayasacılığı’na giden bir sürecin yansıması olup, ‘TBMM'nin üstünlüğü, cumhuriyet, ulusal egemenlik’ gibi mirasların temelidir (Özbudun, 2019; Tanör, Osmanlı-Türk Anayasal Gelişmeleri, 2019).

23 Nisan 1924 tarihinde ilan edilen 1924 Anayasası, “kuvvetler birliği, görevler ayrılığı hükümet sistemi” şeklinde ifade edilen meclis hükümeti ile parlamenter sistem arasında bir yönetim modeli kabul etmiştir (Aldıkaçtı, 1987; Tanör, Osmanlı-Türk Anayasal Gelişmeleri, 2019; Özbudun, 2019). 1924 Anayasası'nda yürütme yasamanın hakimiyetine dayalı bir görünümde olup 1921 Anayasası'ndan farklı olarak yargıya ilişkin hükümlerde düzenlenmiştir (Parla, 2016). Kısacası 1924 Anayasası, cumhuriyetin getirdiği devrimlerin korunması, geliştirilmesi düşüncesiyle meclisi her anlamda ön plana çıkararak yasama organını kuvvetlendirip yürütmeyi geri plana atma düşüncesiyle teşekkül etmiştir.

1961 Anayasası'nın kabulüyle Türkiye “Westminster Tipi” parlamenter hükümet sistemiyle tanışmıştır. Yargı bağımsızlığının etkin bir şekilde sağlanması, temel hak ve özgürlüklerin teminatı, devlet sisteminin denetlenmesi için kurulan Anayasa Mahkemesi gibi öne çıkan nitelikleri itibarıyla Türkiye tarihinin en demokratik anayasası görünümündedir (Tanör, İki Anayasa 1961-1982, 2019; Barın, 2017). Parlamenter sistemin benimsendiği 1961 Anayasası'nda, sembolik yetkileri haiz olan cumhurbaşkanı ile teşekkül eden yürütmeyi başbakan ve bakanlar kurulu temsil etmiştir (Turan & Korkmaz, 2019).

Türkiye'nin sancılı geçen siyasi dönemleri sonrasında kabul edilen 1982 Anayasası, 1961 Anayasası'na göre demokrasinin gelişimi, temel hak ve özgürlükler bakımından daha kısıtlayıcı bir anayasa niteliğindedir. 1961 Anayasası'na göre özgürlüklerin kısıtlandığı bir modelle birlikte her ne kadar parlamenter sistem benimsense de cumhurbaşkanına olağanüstü görev ve yetkiler ihdas edilmiştir. 1982 Anayasası'nda kuvvetler dengesi değişmiş, yürütme içerisindeki cumhurbaşkanı “görevli” olmasının yanı sıra aynı zamanda “yetkili” hale gelmiştir. Bir başka deyişle cumhurbaşkanının şahsında kısmî bir kuvvetler birliği oluşturulmuştur (Yazıcı, 2012; Eroğul, 2012; Aliefendioğlu, 2011). Yürütmenin sorumlu kanadı olan başbakan ve bakanlar kurulu, yasamaya karşı güçlenmiş ancak yürütmenin diğer kanadı olan cumhurbaşkanı parlamenter sistemin özünden farklı olarak görev ve yetki bakımından olağan dışı bir statüye kavuşmuştur (Alkan, 2013; Karatepe, 2013). 2007 yılında yapılan değişikliklerle birlikte yönetim şekli yarı başkanlık sistemine evrilmiştir. Nitekim cumhurbaşkanı halk tarafından seçimle iş başına gelmiştir. Meşrûyetini doğrudan halktan alan cumhurbaşkanı, yürütme içerisinde daha da etkin hâle gelmiştir. 2017 tarihli anayasa değişiklikleriyle kabul edilen sistemde ise cumhurbaşkanı, yürütmenin monist ve aslî unsuru haline gelmiştir. Bu değişikliklerle birlikte yürütme, yasama karşısında oldukça geniş yetkilere sahip olmuştur.

Osmanlı-Türk anayasaları genel olarak değerlendirildiğinde, ilk anayasacılık hareketlerinin ortaya çıkmasında yürütmenin sınırlandırılması ve halk iradesinin egemen olması düşüncesinin olduğu görülürken, zaman içerisinde yaşanan toplumsal hadiseler ve siyasi krizlerin etkisiyle yürütmenin güçlendirildiği bir

anayasal sürece geçilmiştir. Bu süreçte yürütmenin yetki ve sorumluluğu artmıştır. Özellikle 1982 anayasanın ilk döneminde anayasal teamüllere aykırı olarak cumhurbaşkanının sorumsuz ancak icraî anlamda geniş görev ve yetkisinin olduğu görülmüştür. 2007 değişiklikleriyle birlikte meşruiyetini doğrudan halktan alan cumhurbaşkanı yürütmede oldukça etkin hale gelmiştir.

3.1. 1876 Kanun-i Esasî'de Devlet Başkanının Sorumluluğu

Padişah ve hükümetten oluşan düalist (ikili) bir yapı benimseyen Kanun-i Esasî'de, "ekber evlat"⁵ sistemine göre tahta geçen padişah, yürütme organının aslı unsuru ve başıdır⁶. Diğer mutlak monarşilerde olduğu gibi Kanun-i Esasî'de de padişaha mutlak sorumsuzluk verilmiş ve bu husus anayasanın 5. maddesiyle güvence altına alınmıştır (Çınar, 2017). Parlamenter sistemdeki devlet başkanından farklı olarak kişisel ve göreve ilişkin eylemlerinden de hukukî ve cezaî açıdan sorumsuzdur. Dolayısıyla parlamenter sistemlerin genelinde görülen "vatana ihanet" suçlamasıyla devlet başkanı hakkında yürütülebilir cezaî sorumluluk müessesesinden münezzehtir (Yamaç, 2014). Anayasa'da padişahın "anayasaya bağlılık yemini" edeceğine dair bir hükme yer verilmemesi padişahı kutsiyeti dokunulmaz ve mutlak sorumsuz kılmıştır.

Monarşik anlayışın bir tezahürü olan Kanun-i Esasî, yasama organınca padişahın denetlenebileceğine dair bir hükme yer vermediğinden parlamentonun padişah nezdinde bir denetim yetkisi bulunmamaktadır. Kaldı ki bu dönemde parlamento, Heyet-i Vükela'yı (bakanlar kurulu) dahi siyasî açıdan denetleyememektedir. Daha önce de bahsettiğimiz üzere sistemde bulunan parlamento sadece teoride kalmış ve parlamenter bir özellik gösterememiştir (Tanör, Osmanlı-Türk Anayasal Gelişmeleri, 2019). Bu yönü sebebiyle literatürde birçok yazar bu sistemi "anayasalı dönemin, padişahı, anayasasız dönemden daha güçlü kıldığı" bir model olarak yorumlamıştır (Aldıkaçtı, 1987; Kubalı, 1971; Okandan, 1968).

Özetle egemenliğin doğrudan padişaha ait olduğu bir başka deyişle padişahın iradesinde sözde kuvvetler ayrılığının olduğu bir dönem olan Kanun-i Esasî'nin ilk döneminde parlamento sadece görünürde vardır. Parlamentonun padişahı denetleyememesi ve anayasada padişahın sorumluluğuna dair bir hüküm yer almaması sebebiyle padişah hukukî, siyasî ve cezaî açıdan mutlak sorumsuzdur.

Yaşanan siyasal gelişme ve toplumsal hadiselerin bir sonucu olarak ilan edilen II. Meşrutiyet sonrasında anayasada 1909 değişiklikleri olarak adlandırılan önemli değişiklikler yapılmıştır. Yapılan bu düzenlemeyle birlikte padişahın yetkilerinde önemli değişiklikler meydana gelmiştir. 1909 değişiklikleriyle birlikte yasama, yürütme arasındaki karşılıklı yetkilerin belirlenmesiyle padişahın yetkileri gerçek anlamda sınırlandırılmıştır. Padişahın yetkilerini tek başına kullanması önemli ölçüde kısıtlanmış ve padişah "sembolik yetkili" kılınmıştır. Heyet-i Vükela'nın padişaha karşı sorumluluğu kaldırılarak parlamentoya karşı sorumlu hale getirilmiştir. Padişah kendisine ait olan yetkileri parlamenter sistemdekine benzer şekilde karşı-imza kuralına göre kullanabilecektir (Eroğul, 1908 Devrimi'ni İzleyen Anayasa Değişiklikleri, 2008). Demokratik anlamda oldukça önemli değişikliklerle birlikte yürütmenin yetkileri hükümete aktarılmış, bakanlar kurulu yürütmenin aslı unsuru haline gelmiştir (Tanör, Osmanlı-Türk Anayasal Gelişmeleri, 2019; Yıldız, 2012). Ancak değişikliklerde devlet başkanının hukukî, siyasî ve cezaî sorumluluğuna yönelik herhangi bir düzenlemeye yer verilmemesi padişahın mutlak sorumsuzluğunu devam ettirmiştir.

3.2. 1921 Anayasası'nda Devlet Başkanının Sorumluluğu

1921 Anayasası ile kabul edilen meclis hükümeti sisteminin bir sonucu olarak devlet başkanlığı öngörülmemiş, anayasasının 8. maddesi mücibince devlet başkanının yetkileri Büyük Millet Meclisi (BMM) Başkanı'na yerine getirilmiştir. BMM Başkanı, İcra Vekilleri heyetinin de başı olduğu gibi aynı zamanda meclisinin direktifleri doğrultusunda işlem yapmaya da yetkili kılınmıştır (Demirhan & Adıgüzel, 2016; Aslan, 2010). Dolayısıyla İcra Vekilleri Heyeti meclisin temsil yüzü olup, meclis kararlarının uygulayıcısıdır. Yürütmeye ilişkin tüm sorumluluk müştereken Büyük Millet Meclisi'ndedir (Yamaç, 2014). Nitekim bu sistemde bakanlar kurulunun kendine has yetki ve sorumluluğu bulunmamaktadır.

İcra Vekilleri Heyeti kişisel ve müştereken BMM'ye karşı sorumludur. Faaliyetleri beğenilmeyen vekil BMM tarafından görevinden alınabilmektedir. Dolayısıyla İcra Vekilleri Heyeti BMM'ye karşı siyaseten

⁵ Osmanlı hanedanının en yaşlı üyesinin padişah olduğu sisteme verilen isimdir.

⁶ Kanun-i Esasî md 3.- "Saltanatı seniyei osmaniye bilâfeti kübrayı islâmiyeyi baiç olarak süleai âli Osmandan usulü kadimesi veçbile ekber evlada aittir."

sorumludur. Nitekim bu dönemde vekillere ilişkin bireysel gensoru önergelerinin yanı sıra İcra Vekilleri Heyeti'ne kül halinde gensoru önergesi verilmiştir. Buna karşılık İcra Vekilleri Heyeti'nin de BMM'den güvenoyu aldığı süreçler yaşanmıştır⁷.

1921 Anayasası'nda 1923 değişiklikleriyle İcra Vekilleri Heyeti'nde başvekilin yürütmedeki yeri güçlendirilmiş, İcra Vekilleri Heyeti üyelerinin BMM'ye karşı bireysel ve kolektif sorumluluğu hükme bağlanmıştır (Ortak, 2022). Bu değişikliklerle parlamenter sisteme dönük adımlar atılarak ayrı bir cumhurbaşkanlığı makamına yer verilmişse de, cumhurbaşkanının sorumluluğuna ilişkin bir düzenlemeye yer verilmemiştir. Aynı zamanda 1921 Anayasası ile birlikte Kanun-i Esasi'nin de yürürlükte olması sorumluluk mekanizmasını işlevsiz kılan bir diğer faktördür.

3.3. 1924 Anayasası'nda Devlet Başkanının Sorumluluğu

1924 Anayasası, 1921 Anayasası'ndan farklı olarak ayrı bir cumhurbaşkanlığı makamı ihdas etmiş ve parlamenter sisteme yakın bir sistem benimsemiştir. 1924 Anayasası'nda cumhurbaşkanı, sembolik ve temsilî bir konumdadır. 1924 Anayasası döneminde devlet başkanının oldukça güçlü bir “şef” statüsünde olması, dönemin getirdiği siyasal şartlardan olup teorik olarak cumhurbaşkanı yürütme erkinde etkisiz bir statüdedir (Bilge, 1956).

1924 Anayasası'nda cumhurbaşkanının siyasî sorumluluğunun bulunmadığı, “vatana ihanet” haricinde cezaî sorumluluğuna ilişkin anayasada bir düzenleme yapılmadığı, kişisel iş ve eylemleri haricinde göreve ilişkin herhangi bir hukukî sorumluluğunun da bulunmadığı görülmektedir.

Cumhurbaşkanının siyasî sorumluluğu 1924 Anayasasının 39. maddesi ile anayasal bir statüye kavuşturulmuştur (Bilge, 1956). Parlamenter sisteme yakın bir şekilde cumhurbaşkanının yetkileri karşı-imza kuralınca başbakan ve ilgili bakan tarafından imzalanmakta; yapılan işlemlerden doğabilecek sorumluluk başbakan ve ilgili bakana geçmektedir (Tanör, Osmanlı-Türk Anayasal Gelişmeleri, 2019).

Cumhurbaşkanı, 1924 Anayasası'nın 41. maddesince yalnızca “vatana ihanet” suçu ile suçlandırılabilir. Vatana ihanet suçu haricinde göreve ilişkin yapılacak olan ve konusu suç teşkil eden işlemlerde sorumluluk yine başbakan ve bakanlara aittir (Yücel, 2016). Bunun yanı sıra anayasanın 41. maddesinin yollamasıyla 17. maddesinden anlaşılacağı üzere cumhurbaşkanının kişisel suçlarında sorumluluk mekanizmasının işletilebilmesi ancak yasama dokunulmazlığının kaldırılmasıyla mümkündür (Bilge, 1956; Gözler, Türk Anayasa Hukuku, 2019). Dolayısıyla yasama organında vekillere uygulanan dokunulmazlık zırhı kıyasen cumhurbaşkanı için de uygulanmıştır.

1924 Anayasası'nda cumhurbaşkanının sorumluluğuna ilişkin demokratik nitelikte düzenlemelere yer verilse de uygulamada “şeflik sistemi” olarak adlandırılan bir düzenin olması sebebiyle cumhurbaşkanının sorumluluğunun işletilmesine dönük bir suçlamanın olma ihtimali bulunmamaktadır. Bunun yanı sıra 1946 tarihine kadar cumhurbaşkanı ile aynı siyasî temele sahip tek partinin yer alması bu ihtimalin mümkün olmadığını bir başka göstergesidir. Hulûsa şeflik sisteminin bir sonucu olarak, 1924 Anayasası'nın ilk dönemlerinde cumhurbaşkanının sorumluluğuna ilişkin (uygulamada) denetim mekanizmasının işletilmesinin mümkün olmadığını söylemek yerinde olacaktır.

3.4. 1961 Anayasası'nda Devlet Başkanının Sorumluluğu

Saf parlamenter sistemin benimsendiği 1961 Anayasası'nda cumhurbaşkanı, yürütme organının pasif unsuru olup görevine ilişkin işlemlerde sorumsuzdur. Parlamenter sistemin bir uygulaması olarak karşımıza çıkan karşı-imza kuralı uyarınca cumhurbaşkanın imzaladığı ve aldığı kararlar başbakan ve bakanların imzasıyla kendilerinin uhdesine geçtiğinden sorumluluk, başbakan ve ilgili bakana ait olmaktadır (Soysal & Sağlam, 1983). Dolayısıyla cumhurbaşkanının siyasî sorumluluğu bulunmamaktadır.

1961 Anayasasında cumhurbaşkanı “vatana ihanet” suçlaması dışındaki göreve ilişkin suçlarında sorumsuzdur (Yücel, 2016). Anayasaya göre cumhurbaşkanını “vatana ihanet” suçundan suçlandırabilmek için TBMM'nin üye tam sayısının üçte birinin teklifi; verilen teklife TBMM üye tam sayısının üçte ikisinin kabul oyu vermesi gerekmektedir. Gerekli çoğunluğun sağlanması durumunda cumhurbaşkanı, Yüce

⁷ Md. 8 mucibince BMM bakanlara yön gösterebileceği gibi gerektiğinde bakanları değiştirebilmektedir. (Özbudun, 2019; Akyol, 2012).

Divan sıfatıyla görev yapan Anayasa Mahkemesi'ne sevk edilebilmektedir (Tanör, Osmanlı-Türk Anayasal Gelişmeleri, 2019).

1961 Anayasasında cumhurbaşkanının kişisel iş ve işlemlerinden doğan hukukî sorumluluğu tamdır. Cumhurbaşkanı, karşı-imza kuralı haricinde tek başına aldığı kararlar açısından da (kabul edilen yasaları veto etme, iptal davası açma, yüksek hâkimleri atama vb.) hukuken sorumsuzdur (Kırılmaz & Kırılmaz, 2014). Her ne kadar cumhurbaşkanının karşı-imza olmaksızın tek başına yaptığı işlemler parlamenter sistemin özüne aykırı gibi değerlendirilse de, lafzî yorumla düşünüldüğünde tarafsız olan devlet başkanının bu işlemleri yapmasında sakınca olmadığı genel bir kanıdır. Nitekim benzer yorumu Anayasa Mahkemesi de getirmiş, “cumhurbaşkanının tarafsız ve devletin başı olması hasebiyle (insan hakları ve demokrasiyi korumak, devletin bütünlüğünü sağlamak gibi görevlere ilişkin) tek başına bahse konu yetkileri kullanabileceği” şeklinde kararlar vermiş ve içtihat haline getirmiştir (Anayasa Mahkemesi, 1976; Mahkemesi, 1979).

3.5. 1982 Anayasası'nda Devlet Başkanının Sorumluluğu

1982 Anayasasının kabul edilmesiyle birlikte yürütmenin etkinliğinin önemli ölçüde arttırıldığı bir parlamenter sisteme geçilmiştir. 1982 Anayasası'nın ilk döneminde etkin, icracı bir cumhurbaşkanı öngörülmüş ancak sorumsuz kılınmıştır. Düalist yapının benimsendiği parlamenter sistemin özüne aykırı olan bu düzenleme (Kırışık & Öztürk, 2020) sonucunda birçok yönetsel krizler yaşanmıştır. 1982 Anayasası'nda yapılan 2007 değişikliklerinde cumhurbaşkanının doğrudan halk tarafından seçileceğine ilişkin düzenlemelere yer verilmiştir. Ancak cumhurbaşkanının sorumsuzluğu hususunda (kısmen siyasî sorumsuzluk hariç olmak üzere) bir değişikliğe gidilmemiştir. 2014 yılında yapılan ilk seçimlerle birlikte fiili anlamda yarı başkanlık sistemi işlemeye başlamıştır. Gelişen siyasî atmosfer neticesinde yapılan 2017 değişiklikleriyle nevi şahsına münhasır bir yönetim modeli olan Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi benimsenmiştir. Bu sistemde cumhurbaşkanı yürütmenin monist yapısını oluşturmuş ve buna bağlı olarak da genel anlamda sorumlu kılınmıştır. Bu açıklamalardan hareketle 1982 Anayasası'nda cumhurbaşkanının sorumluluğunu 2007 öncesi, 2007-2017 değişiklikleri arası ve 2017 değişiklikleri sonrasındaki dönemler şeklinde bir ayırım yaparak incelemekte yarar vardır.

3.5.1. 2007 Değişiklikleri Öncesinde Devlet Başkanının Sorumluluğu

1961 Anayasası'nda yaşanan yönetim krizlerinin bir sonucu olarak kabul edilen 1982 Anayasası'nda devlet otoritesinin güçlendirilmesine dönük düzenlemelere yer verilmiştir. Yürütme organı yasamaya karşı güçlendirilmiş, cumhurbaşkanına önemli görev ve yetkiler ihdas edilmiş ancak cumhurbaşkanının genel manada sorumsuzluğu anayasal ve teâmüli olarak devam etmiştir (Aliefendioğlu, 2011; Parla, 2016).

1982 Anayasasının ilk döneminde parlamenter sistemin bir tezahürü olarak cumhurbaşkanının sorumsuzluğu korunmuştur. Yasama organının cumhurbaşkanını güvensizlik oyuyla düşürme olanağının bulunmadığı bu sistemde, anayasanın 105. maddesiyle karşı-imza kuralı benimsenmiştir. Bu sayede cumhurbaşkanının imzaladığı işlemlerde siyasî, hukukî ve cezaî sorumluluk altında imzası bulunan başbakan ve bakana yüklenmiştir (Özbudun, 2019). Öz bir ifadeyle cumhurbaşkanının görev suçlarındaki sorumsuzluğu kural, sorumluluğu istisnadır (Gözler, Türk Anayasa Hukuku, 2019).

Parlamenter cumhuriyet rejiminin bir sonucu olarak cumhurbaşkanının cezaî sorumluluğu hususunda ikili bir ayırma gidilmiştir. Bu ayırma göre cumhurbaşkanı görevine ilişkin suçlara “vatana ihanet” suçu haricinde tam olarak sorumsuz iken kişisel suçlarına ilişkin eylemlerinde sorumludur (Özbudun, 2019). 1982 Anayasası'nda cezaî sorumluluğun kişisel suç kısmı suçlandırma usulüne ilişkin bir hüküm içermese de cumhurbaşkanı hakkında yasama dokunulmazlığının kaldırılması mekanizmasının işletilmesiyle genel mahkemelerde yargılanmasının önü açılacaktır.

1982 Anayasası'nda cumhurbaşkanı, “vatana ihanet” suçu ile suçlandırılabilmesi için anayasanın 105/3 maddesine göre TBMM üye tamsayısının en az üçte birinin teklifi ve yine bu teklifin TBMM üye tamsayısının en az dörtte üçünün vereceği oyla kabul edilmesi gerekmektedir. Böylelikle cumhurbaşkanı, Anayasa Mahkemesinde yargılanabilecektir (Atar, 2008; Yüzbaşıoğlu, 2008). 1961 Anayasasından farklı olarak 1982 Anayasasında cumhurbaşkanı hakkında suçlandırma kararı verilebilmesi için meclis üye tam

sayısının dörtte üç çoğunluğu aranmaktadır. Dolayısıyla 1982 Anayasası ile birlikte cumhurbaşkanının suçlandırılma mekanizmasının işletilmesi zorlaştırılmıştır.

1982 Anayasası'nın ilk döneminde cumhurbaşkanının hukukî sorumluluğu kişisel iş ve eylemleriyle göreve ilişkin iş ve eylemler olarak ayrı değerlendirilmelidir. Karşı-imza kuralının bir yansıması olarak cumhurbaşkanı göreviyle ilgili iş ve eylemlerinde hukukî sorumluluğa sahip değildir. Ancak kişisel iş ve eylemlerinde her vatandaş gibi hukukî sorumluluğu bulunmaktadır (Aliefendioğlu, 2011). Bu husus anayasanın cezaî sorumluluğa konu 105. maddesinin kıyasen uygulanmasıyla ortaya çıkmaktadır. Cumhurbaşkanının hukukî sorumluluğuna konu kişisel iş ve eylemleri sonucunda ortaya çıkması muhtemel olan (özel hukuka ilişkin) uyuşmazlıklar adli yargı mercilerindeki hukuk mahkemelerince çözülecektir.

Genel bir değerlendirme yapıldığında 1982 Anayasası'nın kabul edilmesinden önceki dönemde kamuoyunda hâkim olan yürütmenin güçlendirilmesi olgusunun anayasaya yansıdığı ve benimsenen hükümet modelinde yürütmenin etkin olduğu bir parlamenter sistem ortaya çıkmıştır. Hatta bazı yazarlar kabul edilen sistemdeki cumhurbaşkanına verilen (parlamenter sistemin özüne aykırı) yetkilerin başkanlık sistemlerinde yürütmenin aslî unsuru olan “başkan”da olmadığını belirtmiştir (Parla, 2016). Cumhurbaşkanının yetkilerindeki olağanüstülüğe karşılık parlamenter sistemin doğasına uygun bir şekilde cumhurbaşkanının genel anlamda sorumsuzluğuna yer verilmesi yönetsel krizlerin temelini oluşturmuştur (Bolat & Hatipoğlu, 2021). Nitekim genel anlamda sorumsuz ancak olağanüstü yetkili bir cumhurbaşkanlığı makamı kurulmuştur.

3.5.2. 2007 - 2017 Anayasa Değişiklikleri Arasında Devlet Başkanının Sorumluluğu

21 Ekim 2007 tarihli referandum sonucunda kabul edilen anayasa değişiklikleriyle parlamenter sistemin temel özellikleri korunmuş ancak uygulamada bir nevi yarı başkanlık sistemine geçilmiştir⁸. Bunun yanı sıra Türkiye'nin 2007 değişiklikleri sonrasında kabul ettiği sistem “fiilî başkanlık sistemi”, “başkanlı parlamenter sistem” şeklinde de nitelendirilmiştir (Caner, 2013). 1982 Anayasası'nda yürütmenin sorumsuz kanadı olup sahip olduğu yetkilerle oldukça güçlü olan cumhurbaşkanı, halkın verdiği meşrûiyetin bir sonucu olarak sistem içerisindeki etkinliğini çok daha güçlendirmiştir (Erdoğan, Türkiye’de Anayasalar ve Siyaset, 2016; Yücel, 2016). 2007 değişiklikleri sonrasında, 28 Ağustos 2014 tarihinde yapılan seçimlerle cumhurbaşkanı halk tarafından doğrudan seçilmiştir. 28 Ağustos 2014'ten 24 Haziran 2018 tarihine kadar Türkiye’de yarı başkanlık sistemi uygulanmıştır.

1982 Anayasası'nın ilk halinde yer alan ve cumhurbaşkanının sorumluluğunu düzenleyen 105. maddesine ilişkin 2007 değişikliklerinde herhangi bir düzenlemeye gidilmemiştir. Dolayısıyla değişiklik öncesindeki olağanüstü yetkili ve sorumsuz cumhurbaşkanlığı makamı korunmuştur. Cumhurbaşkanının cezaî ve hukukî sorumluluğu noktasında herhangi bir değişiklik olmamış ancak (uygulamada) 2014-2018 yılları arasında, cumhurbaşkanının siyasî sorumluluğunu doğurabilecek nitelikte “halk tarafından seçilmesi” düzenlemesine yer verilmiştir (Gözler, Türk Anayasa Hukuku, 2019).

Getirilen sistemde cumhurbaşkanının halk tarafından ikinci dönemi için tekrar seçilebilecek olması teorik olarak mümkün olmasa da teknik açıdan halka karşı siyasî sorumluluk olarak nitelendirilebilir. Nitekim yaptığı faaliyetleri ilk döneminde beğenilmeyen cumhurbaşkanı halk tarafından ikinci dönem için tekrar seçilmeyebilecektir. Buradan elde edilen çıkarım cumhurbaşkanının halka karşı sorumlu olduğu ve yine halk tarafından denetlenebileceğidir. Bununla birlikte iki dönem seçilebilme kuralının bir sonucu olarak, ikinci döneminde olan cumhurbaşkanının tekrar seçilme gibi bir olasılığı olmadığından bahse konu siyasî sorumluluğun sadece ilk döneme dair olduğu söylenebilir. Seçimler haricinde cumhurbaşkanının gerek parlamento gerekse halk tarafından görevden alınması ise mümkün değildir. Dolayısıyla siyasî sorumluluğun varlığı (pratikte) dar bir alanda söz konusu olabilecektir.

Genel itibarıyla 2007 değişiklikleriyle getirilen düzenlemelerle cumhurbaşkanının hukukî ve cezaî sorumsuzluğu korunmuştur. Teorik olarak siyasî anlamda da sorumsuz olan cumhurbaşkanı yapılan teknik bir yorumla (kısmen) siyasî sorumluluğa sahiptir. Yine bahse konu siyasî sorumluluk, ilk döneminde olan cumhurbaşkanı için geçerlidir. Teorik olarak siyasî sorumluluğun doğması ancak yasama ve yürütmenin

⁸ Yarı başkanlık sisteminin mücidi olan Duverger, halk tarafından doğrudan seçilen devlet başkanının varlığını ve yürütmenin düalist olmasını yarı başkanlık sisteminin temeli olarak saymıştır (Duverger, 1992).

birbirinden kaynaklandığı durumlarda mümkündür. Dolayısıyla 2007 değişiklikleri öncesindeki siyasi sorumsuzluk hali değişiklik sonrası da devam etmiştir.

3.5.3. Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sisteminde Cumhurbaşkanının Sorumluluğu

1982 Anayasasında 2017 yılında yapılan düzenlemelerle Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi benimsenmiştir. Bu sistemde yürütmenin asli ve monist organı olan cumhurbaşkanı, genel anlamda sorumluluğa tâbi kılınmıştır (Gül A. , 2017). Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi'nde cumhurbaşkanı, (cezaî sorumluluk hariç olmak üzere) başkanlık sisteminde devlet başkanının sorumluluğuna benzer bir sorumluluğa sahiptir (Karatepe Ş. v., 2017; Gül A. , 2017).

Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi'nde parlamenter sistemden farklı olarak başbakanlık ve bakanlar kurulu olmaması, cumhurbaşkanının görevine ilişkin tek başına yapacağı hukukî işlemlerde yargısal denetimin yolunu kapatan hükümlerin kaldırılmasıyla cumhurbaşkanı, hukuken tüm işlemlerinde yargısal denetime tâbidir. Buradan hareketle cumhurbaşkanının hukukî sorumluluğu tamdır. Hukuk devleti açısından değerlendirildiğinde özellikle cumhurbaşkanının (YÖK üyesi ataması, rektör atamaları vb.) tek başına yaptığı işlemlerin yargısal denetime açılması olumlu bir düzenlemedir (Korucu, 2017).

Parlamenter sisteme benzer şekilde cumhurbaşkanı (her vatandaş gibi) kişisel iş ve eylemlerinde hukuken sorumludur. Dolayısıyla cumhurbaşkanı hakkında özel hukuka dair bir edimini yerine getirmediği takdirde edimini ifâ etmesi için cebri icra yoluna başvurulabilecektir. Yine bir başkasına haksız fiil niteliğinden davranışlarıyla verdiği zararı gidermekle sorumlu olup, aksi takdirde hakkında tazminata hükmedilebilecektir. Dolayısıyla cumhurbaşkanı hakkında özel hukuka ilişkin müeyyideler uygulanabilir niteliktedir.

Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi'nde cumhurbaşkanının cezaî sorumluluğuna ilişkin anayasanın 105. maddesi korunmuş üstelik kapsamı genişletilmiştir. Başkanlık sisteminde suçlandırma (impeachment) olarak nitelendirilen cezaî sorumluluk, cumhurbaşkanının yetkisiyle doğru orantılı olacak şekilde düzenlenmiştir (Miş & Duran, 2017; Özbudun, 2019). Daha önce uygulanmakta olan parlamenter sistemde anayasa ve ceza hukukunda karşılıklı olmayan "vatana ihanet" suçu haricinde sorumsuz olan cumhurbaşkanı yerine kişisel ve görev suçu ayrımı olmaksızın bütün iş ve eylemlerinde cezaî sorumluluğu olan bir cumhurbaşkanlığı makamı öngörülmüştür. Anayasanın 105. maddesi mücibince cumhurbaşkanı, herhangi bir suç işlemesi durumunda TBMM tarafından soruşturmaya tâbi tutulabilecektir (İpek, 2017).

Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi'nde en önemli tartışma konularından birisi cumhurbaşkanının siyasi sorumluluğuna ilişkindir. Nitekim TBMM'ye karşı sorumluluğu bulunmayan cumhurbaşkanı doğrudan halka karşı siyasi sorumluluğa sahiptir. Anayasanın 116. maddesi ile getirilen düzenlemeye göre cumhurbaşkanı ve meclisin karşılıklı olarak birbirlerini feshetme yetkisinin olması Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi'ni başkanlık sisteminden önemli ölçüde ayırmaktadır. Bu açıdan değerlendirildiğinde Türkiye'de TBMM'nin cumhurbaşkanlığı seçimlerini yenileyerek cumhurbaşkanını görevden alabilmesi ve TBMM'nin bütçe denetimiyle cumhurbaşkanını siyaseten denetleyebileceği ihtilafı olarak kabul görmektedir. Oysa klasik başkanlık sisteminde senato veya temsilciler meclisinin devlet başkanını feshetme imkanı olmadığı gibi senato veya meclisinde başkanın görevini feshetme yetkisi bulunmamaktadır. Ancak Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sisteminde TBMM'nin beşte üç çoğunluğu ile alacağı kararla birlikte cumhurbaşkanlığı seçimleri yenilenebilecektir. Yine bu hususun anayasada yer alması teorik olarak mümkün olmasa da teknik açıdan cumhurbaşkanını TBMM'ye karşı siyasi açıdan sorumlu kılmaktadır. Bununla birlikte ilk dönemi sonunda halk tarafından faaliyetleri beğenilmeyen cumhurbaşkanının yeniden seçilmemesi teorik olarak olmasa da teknik anlamda cumhurbaşkanının halka karşı (hesap verilebilirlik yönüyle) siyasi sorumluluğa sahip olduğunu göstermektedir (Doğan, 2017; Yasan, 2017).

Genel olarak değerlendirildiğinde cumhurbaşkanının cezaî anlamda sorumluluğu ile görev veyahut kişisel iş ve eylemlerinden doğan hukukî sorumluluğu tamdır. Buna karşılık parlamentodan kaynaklanmaması ve parlamentoya karşı sorumlu olmaması sebebiyle teorik olarak siyasi anlamda sorumsuzdur.

4. Türk Anayasalarında Devlet Başkanının Sorumluluğunun Karşılaştırılması

İlk Osmanlı-Türk Anayasası olan 1876 tarihli Kanun-i Esasî'den 1982 Anayasası'nda 2017 yılı değişikliklerine kadar kabul edilen anayasalarda parlamentolu monarşi, meclis hükümeti sistemi, parlamenter sistem gibi farklı nitelikler barındıran hükümet sistemleri benimsenmiştir. Kabul edilen sistemlerin birbirinden farklı nitelikler barındırması devlet başkanının hukukî, siyasî ve cezaî sorumluluğunun değişiklik göstermesine sebep olmuştur. Osmanlı-Türk Anayasalarındaki hükümet sistemlerinin nitelikleri doğrultusunda şekillenen devlet başkanının sorumluluğu/sorumsuzluğu Tablo 1'de gösterilmiştir.

Tablo 1. Türk Anayasalarında Devlet Başkanının Sorumluluğu

Anayasalar ve Yapılan Değişiklikler	Hükümet Sistemi	Hukukî Sorumluluk		Cezai Sorumluluk		Siyasi Sorumluluk
		Kişisel	Görevle İlgili	Kişisel	Görevle İlgili	
1876 Kanun-i Esasî	Parlamentolu Monarşi ⁹	Yok	Yok	Yok	Yok	Yok
1909 Değişiklikleri	Anayasal Monarşi	Yok	Yok	Yok	Yok	Yok
1921 Anayasası	Meclis Hükümeti Sistemi	Yok	Yok	Yok	Yok	Yok
1924 Anayasası	Kuvvetler Birliği Görevler Ayrılığı (Pratikte Parlamenter Sistem) ¹⁰	Var	Yok	Var	Yok (Hıyanet-i Vataniye Suçu Hariç)	Yok
1961 Anayasası	Parlamenter Sistem	Var	Yok	Var	Yok (Vatana İhanet Suçu Hariç)	Yok
1982 Anayasası	Parlamenter Sistem	Var	Yok	Var	Yok (Vatana İhanet Suçu Hariç)	Yok
2007 Değişiklikleri	Teoride Parlamenter Sistem, Pratikte Yarı Başkanlık Sistemi ¹¹	Var	Yok	Var	Yok (Vatana İhanet Suçu Hariç)	Yok ¹²
2017 Değişiklikleri	Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi	Var	Var	Var	Var	Yok ¹³

Tablo 1'e göre 1876 Kanun-i Esasî'de padişah, siyaseten olduğu gibi hukukî ve cezaî anlamda da mutlak sorumsuzdur. Kanun-i Esasî'nin 5. maddesi mutlak sorumsuzluğun temel dayanağıdır. Kanun-i Esasî'de yapılan 1909 değişikliklerinde bu maddeye ilişkin bir düzenlemeye gidilmediğinden mutlak sorumsuzluğun devam ettiği sonucu ortaya çıkmaktadır. Bu yönüyle daha sonra kabul edilecek olan diğer Osmanlı-Türk Anayasalarından farklılaşmaktadır. Nitekim devlet başkanlığı makamının öngörüldüğü 1924, 1961 ve 1982 Anayasalarının hepsinde her ne kadar siyasî açıdan sorumsuz olsa da kişisel eylemlerinde cumhurbaşkanına hukukî ve cezaî sorumluluk yüklenmiştir. Bilakis 1982 Anayasası'nda yapılan 2017 değişiklikleriyle kişisel ve görev suçu ayrımı da kaldırılmış, cumhurbaşkanı tam anlamda sorumlu kılınmıştır.

1921 Anayasası'nda ayrı bir devlet başkanlığı makamı bulunmadığından sorumluluğa dair herhangi bir düzenlemeye yer verilmemiştir. Tablo 1'de ki değerlendirme, aynı dönemde devletin başı olarak kabul

⁹ 1909 değişiklikleri öncesinde Kanun-i Esasî'de benimsenen sistem, yürütmeye padişahın yanında başbakan (sadrızam) gibi organlara yer vermenin yanı sıra yasamayı da içermesi kuvvetler ayrılığına dayalı modelin benimsendiğini göstermektedir. Nitekim bu dönemde padişahın mutlak yetkilerinin devam etmesi, kabinenin yasamanın güvenine dayanmaması gibi sebepler parlamenter monarşi değil anayasal monarşinin hakim olduğunu göstermektedir.

¹⁰ 1924 Anayasası ile getirilen sistem uygulamada parlamenter sisteme benzese de nitelikleri itibarıyla literatürde "kuvvetler birliği ve görevler ayrılığı sistemi" olarak gösterilmektedir.

¹¹ Cumhurbaşkanının doğrudan halk tarafından seçilmesi sebebiyle (Duverger'in sistem kavramına uygun olacak şekilde) yarı başkanlık sistemi olarak adlandırılmıştır.

¹² Yasama ve yürütmenin birbirinden kaynaklanmadığı, cumhurbaşkanının yasamaya karşı sorumlu olmadığı bu dönem için teorik olarak siyasî sorumluluktan bahsedilemeyecektir. Ancak halkın cumhurbaşkanını doğrudan seçmesi sebebiyle cumhurbaşkanının ikinci döneminde halka karşı hesap verilebilirlik mekanizması açısından teknik olarak siyasî sorumluluktan bahsedilemeyecektir.

¹³ Bu sistemde cumhurbaşkanı meclise karşı sorumlu değildir. Bu noktada teorik olarak siyasî sorumluluktan bahsedilemeyecektir. Ancak cumhurbaşkanının ikinci dönemi için halka karşı siyaseten sorumlu olduğu; her ne kadar gerçekleşmesi güç normlara bağlı olsa da yasamanın "seçimleri yenileme (fesih) yetkisi"nden hareketle cumhurbaşkanının meclise karşı (siyasî denetim yönüyle) siyasî sorumluluğa sahip olduğu (teknik olarak) kabul edilebilir.

edilmeye devam eden padişahın sorumluluğuna göre yapılmıştır. 1921 Anayasası'nda 1923 değişiklikleriyle cumhurbaşkanlığı makamı getirilse de yine cumhurbaşkanının sorumluluğuna yönelik bir düzenlemeye yer verilmemiştir. Dolayısıyla 1921 Anayasası'nda devlet başkanının sorumluluğuna ilişkin bir madde olmaması sebebiyle padişahın siyasî, hukukî ve cezaî sorumsuzluğu devam etmiştir.

1924 Anayasası'nda devlet başkanı, göreve ilişkin olarak vatana ihanet suçu haricinde sorumsuz kılınmış ve diğer anayasalardan farklı olarak cumhurbaşkanının kişisel iş ve eylemlerine ilişkin cezaî sorumluluğuna anayasada yer verilmiştir (md. 41). 1961 Anayasası ve 1982 Anayasası'nın 2017 değişikliği öncesindeki şekilde cumhurbaşkanının kişisel suçlarına ilişkin ayrı bir düzenlemeye yer verilmemiştir. 1924 Anayasası'ndan farklı olarak 1982 Anayasası'nda yapılan 2017 değişikliği sonrasında cumhurbaşkanı, ayırım olmaksızın işlediği tüm suçlardan sorumlu kılınmıştır. 1924 Anayasası ile cumhurbaşkanının kişisel iş ve eylemlerinden doğacak sorumluluğu anayasasının 17. maddesi uyarınca yasama dokunulmazlığının kaldırılması yoluyla işletilecektir. Oysa 1876, 1961 ve 1982 Anayasası'nda devlet başkanına yasama dokunulmazlığı verildiğine dair bir hüküm bulunmamaktadır. Görevine ilişkin iş ve eylemlerinden dolayı hukukî sorumluluğu bulunmayan cumhurbaşkanı, kişisel iş ve eylemlerinden her vatandaş gibi hukukî sorumluluğa sahiptir. Karşı-imza kuralı uyarınca cumhurbaşkanının göreve dair iş ve eylemlerinden doğan sorumluluk başbakan ve ilgili bakana aittir. Cumhurbaşkanı diğer Türk anayasalarında olduğu üzere siyasal anlamda da sorumsuzdur.

1961 Anayasası 1924 Anayasası'na benzer şekilde karşı-imza kuralını benimsemiştir (md. 98). Bu doğrultuda cumhurbaşkanı, görevine ilişkin iş ve eylemlerinde hukukî ve cezaî açıdan sorumsuzdur. Bunun istisnası 1961 Anayasasının 99. maddesinde belirtilen "vatana ihanet" suçu olup, cumhurbaşkanı vatana ihanet suçundan sorumludur. Karşı-imza kuralının bir sonucu olacak şekilde yine cumhurbaşkanı siyasî sorumsuzluğa sahiptir.

2007 yılında halk oylaması ile kabul edilen anayasa değişikliklerinde her ne kadar cumhurbaşkanının sorumluluğunu düzenleyen anayasanın 105. maddesinde herhangi bir düzenlemeye gidilmemişse de cumhurbaşkanının siyasî sorumluluğuna ilişkin farklı bir husus ortaya çıkmıştır. 1924, 1961 Anayasası ve 1982 Anayasasının 2007 değişiklikleri öncesinde yer almayan cumhurbaşkanının halk tarafından seçilmesi usulü cumhurbaşkanı teorik açıdan olmasa da teknik olarak ikinci döneminde (hesap verilebilirlik) halka karşı siyasî anlamda sorumlu hale getirmiştir. Nitekim cumhurbaşkanının ilk döneminde yaptığı faaliyetleri beğenmeyen halk seçimlerde cumhurbaşkanının seçmeyebilecektir. Teorik açıdan siyasî sorumsuzluğu değiştirmemekle beraber 2007 değişikliklerinin cumhurbaşkanının sorumluluğunda diğer anayasalardan farklı olarak yeni bir uygulamayı ortaya çıkarmıştır. Hukukî ve cezaî sorumluluğa ilişkin ise farklı bir düzenlemeye yer verilmemiştir.

1982 Anayasası'nın 2017 değişiklikleri öncesinde anayasanın 105. maddesi uyarınca cumhurbaşkanının yaptığı işlemlerden doğan sorumluluk (karşı-imza kuralı çerçevesinde) 1924 ve 1961 Anayasalarına benzer şekilde başbakan ve ilgili bakana aittir. Cumhurbaşkanı, görevine dair yapmış olduğu iş ve eylemlerinde hukukî ve cezaî manada sorumsuzdur. 1924 ve 1961 Anayasalarına benzer şekilde 1982 Anayasası'nın 105. maddesinin devamında belirtilen "vatana ihanet" suçu cezaî sorumsuzluğun dışındadır. Dolayısıyla cumhurbaşkanının istisna olarak vatana ihanet suçundan dolayı cezaî sorumluluğu bulunmaktadır. Cumhurbaşkanının kişisel iş ve eylemlerinden doğan hukukî sorumluluğu 1924 ve 1961 Anayasalarına benzer şekilde tamdır.

1982 Anayasası'nda yapılan 2017 değişiklikleriyle benimsenen Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi'nde cumhurbaşkanı, hukukî ve cezaî açıdan sorumludur. Kişisel suçlarındaki cezaî sorumluluğu 1924 Anayasasına benzer şekilde anayasada düzenlenmiştir. 1876 Anayasası'nda herhangi bir şekilde hukukî ve cezaî sorumluluğu bulunmayan padişahın yerini hukukî ve cezaî açıdan tam sorumlu cumhurbaşkanı almıştır. Yine 1924, 1961 Anayasaları ve 1982 Anayasası'nın ilk döneminde göreve ilişkin hukukî iş ve eylemlerinde sorumsuz; göreve ilişkin iş ve eylemlerinde (vatana ihanet suçu hariç) işlemiş olduğu suçlardan dolayı sorumsuz olan cumhurbaşkanının yerini görev ve kişisel iş ve eylem ayırımı bulunmaksızın hukukî ve cezaî açıdan sorumlu cumhurbaşkanı almıştır.

2007 değişikliklerinde olduğu gibi 2017 değişiklikleri sonrasında da cumhurbaşkanının ikinci döneme yönelik siyasî sorumluluğunun teknik anlamda var olduğu kabul edilmektedir. Bununla beraber Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi'nde TBMM'nin (meclisi de feshetmek suretiyle) cumhurbaşkanlığı

seçimlerini de yenileme (fesih) yetkisi de teorik olmasa da teknik açıdan yine siyasî sorumluluk olarak değerlendirilebilmektedir. 1876, 1924, 1961 Anayasaları ve 1982 Anayasası'nın ilk döneminde devlet başkanının meclis tarafından görevden alınması mümkün değilken¹⁴ 2017 değişiklikleriyle birlikte bu husus mümkün hale getirilmiştir. Ancak yürütmenin monist yapısını oluşturan cumhurbaşkanının TBMM'ye karşı herhangi bir sorumluluğu bulunmaması sebebiyle teorik olarak siyasî sorumsuzluğu diğer anayasalarla benzer niteliktedir.

1982 Anayasası'nda yapılan 2017 değişiklikleriyle benimsenen Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi'nde yürütmenin aslı ve monist kanadı olan cumhurbaşkanının geniş yetkilerine karşılık sorumlu olması, yetki ve sorumlulukta paralellik ilkesi uyarınca değerlendirildiğinde ölçülüdür. Değişiklik öncesinde benimsenen parlamenter sistemin özüne aykırı olarak olağanüstü yetkili ancak sorumsuz cumhurbaşkanlığının yapısı yürütmede yaşanan siyasî istikrarsızlıkların temel sebeplerinden biri olarak gösterilmiştir. Parlamenter sistemde temsil makamında olup tarafsız olması gereken cumhurbaşkanının yürütmede icraî role sahip olması, siyasî sorumluluğa sahip olan başbakan ve bakanlar kuruluyla birçok konuda ihtilaf yaşamasına sebep olmuştur. Yaşanan bu ihtilaflar, birçok siyasî, ekonomik krizinin yaşanmasına zemin hazırlamıştır. 2017 değişiklikleriyle getirilen sistemde yetkilerine karşılık sorumlu bir cumhurbaşkanının olması (her ne kadar sorumluluk mekanizmalarının işletilmesi zor koşullara bağlansa da) yetki ve sorumlulukta paralellik ilkesi açısından olumlu bir düzenleme olarak değerlendirilebilir.

5. Sonuç

Benimsenen hükümet sistemine göre değişiklik arz eden devlet başkanının sorumluluğu Osmanlı-Türk anayasalarında farklı şekillerde tezahür etmiştir. Anayasal anlamda iktidarın sınırlandırılması düşüncesinin ilk iz düşümü 1876 tarihli Kanun-i Esasî'de görülmüştür. Bununla birlikte iktidarın sınırlandırılmasına dönük düşüncelerin yerini zamanla yürütmenin güçlendirilmesine dönük değişiklikler almış ve bu değişiklikler paralelinde de yürütmenin iki organından biri olan devlet başkanının yetki ve sorumlulukları değişiklik göstermiş; devlet başkanının sorumluluğu da kabul edilen anayasalarda farklı şekillerde tezahür etmiştir.

Mutlak monarşi ile yönetilen Osmanlı Devleti'nde kabul edilen 1876 Kanun-i Esasî'de padişah, hukukî, cezaî ve siyasî açıdan mutlak sorumsuz olup bu sorumsuzluğu 1909 değişikliklerinde de korunmuştur. 1921 Anayasası'nda ise benimsenen meclis hükümeti sisteminin bir sonucu olarak devlet başkanlığı makamı öngörülmemiş, yürütme organının şeklen temsilcisi olan BMM başkanı meclise karşı sorumlu kılınmıştır. 1924 Anayasası ile benimsenen "Kuvvetler birliği, görevler ayrılığı sistemi"nde cumhurbaşkanı, yürütmenin sembolik kanadını oluşturması hasebiyle hukukî açıdan göreve ilişkin işlemlerinde sorumsuz, kişisel işlemlerinde sorumlu; cezaî açıdan "vatana ihanet" suçu hariç göreve ilişkin işlediği suçlarda sorumsuz, kişisel suçlarında sorumlu; siyasî açıdan ise sorumsuz kılınmıştır. Ancak 1924 Anayasası'nın uygulandığı tek parti iktidarı döneminde egemen olan şeflik sisteminin bir sonucu olarak cumhurbaşkanının sorumluluğu sadece teoride kalmıştır. Nitekim bu dönemde cumhurbaşkanının sorumluluğunu doğuracak şekilde bir suçlandırma mekanizmasının işletilmesi mümkün değildir.

1961 Anayasası'nda kabul edilen parlamenter sistemde cumhurbaşkanı sembolik yetkilerine karşılık sorumsuz kılınmıştır. Göreve dair yaptığı iş ve eylemlerde cezaî ve hukukî açıdan sorumsuz olan cumhurbaşkanı sadece "vatana ihanet" suçlamasıyla suçlandırılabilir. Kişisel iş ve eylemleri açısından hukukî ve cezaî açıdan sorumlu olan cumhurbaşkanı karşı-imza kuralının bir sonucu olarak siyasî açıdan sorumsuzdur.

Üç dönem içinde incelenmesi gereken 1982 Anayasası dönemi (2007 değişiklikleri öncesi dönem, 2007 değişiklikleri sonrası dönem ve 2017 değişiklikleri sonrası dönem) parlamenter sistemin benimsendiği ancak zaman içerisinde yürütmenin etkinliğinin arttığı ve sonucunda Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi'ne giden bir süreci yansıtmaktadır. 1982 Anayasası'nın ilk döneminde cumhurbaşkanının sorumluluğu parlamenter sistemin yapısına uygun olarak bulunmamaktadır. Bu yönüyle 1961 Anayasası'nın kısmî değişiklikler (cumhurbaşkanının kişisel suçlarından sorumlu olduğunun anayasada yer alması)

¹⁴ Değişiklik öncesinde Türkiye'de benimsenen sistemlerde (1876 Anayasası'nda yapılan 1909 değişiklikleri sonrası, 1924, 1961 Anayasaları ve 1982 Anayasası'nın ilk döneminde) siyasî sorumluluk başbakan ve bakanlar kuruluna ait olup, benimsenen sistemlerin (özellikle parlamenter sistemin) niteliği gereği devlet başkanı siyasî anlamda sorumsuz kılınmıştır.

haricinde 1924 Anayasası'na benzer niteliktedir. Ancak burada üzerinde durulması gereken husus 1982 Anayasası'nın ilk döneminde parlamenter sistemin ruhuna aykırı olacak şekilde cumhurbaşkanına tanınan yetkililerdir. Yetki ve sorumlulukta paralellik ilkesi ile çelişmesi sebebiyle birçok dönemde cumhurbaşkanının etki vesayetiyle karşılaşmış, sistem "vesayetçi parlamentarizm" olarak nitelendirilmiştir. Parlamenter sistemin paradoksu olan bu düzenlemeler cumhurbaşkanını (genel anlamda sorumsuz olmasına karşılık) yürütmenin etkin ve icraî bir organı haline getirmiştir. Kısmen parlamenter sistemden uzaklaşarak yarı başkanlık sistemine geçilen 2007 değişiklikleriyle birlikte cumhurbaşkanının halk tarafından doğrudan seçilmesine yönelik düzenlemenin bir sonucu olarak, teorik olarak olmasa da teknik olarak cumhurbaşkanının halka karşı siyasî sorumluluğu doğmuştur. Yürütmedeki geniş yetkilerinin korunması ve doğrudan halk tarafından seçilmesiyle birlikte meşrûyetini doğrudan halktan alan cumhurbaşkanı sistem içerisindeki etkinliğini perçinlemiştir.

2017 değişiklikleriyle birlikte ise benimsenen sistemde yürütmenin aslî ve icraî unsuru haline gelen cumhurbaşkanının sorumluluğu yetkilerinin genişliğine karşılık artırılmıştır. 1924, 1961 ve 1982 Anayasası'nın ilk ve ikinci dönemlerinde genel anlamda sorumsuz olan cumhurbaşkanı yerini yetki ve sorumlulukta paralellik ilkesi paralelinde sorumlu bir cumhurbaşkanına bırakmıştır. Bahse konu anayasalardan farklı olarak cumhurbaşkanı yerine getirdiği hukukî ve cezaî sorumluluğa konu iş ve eylemlerinden sorumlu kılınmıştır. Dolayısıyla görev ve kişisel suç ayırımı ortadan kalkmıştır.

Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi'nde cumhurbaşkanının cezaî sorumluluğuna ilişkin en önemli eleştiri konularından birisi görev ya da kişisel suç ayırımı olmaksızın cumhurbaşkanının işlediği tüm suçlarda TBMM'nin açacağı soruşturma usulünün (meclis soruşturması/suçlandırma) öngörülmesi ve işlediği tüm suçların Yüce Divan sıfatıyla Anayasa Mahkemesi'nce yargılanmasıdır. Bu noktada parlamenter sistemdeki yasama dokunulmazlığı uygulamasının (cumhurbaşkanı yardımcıları ve bakanlarda olduğu üzere) korunması ve Anayasa Mahkemesi yerine genel mahkemelerin yetkili kılınmasına dönük bir düzenleme daha yerinde olacaktır. Aksi takdirde cumhurbaşkanı hakkında genişletilen ve hukuk devleti ilkesine daha yakın bir düzenleme getirilen cezaî sorumluluk müessesesi işlevsiz kalacak, cumhurbaşkanı oldukça güçlü bir korumayla iş ve eylemlerinde denetimsiz kalacaktır. Bilakis cumhurbaşkanının suçlandırılma usulü de (TBMM'de cumhurbaşkanının suçlandırılması için istenilen çoğunluk oyunun yüksek oranda olması sebebiyle) zor şartlara bağlanmıştır.

Genel anlamda bir değerlendirme yapıldığında karşımıza çıkan sonuç Osmanlı-Türk anayasalarında yasamanın güçlendirilmesi için yapılan düzenlemelerin yerini zaman içerisinde yürütmenin güçlendirilmesine ilişkin değişikliklerin aldığını söylemek mümkündür. Yürütmenin güçlendirilmesiyle birlikte devlet başkanının sorumsuz ancak icraî yetkilere sahip olduğu dönemlerde ülkede siyasî istikrarın işleyişinde sorunlarla karşılaştığı sonucu ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda karşımıza çıkan olgu, devlet başkanının yetkilerinin genişliğine göre sorumluluğun da sınırlarının genişletilmesi gerektiğidir. Özellikle 1982 Anayasası'nın 2017 değişikliklerine kadar olan sürecinde olağanüstü yetkili ancak sorumsuz cumhurbaşkanı döneminde kabineyle cumhurbaşkanı arasında yaşanan krizler bunun en belirgin örneğidir.

Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi'nde cumhurbaşkanı, hukuk devletine uygun bir şekilde yetkilerine karşı sorumlu kılınmış ancak suçlandırma usulünün zor şartlara bağlanması sebebiyle cezaî sorumluluk mekanizması sadece teoride kalmıştır. Çalışmamızın kısıtı için detayına girilmeyen bu mekanizmada "cumhurbaşkanını işlediği bir suçtan dolayı suçlandırmak için aranan meclis çoğunluğu, kişisel suçlarında genel mahkemelerin yetkili kılınmaması, kişisel suçlarında da meclis soruşturması usulünün benimsenmesi, kişisel suç ayırımı olmaksızın yargılama yerinin Anayasa Mahkemesi şeklinde belirlenmesi"ne yönelik düzenlemeler eleştiriye açıktır. Bu düzenlemelerin ideal hukuka daha uygun hale getirilmesi için doktrine katkı sağlayacak akademik nitelikte çalışmaların yapılması çalışmamızın önerilerine ilişkin bir çıkarımdır.

6. Extended Abstract

The system of governance, delineating the distribution of power among legislative, executive, and judicial branches and their interrelations, serves as a gauge of a state's governance philosophy. The qualifications required for the office of the head of state, situated within the executive branch of governmental systems, hold significant importance for the stability and efficacy of contemporary democracies. Indeed, the effectiveness of the executive branch, aligned with the authority vested in the

head of state, constitutes the focal point of state power and political advancement. The delineation of responsibilities associated with the head of state's powers defines the boundaries of executive authority. Consequently, the constraints on the powers delegated to heads of state and the definition of corresponding responsibilities have been shaped by distinct norms within Ottoman-Turkish constitutional frameworks.

The development of Ottoman-Turkish constitutional principles commenced with the Sened-i Alliance of 1808. Subsequent to the Sened-i Alliance, recognized as the inaugural constitutional instrument restraining the powers of the reigning sultan, the powers and duties of the head of state were constitutionally codified through the Kanun-i Esasî enacted in 1876. Despite the continuation of monarchical rule in practice, the authority of the sultan was circumscribed by the 1909 amendments to the 1876 Constitution. Nonetheless, despite the limitation on the sultan's powers, no political, legal, or criminal accountability was imposed on the sultan. Following the 1921 Constitution, which did not outline the position of the head of state and adopted a parliamentary system of governance, the 1924 Constitution, proclaimed with the establishment of the republic, delineated the responsibility of the head of state for the first time within Ottoman-Turkish constitutional history.

The constitutions ratified in Turkey subsequent to the proclamation of the republic generally stipulated an unaccountable presidency. In the 1924 and 1961 Constitutions, the president was legally accountable for personal acts and deeds but not for the office itself; criminally liable for personal offenses but not for office-related crimes (excluding treason); and politically immune. With the 2017 amendments to the 1982 Constitution, the president became legally and criminally accountable (without differentiation between official duties and personal acts), yet remained politically immune. Through the lens of the principle of parity between authority and responsibility, the 2017 amendments to the 1982 Constitution rendered the president liable for his powers. A comparative analysis reveals an augmentation in the president's accountability through the latest constitutional amendments, reflecting the cumulative evolution from the adoption of Ottoman-Turkish Constitutions to the present.

This research stands out for its examination of the demarcation of the head of state's limits, pivotal in ensuring desired factors such as stability and efficiency in contemporary democracies. Employing a comparative perspective, the Ottoman-Turkish Constitutions were scrutinized, offering insights into the evolution of the head of state's responsibility throughout history. Another notable aspect of the study lies in its impartial interpretations based on empirical findings rather than political biases, fostering a scientific approach. The critiques and recommendations presented in the conclusion are poised to enrich constitutional literature.

The study's objective is to elucidate the bounds of the head of state's responsibility within relevant constitutions through an exhaustive analysis of the Ottoman-Turkish Constitutions. This endeavor aims to offer a fresh perspective for future constitutional reforms. Moreover, by tracing the historical evolution of determining the head of state's responsibilities in Ottoman-Turkish Constitutions, it seeks to elucidate the transformations brought forth by contemporary circumstances. Addressing the head of state's responsibility in the Presidential Government System, introduced by the 2017 amendments and hailed as a distinctive system, underscores the study's originality and significance, while providing foundational data to rectify existing deficiencies within the system.

This study adopts a holistic approach to examine the head of state's responsibility within accepted governmental systems. Utilizing qualitative research techniques through an inductive method, it first elucidates the concept of responsibility before delving into discussions on political, criminal, and civil accountability. Subsequently, the head of state's responsibility is scrutinized through textual analysis within the framework of established constitutional norms. Recommendations are proposed based on the conclusions drawn from the findings. Overall, the study is poised to contribute to legal scholarship by aligning regulations within Ottoman-Turkish Constitutions more closely with the ideal law.

Keywords: The Responsibility of the Head of State, Turkish Constitutions, Government Systems.

Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı / Contribution of Authors

Yazarların çalışmadaki katkı oranları Muhammet Esat BOLAT %50/ Mehmet HATİPOĞLU %50 şeklindedir.
The authors' contribution rates in the study are Esat BOLAT %50/ Mehmet HATİPOĞLU %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.


Kaynakça

- Akın, F. (2006). 1924 Anayasasının Modernleşme Açısından Anlamı. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*(3), s. 1-12.
- Akyılmaz, G. (1999). Osmanlı Devleti'nde Egemenlik Kavramının Gelişimi. *Selçuk Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 7(1-2), s. 129-159.
- Akyol, T. (2012). *Atatürk'ün İhtilal Hukuku*. Doğan Kitap Yayınları.
- Aldıkaçtı, O. (1987). *Anayasa Hukukumuzun Gelişmesi ve 1961 Anayasası*. İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi Yayınları.
- Aliefendioğlu, Y. (2011). 1982 Anayasasında Cumhurbaşkanının Yürütme İçerisindeki Yeri, Seçimi ve Sorumsuzluğu, Yasama Dokunulmazlığı. *Türkiye Barolar Birliği Dergisi*(94), s. 329-358.
- Alkan, H. (2013). *Karşılaştırmalı Siyaset: Başkanlık ve Parlamenter Sistemler Işığında Yarı Başkanlık Modelleri*. Açılım Kitap Yayınları.
- Anayasa Mahkemesi, 1. (1976). *T.C. Anayasa Mahkemesi Kararlar Bilgi Bankası*. Anayasa Mahkemesi: <https://normkararlarbilgibankasi.anayasa.gov.tr/Dosyalar/Kararlar/KararPDF/1976-15-nrm.pdf> adresinden alındı
- Armağan, S. (1973). Bakanlar Kurulunun Çalışma Usullerine Dair Bazı Düşünceler. *İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi Mecmuası* 50. Yıl Özel Sayısı, 38(1-4).
- Armağan, S. (1979). *Türk Esas Teşkilat Hukuku*. İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi Yayınları.
- Aslan, Y. (2010). I. Dönem TBMM'de İcra Vekilleri Heyeti Riyaseti (Hükümet Başkanlığı)'nın Statüsü ve TBMM Reisi'nin İcra İle İlgili Yetki ve Sorumluluğu. *Atatürk Dergisi*, 3(1), s. 61-66.
- Atar, Y. (2008). Karşılaştırmalı ve Notlu Türkiye Cumhuriyeti Anayasası ve Önceki Anayasalar. *Mimosa Yayınları*.
- Aybudak, U. (2017). Modern Devlet Bağlamında Ortaya Çıkan Egemenlik Kavramı ve Egemenliğin Dönüşümü. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(54), 226-237.
- Aydın, M. A. (2001). *Kânûn-i Esâsî*. İslam Ansiklopedisi: <https://islamansiklopedisi.org.tr/kanun-i-esasi> adresinden alındı
- Aykanat, T. (2019). *Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sisteminde Cumhurbaşkanının Sorumluluğu*. Adalet Yayınları
- Barın, T. (2017). Farklı Coğrafya ve Sistemlerde Anayasa Yargısının Doğuşu. *Uyuşmazlık Mahkemesi Dergisi*(10), s. 157-187.
- Bilge, N. (1956). *Bakanların Görev ve Sorumlulukları (Anayasanın 47. Maddesi Üzerine Mukayeseli Bir İnceleme)*. Yeni Desen Matbaası.
- Bolat, M. E., & Hatipoğlu, M. (2021). Vesayetçi Parlamentarizmden Yarı Başkanlık Sistemine: Yetki Ve Sorumlulukta Paralellik İlkesi Açısından Bir Değerlendirme. *Süleyman Demirel Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 2(11), s. 319-359.
- Bradley, A., & Ewing, K. (1993). *Constitutional and Administrative Law*. Pearson Education Limited.
- Caner, Z. (2013). Parlamenter Sistem İle Başkanlık Sisteminin Analizi ve Başkanlık Sisteminin Türkiye'de Uygulanabilirliği. *Selçuk Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi (30. Yıl Armağanı)*, 21(1), s. 183-206.
- Çakmaz, E. (2018). Güncel Anayasal Gelişmeler Bağlamında Türkiye'de Cumhurbaşkanı'nın Tarafsızlığı. Kocaeli: Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Çınar, M. F. (2017). Türkiye'nin Anayasal Demokrasi Yolu ve Kuvvetler Ayrılığı İlkesinin Serencamı. *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi*(64), s. 586-607.
- Demirhan, Y., & Adıgüzel, Ö. (2016). Türkiye'de Hükümet Sistemi Arayışlarına Halkın Bakışı: Diyarbakır Örneği. *Dicle Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1(11), s. 177-212.
- Doğan, İ. (2017). Türk Tipi Başkanlık Modeli Bağlamında 2017 Anayasa Değişikliğinin İrdelenmesi. İ. Doğan, & S. Ünver içinde, *Dört Katada Başkanlık Sistemi (Ülke Örnekleriyle Hukukun Üstünlüğü, İnsan Hakları ve Demokrasi)* (s. 16-45). Astana Yayınları.
- Dönmezer, S., & Erman, S. (2016). *Nazarî ve Tatbikî Ceza Hukuku, Giriş - Tarihçe - Kaynaklar - TCK'nın Uygulanması*. Der Yayınları.
- Duff, A. (2007). *Answering For Crime, Responsibility and Liability in the Criminal Law*. Hart Publishing.
- Duverger, M. (1992). A New Political System Model: Semi-Presidential Government. A. Lijphart içinde, *Parliamentary Versus Presidential Government* (s. 165-187).

- Dülger, R. İ. (2017). Parlamenter Sistemde Devlet Başkanının Cezaî Mesuliyeti. *Basılmamış Doktora Tezi*. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Erdoğan, M. (1987). 1982 Anayasasına Göre Cumhurbaşkanının Hukuki Durumu. *Basılmamış Doktora Tezi*. Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Erdoğan, M. (2016). *Türkiye’de Anayasalar ve Siyaset*. Hukuk Yayınları.
- Eren, F. (2014). *6098 Sayılı Türk Borçlar Kanununa Göre Hazırlanmış Borçlar Hukuku Genel Hükümler*. Yetkin Yayınları.
- Eroğul, C. (2008). 1908 Devrimi’ni İzleyen Anayasa Değişiklikleri. *1908-2008 Jön Türk Devrimi’nin 100. Yılı Uluslararası Kongresi*. Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi.
- Eroğul, C. (2012). *Çağdaş Devlet Düzenleri İngiltere, Amerika, Fransa, Almanya*. İmaj Yayıncılık.
- Gönenç, L. (2007). Hükümet Sistemi Tartışmalarında “Başkanlı Parlamenter Sistem” Seçeneği. *Güncel Hukuk Dergisi*(44), 8-44.
- Göze, A. (2020). *Siyasal Düşünceler ve Yönetimler*. Beta Basım Yayın Dağıtım.
- Gözler, K. (2013). *Hukukun Temel Kavramları*. Ekin Basım Yayın Dağıtım.
- Gözler, K. (2016). *Devlet Başkanları*. Ekin Basım Yayın Dağıtım.
- Gözler, K. (2019). *Türk Anayasa Hukuku*. Ekin Basım Yayın Dağıtım .
- Gül, A. (2017). Millet’in Özne Olduğu Sistem: Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi. *Yeni Türkiye Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi Özel Sayısı*(94), s. 129-159.
- Gül, C., & Karagöz, K. (2007). Çağdaş Siyasal Rejimlerde Etkin Yürütme Olgusu. *Gazi Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 11(1-2), 711-752.
- İpek, H. (2017). Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi. *Yeni Türkiye Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi Özel Sayısı*(94), s. 235-250.
- İslam, N. L. (1966). *Türkiye’de Gensoru ve Meclis Tabkikatı*. Kardeş Matbaası.
- Kanuni Esaside Yapılan Değişiklikler, 7 Zilbice 1293 Tarihli Kanunu Esasinin Bazı Mevaddi Muaddelesine Dair Kanun*. (tarih yok).
- Karatepe, Ş. (2013). Hükümet Sistemleri ve Türkiye. *Yeni Türkiye Başkanlık Sistemi Özel Sayısı*(51), s. 223-235.
- Karatepe, Ş., Alkan, H., Atar, Y., Bingöl, Y., & Durgun, G. B. (2017). Sorularla Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi. *Yeni Türkiye Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi Özel Sayısı, Sayı: 94, Mart-Nisan 2017, ss.*(94), s. 209-234.
- Keskinsoy, Ö. (2013). *1982 Anayasasına Göre Cumhurbaşkanının Statüsü ve Sorumluluğu*. Savaş Yayınevi.
- Kırılmaz, H., & Kırılmaz, S. K. (2014). Erken Cumhuriyet Dönemi Türk Kamu Yönetimi: Anayasal Sistem, Yönetim Yapısı, Bürokrasi ve Reform Uygulamaları. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*(40), s. 25-44.
- Kırışık, F., & Öztürk, K. (2020). Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemiyle Kamu Yönetiminin Geliştirilmesi. *Adalet Dergisi*, s. 167-200.
- Korucu, S. (2017). Cumhurbaşkanlığı Sisteminde Cumhurbaşkanının Siyasî, Hukukî ve Cezaî Sorumluluğu. *Yeni Türkiye Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi Özel Sayısı*(94), s. 555-560.
- Kubalı, H. N. (1971). *Anayasa Hukuku Dersleri - Genel Esaslar ve Siyasi Rejimler*. İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi Yayınları.
- Kuzu, B. (1988). Parlamenter Rejimde Cumhurbaşkanının Konumu ve 1961-1982 Anayasalarında Durum. *İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi Mecmuası*, 53(1-4).
- Mahkemesi, A. (1979). T.C. *Anayasa Mahkemesi Kararlar Bilgi Bankası*. Anayasa Mahkemesi: <https://normkararlarbilgibankasi.anayasa.gov.tr/Dosyalar/Kararlar/KararPDF/1979-45-nrm.pdf> adresinden alındı
- Miş, N., & Duran, B. (2017). *Türkiye’de Siyasal Sistemin Dönüşümü ve Cumhurbaşkanlığı Sistemi*. SETA Kitapları.
- Okandan, R. G. (1968). *Umumi Amme Hukuku*. İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi Yayını.
- Onar, E. (2003). *Kanunların Anayasaya Uygunluğunun Siyasal ve Yargısal Denetimi ve Yargısal Denetim Altında Ülkemizde Öncüler*. Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Yayınları.

- Ortak, Ş. (2022). *İcra Vekilleri Heyeti*. Atatürk Ansiklopedisi: <https://ataturkansiklopedisi.gov.tr/bilgi/icra-vekilleri-heyeti/> adresinden alındı
- Özbudun, E. (2019). *Türk Anayasa Hukuku*. Yetkin Yayınları.
- Özçelik, S. A. (1982). *Esas Teşkilat Hukuku Dersleri Umumi Esaslar*. İstanbul Üniversitesi Yayınları.
- Paçacı, İ. (2018). Türkiye’de Kurucu Anayasa Mühendisliği (Anayasanın Yabancılaş(Tırıl)Arak - Araçsallaş(Tırıl)Ması ve “Darbe Anayasası” Kimliği Kazan(Dırıl)Ması). *Sosyal Bilimler Dergisi*(31), s. 93-120.
- Parla, T. (2016). *Türkiye’de Anayasalar Tarih, İdeoloji, Rejim, 1921-2016*. Metis Yayınları.
- Sakin, S. (2014). *Türk Ceza Hukuku Genel Hükümler*. Savaş Yayınevi.
- Soysal, M., & Sağlam, F. (1983). *Türkiye’de Anayasalar*. İletişim Yayınları.
- Spiro, H. J. (1969). *Responsibility in Government: Theory and Practice*. Van Nostrand Reinhold Company.
- Şahin, A. O. (1999). *Başbakanların ve Bakanların Görevleriyle İlgili Cezaî Sorumlulukları*. Palme Yayıncılık.
- Tanör, B. (2019). *İki Anayasa 1961-1982*. On İki Levha Yayıncılık.
- Tanör, B. (2019). *Osmanlı-Türk Anayasal Gelişmeleri*. Yapı Kredi Yayınları.
- Tanör, B., & Yüzbaşıoğlu, N. (2002). *1982 Anayasasına Göre Türk Anayasa Hukuku*. Yapı Kredi Yayınları.
- Teziç, E. (2019). *Anayasa Hukuku*. Beta Basım Yayım Dağıtım.
- Tunaya, T. Z. (2010). *Türkiye'nin Siyasi Hayatında Batılılaşma Hareketleri*. İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Turan, H., & Korkmaz, T. (2019). Arend Lijphart’ın Kriterleri Bağlamında Türkiye’de Demokrasi. *Akademik Hassasiyetler*, 6(11), s. 1-29.
- Uzun, A. (2008). 1982 Anayasasında Cumhurbaşkanının Sorumsuzluk Halleri. *Mevzuat Dergisi*(125). *Mevzuat Dergisi*: <https://www.mevzuatdergisi.com/2008/05a/01.htm> adresinden alındı
- Yamaç, M. (2014). İlk Anayasa (1876 Kanun-i Esasîsi). *Balkan Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(5), s. 54-68.
- Yasan, A. (2017). Neden Evet? Devlet ve Anayasa. *Yeni Türkiye Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi Özel Sayısı*(94), s. 183-209.
- Yaşar, Y., & Kırt, E. (2006). *Cumhurbaşkanının Siyasî ve Hukukî Sorumluluğu*. Radikal Gazetesi. adresinden alındı
- Yavuz, B., & Bülbül, M. (2012). Çift Meclis Sistemi ve Türkiye. *Gazi Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 16(1), s. 217-260.
- Yazıcı, S. (2012). *Demokratikleşme Sürecinde Türkiye*. İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Yıldırım, R. (2012). *İdare Hukuku Dersleri*. Mimosza Yayınları.
- Yıldız, A. (2012). *Türk Parlamento Tarihi TBMM, XXII. Dönem (2002-2007 Yasama Faaliyetleri*. TBMM Kültür, Sanat ve Yayın Kurulu Yayınları.
- Yılmaz, E. (2011). *(Öğrenciler İçin) Hukuk Sözlüğü*. Yetkin Yayınları.
- Yücel, B. (2016). Devlet Başkanı Sorumsuzluğunun Hükümet Sistemine Yansımaları ve Türkiye Uygulaması. *Anadolu Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi Prof. Dr. Aker Öcal Armağanı*, 2(3), s. 123-134.
- Yüzbaşıoğlu, N. (2008). *Anayasa Hukuku El Kitabı*. Beta Basım Yayım Dağıtım.

Siyasal İletişim Faaliyetlerinde Söylem: X Üzerine Bir Araştırma

Mehmet Fatih KARACA* 

Pakize KAZANCI** 

Güler UZUN*** 

ÖZ

Bu çalışmada, 2023 Cumhurbaşkanlığı seçiminin her iki turunda yarışan Recep Tayyip Erdoğan ve Kemal Kılıçdaroğlu'nun kişisel X sosyal medya hesaplarından yaptıkları 860 tweet tematik analiz yöntemiyle analiz edilmiştir. 1 ve 2.turda Recep Tayyip Erdoğan'ın sosyal medyayı daha aktif kullandığı, adayların pozitif söylemlerinin ve bilgilendirici türden paylaşımlarının daha fazla olduğu, ileti duygusunun adaya ve seçim turuna göre farklılaştığı, adaylar tarafından en çok seçmenlere yönelik mesajlar paylaşıldığı, 1.turda farklı ve çok sayıda kitleye hitaben paylaşımlar yapılırken 2.turda daha az sayıda kitleye yönelik paylaşımlar yapıldığı, 1.turda ülke ve gündemine yönelik paylaşımların olduğu fakat 2.turda neredeyse tamamen seçim gündemi ve seçim faaliyetlerine odaklanıldığı belirlenmiştir. Benzerlikler olsa da söylem dili, iletinin duygusu, hedef kitlesi ve konusu temalarına ilişkin paylaşım oranlarının adaylara, seçimin 1 ve 2.tur olmasına göre genellikle farklılaştığı, adayların 1 ve 2.tur paylaşımlarında temalarda yer alan farklı unsurları öncelediği, ayrıca adayların seçmenlerin psikopolitik durumlarına uygun mesajları paylaşmayı tercih ettikleri, paylaşımlarında farklı konuları öne çıkararak vurguladıkları, mesajlarında farklı duyguları kullandıkları, böylece seçmen duygularını ve seçmenlerin harekete geçirilmesini amaçladıkları görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Cumhurbaşkanlığı Seçimi, Sosyal Medya, X, Siyasal İletişim, Tematik Analiz.

Discourse in Political Communication Events: A Research on X

ABSTRACT

In this study, 860 tweets from the personal X social media accounts of candidates for president, Recep Tayyip Erdoğan and Kemal Kılıçdaroğlu, who both participated in both rounds of the 2023 election. It was seen that Recep Tayyip Erdoğan used social media more actively in the 1st and 2nd rounds, the candidates posted more positive and informative discourses, the message sentiment varied depending on the candidate and election round, and the candidates shared messages primarily directed at voters. In the 1st round, posts were created for a wide range of audiences, whereas in the 2nd round, posts were found to be created for a more limited audience. Furthermore, it was found that while posts about the country's agenda were prevalent in the 1st round, the 2nd round's focus was mainly on the election's agenda and activities. Despite similarities, the sharing rates in terms of the themes of discourse language, emotion of the message, target audience and subject generally differed depending on the candidates, whether the election was in the 1st or 2nd round, the candidates prioritized different elements in the themes in the 1st and 2nd round posts, and also, they were in line with the psychopolitical states of the voters. It has been observed that they preferred to share messages, highlighted different issues in their posts, used various emotions in their messages, thus aiming to uplifting voters their emotions.

Keywords: Presidential Election, Social Media, X, Political Communication, Thematic Analysis.

1. Giriş

Teknolojik yenilikler iletişim araç ve ortamlarını her geçen gün daha etkileşimli hale getirirken kullanıcılara da bu araç ve ortamlarda giderek daha etkin olma fırsatı verir. Söz konusu gelişmeler iletişime dair geniş bir alanı etkilemekle birlikte siyasetin ve propagandanın niteliğinde hatırı sayılır bir değişim yaratır. Siyasiler seçmenlerin düşünce ve davranışlarını etkilemek için çeşitli propaganda faaliyetleri

* **Corresponding Author/Sorumlu Yazar,** Dr. Öğr. Üyesi/Asst. Prof., Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Tokat, Türkiye/ Tokat Gaziosmanpaşa University, Tokat, Türkiye, mehmetfatih.karaca@gop.edu.tr

** Dr. Öğr. Üyesi/Asst. Prof., Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Tokat, Türkiye/ Tokat Gaziosmanpaşa University, Tokat, Türkiye, pakize.kazanci@gop.edu.tr

*** Öğr. Gör./Lect., Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Tokat, Türkiye/ Tokat Gaziosmanpaşa University, Tokat, Türkiye, guler.uzun@gop.edu.tr

Makale Gönderim ve Kabul Tarihleri/Article Submission and Acceptance Dates: 17.04.2024-04.06.2024

Citation/Atf: Karaca, M. F., Kazancı, P., Uzun, G. (2024). Siyasal iletişim faaliyetlerinde söylem: x üzerine bir araştırma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 54, 252-284. <https://doi.org/10.52642/susbed.1468939>

This work is licensed under Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License



gerçekleştirirler. Siyasal propaganda, etki alanını çağın şartlarına uygun bir şekilde artırırken siyasiler seçmenle farklı mecralarda buluşmak ve seslerini duyurmak için yoğun çaba sarf ederler.

Sosyal medya bu çabayı kendine has özellikleriyle bir hayli kolaylaştırır. Gündelik hayatın merkezine oturan sosyal medya, seçmenlerin tutum ve davranışlarının değiştirilmesine yönelik çalışmalarda etkili bir araç olarak kullanılır. Bunun bir sonucu olarak sosyal ağların siyasiler tarafından propaganda amacıyla yoğun bir şekilde tercih edilmeye başlandığı söylenebilir.

Sosyal medya, kullanıcılarına üretici olma fırsatı verirken zaman ve mekâna gerek duymaksızın çift yönlü iletişim imkânı da tanır. Web 2.0'ın kullanıcılarına sunduğu etkileşimli yapısı sayesinde sosyal ağlarda siyasal iletişim daha etkin kullanılabilir.

Parti imajını ve itibarını güçlendirmek, seçmene çeşitli vaatlerde bulunmak, herhangi bir olayı ya da rakiplerini eleştirmek, halkı, seçmeni bilgilendirmek vb. mesaj içeren iletiler için sosyal ağlar uygun bir platformdur. Bu iletiler sosyal ağlarda kolayca hedef kitlesini bulur ve mesajların geri dönütlerini hızlıca almak mümkün olur. Ancak; siyasi partilerin sayıca artması, nüfusun giderek çoğalması, bilgiye ulaşmanın kolaylaşması, seçmenin daha bilgili ve talepkâr olması ile iletilerin içerikleri ve seçmene hissettirdikleri, üzerinde önemle durulması gereken konular arasında yer alır. Yüz yüze iletişimin avantajlarını kullanmanın her zaman mümkün olmadığı göz önünde bulundurulduğunda iletilecek mesajların önemi daha iyi anlaşılabilir. Bu sebeple seçmenlere kendilerini ispat etmek için siyasi arenadaki partiler ve siyasilerin iletiler üzerinde daha fazla düşünmek durumunda oldukları göz ardı edilmemelidir.

Teknolojinin bir getirisi olarak mesaj iletme fiilinin kendisi önemini yitirirken; mesajın hedef kitlede nasıl karşılık bulduğu değer kazanmıştır. Geçmişte kişi ya da kurumları başarıya götüren “işini doğru yapmak” mottosu post modern toplumlarda “doğru işi yapmak” olarak dönüşmüştür. Bu durumu siyasal iletişim bağlamında yorumlayacak olursak; geniş kitleler için hazırlanmış mesajların bireysel olarak algılanması, seçmene kendini özel hissettirmesi rekabet açısından oldukça faydalı olabilir. Ayrıca iletilerin rasyonel olduğu kadar seçmenin duygularına hitap etmesi siyasileri farklı kılabilir. İletilerin algılama sürecinin ilk şartı olan dikkat çekici özellik taşıması kadar seçmeni harekete geçirecek türden hazırlanması da siyasi aktörü başarıya götürebilir. Ayrıca seçmende olumlu duygular uyandıracak bir dilin kullanılması, seçmeni ilgilendiren konuların, beklentilerin neler olduğunun tahmin edilmesi ve buna yönelik mesajların paylaşılması siyasilerin rekabette bir adım önde olmasını sağlayabilir.

Tüm bunlar ışığında rekabetin yoğun olduğu siyasi ortamda siyasal aktörleri başarıya götürecektir ve fark yaratacak mesajların özellikleri ile ilgili bilgiler daha da değerli hale gelmektedir. Bu çalışmada 2023 Cumhurbaşkanlığı seçim sürecinde adayların X sosyal medya platformundan seçmenlerle paylaştıkları iletilerin söylem dili, duygusu, konuları ve hedef kitleleri analiz edilmiştir. Literatürde 2023 Cumhurbaşkanlığı seçiminin bu çalışmada ele alınan boyutlarıyla incelenmediği göz önünde bulundurulduğunda çalışmanın siyasal iletişimde başarıya götürecektir kriterlerin belirlenebilmesi açısından önemli olduğu düşünülmektedir.

2. Siyasal İletişim

Siyasal iletişim kavramının anlaşılabilirliğini sağlamak için öncelikle bu kavramın oluşumunda etkisi olan “iletişim” ve “siyaset” kavramlarının açıklanması gerekmektedir. Fransız diline 14. yüzyılda, İngiliz diline 15. yüzyılda giren iletişim (communication) sözcüğü Yves Winkin’in ifadesi ile iki düşünce arasında gelişmektedir. Latince *communicare*’den türeyen iletişim toplumsal ilişkileri, politik düzenleri ve nesnelere bir araya getirmeye dayanır (Maigret, 2011, s. 18). Kapsama alanı zamanla değişse ve genişlese de iletişimin paylaşım ve etkileşim yönünün hep var olduğu görülür (Güngör, 2011, s. 44).

Siyaset ise kelime olarak Arapça kökenlidir ve “seyislik, idare etme” anlamlarına gelmektedir. Kral ya da yöneticilerin topluma hükmetmesi, toplumu kendi mülklerinin lehine olacak şekilde hizaya getirme faaliyetleri, becerileri ve sanatı şeklinde de ifade edilir (Taşkın, 2014, s. 26). Heywood (2019, s. 24) siyaseti insanların yaşamlarını sürdürdükleri genel kaideleri yapmaya, sürdürmeye ve değiştirmeye yarayan etkinlikler olarak tanımlar.

Siyaset günümüzde neredeyse her yerde karşımıza çıkmaktadır. Siyasi partilerin bütün birimlerinde görev alan herkese siyasal aktör; vatandaşı zihinsel manada etkileme, yönlendirme ve yönetme niyeti ile isteği duyan gruplara siyasal parti denilmektedir. Siyasal aktörlerin politikalarını seçmenlerine doğru ve

uygun şekilde aktarabilmek için uyguladıkları propaganda sürecinde ise siyasal iletişim devreye girmektedir (Aziz, 2011, s. 22).

Siyasal iletişim günün koşullarında genel anlamda siyasi organların seçmene ulaşmak adına yaptığı reklam, propaganda ve halkla ilişkiler faaliyetlerinin tümü olarak tanımlanabilir. İktidarın kendini anlatmasından seçim döneminde iktidar olmak için yapılan tüm faaliyetler bu çalışmalar kapsamında değerlendirilir (Duman & Sun İpekşen, 2013, s. 119).

Aziz (2011, s. 6), siyasal iletişim kavramını “belirli ideolojik amaçları toplumda belirli gruplara, kitlelere, ülkelere veya bloklara kabul ettirmek ve gerekirse eyleme dönüştürmek, icraata koymak için siyasal aktörler tarafından farklı iletişim tür ve tekniklerinin kullanılması ile yapılan iletişim” olarak tanımlar. Bu tanımda Aziz siyasal iletişimin belirli amaçlara yönelik bir faaliyet olduğunu vurgularken Heywood toplumsal yönünü öne çıkarır. Heywood’a göre toplumsal bir etkinlik olarak siyaset diyalog tarzı iletişimden ziyade monolog tarzı iletişime uygundur. Heywood (2019, s. 24), tek başına hayatını devam ettiren bireylerin sanatsal ekonomik faaliyetlerini basit bir şekilde ifa edebileceğini ama asla siyaset yapamayacağını altını çizer.

Seçim kampanyaları yürütülürken yoğun olarak kitle iletişim araçlarından faydalanılmaktadır. Kampanyanın planlanması, stratejik bir süreç olduğu için konunun uzmanları ile yürütülmesi gereken bir süreçtir. Seçim kampanyalarının geçmişini Antik Yunan devletlerine kadar uzatmak mümkündür. Temsili demokrasilerin doğrudan demokrasilerin yerini almasıyla seçim kampanyalarının giderek profesyonelleştiği söylenebilir. Hedef kitlenin halk olduğu seçim kampanyaları ülke çapında veya ülkenin belli bölgelerinde yapılır (Duman & Sun İpekşen, 2013, s. 119). Ancak internetin yaygınlaşması ve sosyal medyanın gittikçe popüler hale gelmesiyle birlikte, siyasetin merkezinin de sosyal ağlara kaydığı gözlenebilir. Bir kitle iletişim aracı olarak sosyal medya, seçim kampanyalarının geniş kitlelere ulaştırılmasında işlevsel bir rol oynar. Maigret (2011, s. 20), kitle medyasını kendini çoğunlukla demokrasi olarak tanımlayan toplumların en özgün ve belirleyici iletişim olgusu olarak gördüğünü ifade ederek destekler. Maigret’e göre kitle iletişim araçları imgeler, metinler ve sesler yoluyla insanların ve kültürlerin hızlı ve sürekli bir ilişki içine girmesini mümkün kılar.

3. Siyasal Propaganda Aracı Olarak Sosyal Medya

Yeni medya ile siyasal aktörlerin sosyal ağlarda daha çok aktif hale geldiği; bunun neticesinde sosyal ağların siyaset ve propaganda için popüler bir iletişim mecrası halini aldığı görülmektedir. Propagandanın geçmişine bakılacak olursa propaganda faaliyetlerinin çok eski yıllardan beri yürütülmekte olduğu söylenebilir. Ancak propaganda ifadesini kullanan tarihteki ilk örgütlü yapı dini bir kurumdur. Din savaşlarının başladığı bir dönemde Avrupa’da Roma Katolik Kilisesi, daha barışçı bir yolla dinde birliğin sağlanmasını istemiş ve bunun için Protestan Reform Hareketine karşı 22 Haziran 1622’de “İnancın Yayılması İçin Çaba Harcayan Kutsal Cemaat”ini (Sacra Congregatio de Propaganda Fide) kurmuştur. Bu kuruluş Katolik Kilisesi’nin resmi propaganda organıdır ve Kilise’nin inanç sistemini yaymak, din anlayışını pekiştirmek ve güçlendirmekle görevlendirilmiştir (Qualter, 1980, s. 255).

Esasen ikna teknikleri ve propagandanın insanlık tarihi ile yaşıt olduğu, bizzat liderler ya da lider olmaya niyetlenenler tarafından çevrelerinden destek almak için propagandaya başvurdukları bilinmektedir. Ancak propagandanın siyasal hayatın merkezinde olması, geniş ve örgütlü bir yapıya kavuşması için gerekli şartlar 19. yüzyılda oluşmuştur. Dolayısı ile modern anlamda propaganda anlayışının ulus devletlerin ortaya çıkması ile başladığı söylenebilir (Qualter, 1980, s. 257). Benzer bir ifadeyi Edward Bernays, 1928 yılında yayımladığı Propaganda adlı kitabında kullanmıştır. Bernays, propagandayı demokratik toplumlarda toplumun örgütlenme biçiminden kaynaklanan görünmez bir hükümete benzetir (Bernays, 2005, s. 37) ve bu argümanı “halk gerçek gücünü kral kaybettiğinde kazandı” sözleriyle ifade eder (Bernays, 2005, s. 47). Propaganda faaliyetlerinde hedef kitlenin desteğini almak için duygu ve düşüncelerinde kendi lehine değişim oluşturmak başat öneme sahiptir. Geniş kitlelere ulaşmayı kolaylaştıran kitle iletişim araçları propagandanın işini kolaylaştırır. Günün teknolojik imkânlarına göre her dönemde belirli bir kitle iletişim aracı, siyasal iletişimde etkin olarak kullanılarak propaganda faaliyetlerine damgasını vurur.

Günümüzde kullanılan yeni iletişim ortamlarının tamamına yeni medya adı verilir (Dilmen, 2014, s. 114). Sosyal medya da yeni medya ortamlarındandır. Yeni medya, bireyin binlerce kişiye kolayca ulaşabilmesini mümkün kılar (Aslan, 2013, s. 107; Scott, 2010, s. 39). Küresel ağları birbirine bağlayan

teknolojisi ile World Wide Web, kullanıcılar arasında ortak anlayış ve iletişime olanak sağlar. Bu sayede içinde yaşadığımız çağda kişileri birbirine bağlayan “teknososyal” bir sistem oluşmuştur (Fuchs, ve diğerleri, 2010, s. 41). Sosyal ağlar web tabanlı hizmetler arasındadır. Sosyal ağların milyonlarca internet kullanıcısının hayatında önemli bir konuma geldiği söylenebilir (Bronstein, 2013, s. 173).

2024’ün başında dünya nüfusu 8.08 milyar iken bunun 5 milyardan fazlası sosyal medya kullanıcı kimliğine sahiptir. Toplam 5.04 milyarla dünya nüfusunun %62.3’ü sosyal medya kullanıcısıdır. Küresel Wellness Enstitüsü’nün (GWI) verilerine göre, internet kullanıcılarının %60.9’u internet kullanımlarının en önemli sebebinin bilgiye ulaşmak olarak ifade eder (We Are Social, 2024). Dolayısı ile internet aracılığı ile ulaşılacak her türlü bilginin dünya çapında internet kullanımının en yaygın motivasyonu haline geldiği söylenebilir. Diğer web 2.0 teknolojileri gibi sosyal ağlar da kullanıcılarının özellikle teknik bilgiye ihtiyaç duymadan çevrimiçi profil oluşturmalarına, diğer kullanıcılarla iletişim kurmalarına ve bilgi paylaşımlarına olanak tanır (Bronstein, 2013, s. 173). Her türlü bilgiye ulaşılmasını sağlayan sosyal medya bunların yanı sıra kullanıcıların sosyal medya sitelerinde ve bloglarda siyasi yorumlar yapabilmelerini, bu yorumları farklı mecralarda paylaşabilmelerini, bu yolla diğer kullanıcılarla etkileşim kurabilmelerini sağlar. Twitter ve bloglar, seçmenlerin ve adayların siyasi ve sosyal alanlarda yorum yapmalarına, bilgi paylaşımlarına ve katılımı teşvik etmelerine yardımcı olur (Kushin & Yamamoto, 2010, s. 613).

Siyasal iletişimde her dönemin popüler kitle iletişim araçları kullanılır. Bir dönemin en yaygın iletişim aracı olan televizyonla ilgili izleme sürelerine bakıldığında yıllara göre farklılıklar bulunur. 2013 yılında günde 2 saat 59 dakika olan TV izleme süresinin 2022 yılında 3 saat 23 dakikaya yükseldiği, 2023 yılında ise bu sürenin 17 dakika azalarak 3 saat 6 dakikaya düştüğü gözlenir. Televizyon izleme konusunda ülkemiz günlük 3 saat 28 dakika ile dünyada 9. sıradadır. İnternet kullanıcıları ise her gün ortalama 6 saat 40 dakikayı çevrimiçi geçirirler. Bu sonuçlar, internet kullanımının hızla artmasına bağlı olarak internete bağlı nüfusun aslında TV izlemeye daha az zaman harcadığını gösterir (We Are Social, 2024). Buna sebep olarak geleneksel kitle iletişim araçlarının aksine sosyal medyanın algoritmaların kullanımı yoluyla ya da bireylerin tercih ettikleri içeriği kendilerinin seçmesine izin vererek tek taraflı bilgilerin sağlanmasını ve tüketimini kolaylaştırabilmesi gösterilebilir (Conover, ve diğerleri, 2011, s. 89).

Sosyal medyanın paylaşım ve etkileşim merkezli yapısı kullanıcı kaynaklı içerik üretilmesini destekler (Thackeray, Neiger, Hanson, & McKenzie, 2008, s. 339). Katılım, açıklık, diyalog, topluluk ve bağlantılılık sosyal medyaya has karakteristik özelliklerdir (Mayfield, 2008, s. 5). Günümüzde katılım ve iletişim denildiğinde akla ilk olarak yeni medya platformları gelir (Demirhan, 2017, s. 174). İnternet kullanıcılarının sosyal medyada geçirdiği süreler aylık bazda incelendiğinde en üst sırada ayda 34 saatle TikTok, daha sonra 28.05 saatle YouTube, 19.47 saatle Facebook, 17.06 saat ile Whatsapp, 15.50 saat ile Instagram, 8.14 saat ile Line bulunur. Eski adıyla Twitter yeni adıyla X 4 saat 40 dakika ile bu sıralamada sekizinci sırada yer alır. Ayrıca sosyal ağların günlük kullanımında da %42.2 oranı ile yine sekizinci sıradadır (We Are Social, 2024).

Her sosyal medya uygulaması aynı amaç için kullanılmamaktadır. Örneğin; kullanıcıların haftalık bazda en fazla vakit geçirdiği TikTok, 2015’te yayınlanmaya başlamış fakat 2018’de popüler hale gelmiştir. TikTok video oluşturma ve canlı yayın paylaşımına imkân tanıyan, genellikle eğlenceli anların paylaşıldığı sosyal medya uygulamasıdır. Buna karşın X, 2006 yılında kurulmasına rağmen halen daha popülaritesini sürdüren; metin, resim, video ve canlı yayın yapmaya imkân tanıyan, kullanım amacı genellikle ülke ve dünya gündemini takip etmek olan bir sosyal ağıdır.

Sosyal medyanın siyasi söylem üzerinde önemli etkileri vardır. Ancak sosyal medyanın siyasi iletişime etkisi bilhassa siyasi katılım noktasında tartışmalara konu olmaktadır. Bazı araştırmacılar sosyal ağların etkileşimli yapısının edilgen kullanıcıları aktif katılımcılara dönüştürdüğünü düşünür (Yetkin, 2019, s. 384). Fazla sayıda bilgi kaynağından akan bilgi akışı bilgiye ulaşmak isteyen kullanıcının seçim yapmasına müsaade eder. Dolayısı ile bilgi paylaşımında merkezilik azalır (Demirhan, 2017, s. 176). Halkın interneti siyasi bir bilgi kaynağı olarak benimsemesi hemen gerçekleşmemiş; bu durum birçok seçim dönemi sonrasında oluşmuştur. Sosyal medyanın da benzer süreçlerden geçtiği söylenebilir. Sosyal medya, siyasi aktörler ve vatandaşlar için göreceli avantajlara sahiptir. Sosyal medyanın açık ve katılımcı yapısı demokratik süreçlerle uyumludur. Ayrıca açık ve işbirlikçi doğası, özellikle politik açıdan daha az bilgili ya da uzak kullanıcıların bile siyasete katılımını artırır (Kushin & Yamamoto, 2010, s. 626). X platformu

kişilerin demokratik süreçlere katılımını ve kullanıcılar arasındaki ilişkileri kuvvetlendirir. Bu katkılar, toplumun iletişim kurma alışkanlıklarında son yıllarda büyük dönüşüm yaratmıştır (Yıldırım, 2014, s. 235).

2006 yılında kurulan X, kurulduğu yıllarda diğer sosyal ağlardan farklı olarak mobile uyumlu bir yapıya sahipti. Diğer sosyal medya ağları Facebook'u taklit ederken X bu özelliği ile mekândan bağımsız olarak mobil araçlar ile mesajların dolanımını mümkün kılar. Ayrıca retweet, hashtag ve trending topic (TT) özellikleri, kullanıcılar tarafından kısa sürede benimsenip X'in yükselmesine yardımcı olmuştur (Özutku, ve diğerleri, 2014, s. 88-89). Gunelius'a (2011, s. 81) göre X kullanımının artma sebeplerinden biri onun eğlenceli, ücretsiz ve kolay olmasıdır. Dolayısı ile X'in son dakika haberleri, duyurular, önemli mesajlar, anlık bilgilendirmeler için uygun bir platform olduğu söylenebilir (Digital Marketing Institute, 2021). Gaur ve Srivastava (2016, s. 94) da özel hedef kitlelere nokta atışı yapmak için X'in uygun bir mecra olduğu görüşündedirler.

X'te geniş bir kitleyi yakalamak ve başarılı olmak için mutlaka tweet sayısını artırmaya veya etkileşimi sağlamak için azami çaba harcamaya gerek yoktur. Retweetler ve favorilerine ekleme özelliği ile kullanıcıların katılımı sağlar. Bu platformda çok tweet atmak çok etkileşim kurmak anlamına gelmemektedir. Tweetlerin az ve öz olması daha değerlidir (Soboleva, Burton, & Khan, 2015, s. 35).

Sosyal medyanın siyasal propaganda aracı olarak kullanılması halinde siyasal aktörlere başarı getirmesi için kampanyaların planlı bir şekilde yürütülmesi gerekir. Siyasal aktörler sosyal medyayı farklı amaçlar için kullanırlar. Bu amaçların başında ise siyasal aktörlerin kendilerini tanıtmaya isteği gelir; bu nedenle sosyal medyada kendileriyle ilgili haber ve bilgileri sıkça paylaşırlar. Diğer bir amaç ise rakip siyasal aktörlerin mesajları hakkında bilgi sahibi olmaktır (Aziz, 2011, s. 84). 2008 yılında gerçekleştirilen Amerika Birleşik Devletleri Başkanlık seçimini Obama'nın kazanmasında sosyal medyanın büyük bir etkisinin olduğu düşünülmektedir. Bu etki, birçok araştırmacının dikkatinin siyasal kampanyalar ile sosyal medya ilişkisine çevrilmesine neden olmuştur. Örneğin Smith (2011, s. 28), X'in nispeten liberal içeriğinin ılımlı görüşlere sahip seçmenleri Donald Trump'a karşı oy vermeye ikna etmiş olabileceğini düşünmektedir. Bostancı'nın (2015, s. 184) seçimlerde sosyal medyayı etkili kullanmanın önemini destekler nitelikteki doktora çalışmasından elde ettiği sonuçlar, siyasilerin sosyal medya diline hâkim olduklarında kitlelerle daha etkili iletişim kurabileceklerini ve kitlelere daha kolay ulaşabileceklerini ortaya koymaktadır.

4. Araştırma ve Yöntem

4.1. Problem ve Araştırma Soruları

Giderek dijitalleşen dünyaya birlikte siyasal propaganda çalışmalarında kullanılan geleneksel mecralar yerini sosyal medya tabanlı çevrimiçi platformlara bırakmıştır. Özellikle Amerika'daki başkanlık seçimlerinde siyasi adayların yoğun rağbet gösterdiği bu platformlar, Türkiye'deki seçim süreçlerinde de siyasi aktörler tarafından aktif olarak kullanılmaktadır. Bunun örneklerinden biri olarak 2023 Cumhurbaşkanlığı seçimleri gösterilebilir. Adaylarının X üzerinden birçok yazılı ve görsel içerik paylaştığı, propaganda faaliyetlerini aktif olarak bu mecra da gerçekleştirdikleri görülmüştür. Bu noktada adayların X içeriklerindeki söylemlerin dilini ve duygusunu açıklamak, içeriklerin konularını ve hitap ettikleri hedef kitleyi analiz etmek, günümüzde siyasal iletişimde başarıya götürecekt kriterleri belirleyebilmek açısından önemlidir. Nitekim çalışmanın sorunsalı bu durumu irdelemek üzerine kurulmuştur.

Çalışmada elde edilen veriler adaya ve seçim turuna göre ayrı ayrı sunulmuştur. Adaylık tespitlerinin yapıldığı tarih olan 27.03.2023 ile ilk tur seçiminin gerçekleştiği 14.05.2023 arası işlemler 1.tur, 15.05.2023 ile ikinci tur seçiminin gerçekleştiği 28.05.2023 arası işlemler ise 2.tur olarak belirlenmiştir.

2023 seçiminde Cumhurbaşkanı adaylarının X üzerinden paylaştığı içerikler incelenerek iletilerin söylem dili, duygusu, hedef kitlesi ve konusu temalarıyla ilgili aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır;

- 1) İletilerin paylaşımında nasıl bir dil ve üslup benimsenmiştir?
- 2) İletiler hangi duyguları barındırmaktadır?
- 3) İletilerin hedef kitlesi kimdir?
- 4) İletilerde hangi konular ele alınmıştır?
- 5) Temalarda yer alan ileti sayıları adaya, 1 ve 2.tur seçim olmasına göre değişmekte midir?

4.2. Amaç ve Önem

Günümüzde yaşanan gelişmeler, içinde bulunduğumuz çağa adını vermiştir. Dijital çağın dijital sakinlerini her alanda etkileyen gelişmeler siyasal iletişim faaliyetlerini bir dizi değişim ve dönüşüme uğratmıştır. Geniş bir kitleye zaman ve mekân kısıtlaması olmaksızın, üstelik uygun maliyetle ulaşmayı sağlayan sosyal medya mecraları seçim dönemlerinde daha yoğun kullanılmaya başlanmıştır. Dolayısıyla sosyal mecralarda seçimler, iletişim ve propaganda faaliyetleri çokça çalışılan konular arasındadır. Bu çalışmada, 2023 Cumhurbaşkanlığı seçim sürecinde adayların X sosyal medya platformundaki paylaşımları üzerinden iletilerin söylem dili, duygusu, konuları ve hedef kitlelerinin kimler olduğunun analiz edilmesi amaçlanmıştır.

Alan yazında, 2023 Cumhurbaşkanlığı seçiminin bu çalışmada ele alınan boyutlarıyla araştırmacılar tarafından incelenmediği görülmüştür. Çalışmanın konusu olan adayların siyasal iletişim faaliyetlerindeki söylemlerinin X paylaşımları üzerinden ortaya konulmasıyla, bu anlamdaki boşluğun doldurması ve alana katkı sağlaması hedeflenmektedir.

4.3. Veri Kümesi ve Sınırlılıklar

27.03.2023 tarihli Yüksek Seçim Kurulu (YSK) kararında 2023 Cumhurbaşkanlığı seçim takvimi ve tespit edilen adaylıklar kamuoyuyla paylaşılmıştır. Buna göre adaylıkların 27.03.2023 tarihinde karara bağlandığı; Recep Tayyip Erdoğan, Kemal Kılıçdaroğlu, Sinan Oğan ve Muharrem İnce'nin Cumhurbaşkanı adayı olarak tespit edildiği; 1.tur seçiminin 14.05.2023'te, seçimin 1.turda neticelenmemesi halinde ise 2.turun 28.05.2023 tarihinde yapılması kararlaştırılmıştır (YSK, 2023a). 1.tur seçiminden 3 gün önce Muharrem İnce adaylıktan çekilmiş ve 1.tur seçimine 3 adayla girilmiştir. Fakat bu turda %50'yi geçen aday olmaması nedeniyle seçim 2.tura kalmıştır. Recep Tayyip Erdoğan ile Kemal Kılıçdaroğlu'nun Cumhurbaşkanı olmak için yarıştukları 28.05.2023 tarihli 2.tur seçiminde Recep Tayyip Erdoğan, geçerli oyların %52.18'ini alarak seçimi kazanmış ve Cumhurbaşkanı seçilmiştir (YSK, 2023b).

Bu çalışma, 2023 Cumhurbaşkanlığı seçiminde aday olan ve her 2 turda yarışan adayların kişisel sosyal medya hesaplarından yaptıkları paylaşımlarla gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın veri kümesini Recep Tayyip Erdoğan (@RTErdogan) ve Kemal Kılıçdaroğlu'nun (@kilicdaroglu) X sosyal medya platformunda 27.03.2023 ile 28.05.2023 tarihleri arasında paylaştıkları 860 tweet oluşturmaktadır.

Tablo 1'de çalışmanın veri kümesini oluşturan tweetlere ait veriler sunulmuştur. Seçim dönemi olan 63 günlük zaman diliminde Recep Tayyip Erdoğan ve Kemal Kılıçdaroğlu'nun X hesaplarından toplam 860 tweet paylaşılmıştır. 1.turda paylaşılan tweetlerin 484'ü (%67.41) Recep Tayyip Erdoğan'a, 234'ü (%32.59) Kemal Kılıçdaroğlu'na aittir. 2.turda paylaşılan tweetlerin 82'si (%57.75) Recep Tayyip Erdoğan'a, 60'ı (%42.25) ise Kemal Kılıçdaroğlu'na aittir. Seçim sürecinin 1 ve 2.turunda Recep Tayyip Erdoğan'ın hesabından yapılan toplam tweet paylaşımı 566 iken, Kemal Kılıçdaroğlu'nun tweet sayısı 294'tür.

Tablo 1. Seçim Turlarına Göre Paylaşım Sayıları ve Oranları

	Recep Tayyip Erdoğan		Kemal Kılıçdaroğlu	
	f	%	f	%
1.tur	484	67.41	234	32.59
2.tur	82	57.75	60	42.25
Toplam	566	65.81	294	34.19

Çalışmanın sınırlılıkları şunlardır;

1) Çalışma kapsamında 2023 Cumhurbaşkanlığı seçimi 1.turunda en çok oyu alan ve 2 turda yarışan Recep Tayyip Erdoğan ve Kemal Kılıçdaroğlu'nun X paylaşımları incelenmiştir. Bu bağlamda çalışma 2 adayın X hesaplarından yaptıkları paylaşımlar ile sınırlıdır.

2) Bu çalışma, adaylık tespitinin yapıldığı 27.03.2023 ile 2.tur seçiminin yapıldığı 28.05.2023 tarihleri arasında adaylar tarafından gönderilen tweetler ile sınırlıdır.

3) Yazılı metinler araştırmaya dahil edilmiştir. Bu bağlamda çalışma iki adayın yazılı tweetleri ile sınırlıdır.

4.4. Yöntem ve Kodlama Süreci

Bu çalışmada tematik analiz kullanılmıştır. Tematik analiz içerik analizine göre daha kapsayıcı ve inceliklidir. Tematik analiz, açık kelimeleri veya cümleleri saymanın ötesine geçer ve hem örtülü hem de açık fikirleri tanımlamaya ve açıklamaya odaklanır. Bir veri kümesindeki konuların, temaların görece sıklıklarını karşılaştırmaya ve bu verileri grafik olarak göstermeyi de mümkün kılar. Dolayısı ile tematik analiz yorumları kullanarak keşfetmeyi sağlar (Namey, Guest, Thairu, & Johnson, 2008, s. 138).

Çalışmada söylem dili, iletinin duygusu, hedef kitlesi ve konusu olmak üzere 4 tema üzerine odaklanılmıştır. Kodlama işlemi 2 araştırmacı tarafından gerçekleştirilmiştir. Kodlayıcılardan 860 tweeti okumaları, iletileri okurken temalardaki muhtemel kodları ve varsa alt kodlarını not etmeleri istenmiştir. Ardından kodlayıcıların temalarda yer aldıklarını ifade ettikleri kodlar ile alt kodlar incelenmiş, üzerinde mutabık kalınanlarla çalışma yürütülmüştür. Temalardaki kodların belirlenmesinden sonra kodlama yönergesi hazırlanmıştır. Bu işlemlerin devamında kodlayıcılardan tweetleri tek tek okurken hazırlanan kodlama yönergesine uygun hareket ederek kodlama yapmaları, yalnızca metinsel içerikleri göz önünde bulundurmaları ve hashtagleri dikkate almamaları bilgisi verilmiştir. Kodlayıcılar arası güvenilirlik Miles ve Huberman (1994, s. 64) formülü kullanılarak şu şekilde hesaplanmıştır;

$$\text{Güvenirlik} = 100 * \frac{\text{Görüş Birliği}}{\text{Görüş Birliği} + \text{Görüş Ayrılığı}}$$

Tablo 2 ile Tablo 5 arasında çalışma kapsamındaki temalar, temalarda bulunan kodlayıcılar tarafından belirlenen kodlar ile alt kodlar, kodlayıcılara yönelik açıklamalar ve yönergeler, kodlayıcılar arası güvenilirlik katsayıları verilmiştir. Tüm temalarda %98'in üzerinde kodlayıcılar arası uyum gözlenmiştir.

Tablo 2'de iletilerin söylem diline göre incelenmesi sonucu ortaya çıkan 3 kod, kodlayıcılar tarafından kodlamanın nasıl yapılacağına yönelik açıklama/yönerge, ayrıca kodlayıcılar arası uyumu gösteren güvenilirlik katsayısı verilmiştir. 4 tema içinden en yüksek güvenilirlik katsayısı %99.42 ile söylem dili temasında elde edilmiştir.

Tablo 2. Söylem Dili Teması Kodlama Verileri

Tema	Kodlar	Açıklama/Yönerge	Güvenirlik Katsayısı
		İletinin söylem dili nedir?	
Söylem Dili	1. Pozitif 2. Negatif 3. Nötr	<ul style="list-style-type: none"> • İletinin dili olumlu ise veya pozitiflik içeriyorsa pozitif olarak kodlayınız. • İletinin dili olumsuz ise veya negatiflik içeriyorsa negatif olarak kodlayınız. • Bunlardan biri değilse ve herhangi bir duygu içermiyorsa nötr olarak kodlayınız. • Bir iletide birden fazla söylem dili var ise baskın olan ana söylem dilini tercih ediniz. 	% 99.42

İletilerin barındırdığı duygu temasına ilişkin veriler Tablo 3'te verilmiştir. 9 kodun yer aldığı temada kodlayıcıların güvenilirlik katsayısı %98.84'tür.

Tablo 3. İletinin Duygusu Teması Kodlama Verileri

Tema	Kodlar	Açıklama/Yönerge	Güvenirlik Katsayısı
İletinin Duygusu	1. İlmli 2. Güven verici 3. Övücü 4. Beklenti/İstek 5. Destekleyici 6. Eleştirel 7. Uyarı/Tehdit 8. Nefret 9. Bilgilendirici	<p>İletinin duygusu nedir?</p> <ul style="list-style-type: none"> • İletide herhangi bir duygu yoksa; yalnızca bilgi vermek amacıyla paylaşılmışsa bilgilendirici olarak kodlayınız. • Bir iletide birden fazla duygu var ise baskın olan ana duyguyu tercih ediniz. 	% 98.84

İletinin kimi hedef aldığını ifade eden iletinin hedef kitlesi temasına ait kodlama verileri Tablo 4'te görülmektedir. İlgili temada kodlayıcılar tarafından 17 hedef kitle belirlenmiş olup, temanın güvenilirlik katsayısı %99.19'dur.

Tablo 4. İletinin Hedef Kitleleri Teması Kodlama Verileri

Tema	Kodlar	Açıklama/Yönerge	Güvenirlilik Katsayısı
Hedef Kitle	1. Partililer	İleti hangi hedef kitleye yönelik mesaj içermektedir? • İletide doğrudan belirli bir hedef kitleye yönelik hitap varsa o hedef kitleyi kodlayınız. • Aynı partiden bireylere hitap varsa partililer olarak kodlayınız. • İttifak ortağı partilere hitap varsa paydaşlar olarak kodlayınız. • Bir iletide birden fazla kitleye hitap ediliyorsa baskın olan ana kitleyi tercih ediniz.	% 99.19
	2. Paydaşlar		
	3. Siyasi rakipler		
	4. Depremzedeler		
	5. Engelliler		
	6. Çocuklar		
	7. Gençler		
	8. Kadınlar		
	9. Emekliler		
	10. Sanatçılar		
	11. Çiftçiler		
	12. Esnaflar		
	13. STK/Dernek/Kulüp		
	14. Kamu kurumları/Çalışanları		
	15. Seçmenler		
	16. Diğer ülkeler/Vatandaşları		
	17. İlegal örgütler/Yapılar		

İletilerin konusu ve alt konularına ait veriler Tablo 5'te sunulmuştur. Alt konusu bulunan tek tema iletinin konusu temasıdır. Bazı kodların alt kodları olmamakla birlikte; kodlayıcılar tarafından konu teması için 10 kod ve 19 alt kod belirlenmiştir. Bu temadaki kodlayıcılar arası uyum %98.72 ile 4 tema arasından en düşük düzeyde olmaktadır.

Tablo 5. İletinin Konusu Teması Kodlama Verileri

Tema	Kodlar	Açıklama/Yönerge	Güvenirlilik Katsayısı
İletinin Konusu	1. Seçim gündemi	İletinin konusu ve varsa alt konusu nedir? • İletide bir şeyin yapılmış olduğu ifade ediliyorsa iç politika/ icraat olarak kodlayınız. • İletide bir şeyin yapılacağı olduğu ifade ediliyorsa vaatler olarak kodlayınız. • Bir ileti birden fazla konudan bahsediliyorsa baskın olan ana konuyu tercih ediniz.	% 98.72
	a. Siyasal beyanlar		
	b. Sandığa davet		
	c. Sandık güvenliği		
	d. Sonuçların değerlendirilmesi		
	e. Seçim çalışmalarına yönelik saldırılar		
	f. Rakipleri eleştirme		
	2. Seçim faaliyetleri		
	a. Miting/Toplantı/Gezi		
	b. Radyo/Televizyon		
c. Sosyal medya			
d. İftar			
3. Vaatler			
a. Alt yapı			
b. Üretim			
c. İstihdam			
d. Doğal afet			
e. Teknoloji			
f. Tarım/Hayvancılık			
g. Hak/Özgürlük			
4. Güvenlik			
5. İç politika/İcraat			
6. Dış politika			
a. Siyasal ilişkiler			
b. Sosyal ilişkiler			
7. Kültür/Sanat			
8. Kutlama/Tebrik/Temenni			
9. Taziye/Anma			
10. Birlik/Berberlik			

5. Bulgular

Çalışma sonucu elde edilenler Şekil 1 ile Şekil 11 arasında verilmiştir. Şekillerde adaylar ile verinin hangi tura ait olduğu görülmektedir. Mavi yazı rengine sahip değerler Recep Tayyip Erdoğan'a, kırmızıya sahip değerlerse Kemal Kılıçdaroğlu'na aittir. Ayrıca, şekillerdeki sol taraf 1.tura, sağ taraf 2.tura ait verilerden oluşmaktadır. Böylece gerek adayların birbirlerine göre durumlarının gerekse de seçim turları arasındaki farklılık ve/veya benzerliklerin daha kolay belirlenebilmesi amaçlanmıştır.

Verilerden, çok olanları daha görünür hale getirmek amacıyla şekillerde yalnızca %10 ve üstü değere sahip olanları gösterilmiştir. Şekil 1 ile Şekil 4 arasındaki %, verinin kendi grubuna oranını belirtir. Örneğin; Şekil 1'deki Recep Tayyip Erdoğan'ın 1.turda paylaştığı 484 tweetten 231'i, yani %47.73'ü ($100 \times 231 / 484 = 47.73$) pozitifdir şeklinde yorumlanmalıdır. Fakat Şekil 5 ile Şekil 11 arasındaki %, farklı şekilde değerlendirilmelidir; alt konunun ana konu içindeki oranını ifade etmektedir. Örneğin; Şekil 5'teki Recep Tayyip Erdoğan'ın 1.turda paylaştığı 203 seçim gündemiyle alakalı paylaşımın 165 tanesinin, yani %81.28'inin ($100 \times 165 / 203 = 81.28$) siyasal beyanlarla ilgili olduğu şeklinde yorumlanmalıdır.

Her ne kadar şekillerde yalnızca %10 ve üstü değere sahip veriler sunulmuş olsa da çalışma kapsamında incelenen 3 kodu bulunan söylem dili, 9 kodu bulunan iletinin duygusu, 17 kodu bulunan iletinin hedef kitlesi, 10 kod ve 19 alt kodu bulunan iletinin konusu temalarına ilişkin paylaşım sayısı ve oranları, ekte yer alan Ek 1 ile Ek 11 arasında detaylı şekilde verilmiştir.

Şekil 1'de iletinin söylem diline göre paylaşım oranları görülmektedir. Buna göre 1.turda Recep Tayyip Erdoğan tarafından paylaşılan tweetlerin 231'i (%47.73) pozitif, 38'i (%7.85) negatif, 215 (%44.42) tanesi nötrdür. Kemal Kılıçdaroğlu'nun attığı tweetlerin 106'sı (%45.30) pozitif, 33'ü (%14.10) negatif, 95'i (%40.60) ise nötrdür.

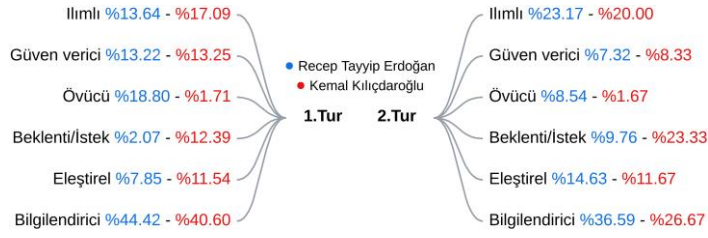
2.turda Recep Tayyip Erdoğan tarafından paylaşılan tweetlerin 40'ı (%48.78) pozitif, 12'si (%14.63) negatif, 30'u (%36.59) nötrdür. Kemal Kılıçdaroğlu'nun gönderdiği tweetlerin 32'si (%53.33) pozitif, 12'si (%20.00) negatif, 16'sı (%26.67) ise nötrdür.



Şekil 1. İletinin Söylem Diline Göre Paylaşım Oranları

İletinin duygusuna göre paylaşım oranlarının verildiği Şekil 2'deki 1.tur verileri incelendiğinde Recep Tayyip Erdoğan paylaşımlarının 215'i (%44.42), Kemal Kılıçdaroğlu paylaşımlarına 95'i (%40.60) duygu barındırmayan bilgilendirici türden olduğu görülmektedir. Kemal Kılıçdaroğlu'nun hesabından 2 (%0.85) destekleyici, 6 (%2.56) uyarı/tehdit paylaşımı yapılırken Recep Tayyip Erdoğan'ın bu duyguları barındıran ileti paylaşımına rastlanmamıştır. Ayrıca, her iki adayda da 1.turda nefret duygusuna sahip ileti bulunmamaktadır. Bununla birlikte övücü tweet sayısının Recep Tayyip Erdoğan'ın hesabından yapılan paylaşımlarda 91 (%18,80), Kemal Kılıçdaroğlu'nun paylaşımlarında 4 (%1.71) olduğu, övücü kategorisinde adaylar arası ortaya çıkan bu farkın diğer kategorilerden daha fazla olduğu belirlenmiştir.

2.turda ise 1.tura benzer olarak Recep Tayyip Erdoğan'a ait tweetlerin 30 (%36.59) tweetle büyük çoğunluğunun bilgilendirici olduğu görülmektedir. Bunu 19 (%23.17) tweetle ılımlı duygu içeren tweetler, üçüncü olarak da 12 (%14.63) tweetle eleştirel tweetler izlemektedir. Kemal Kılıçdaroğlu'na ait 2.tur paylaşımlarında da ilk sırada 16 (%26.67) tweetle bilgilendirici türünden iletilerin olduğu görülmektedir. Ancak 1.turda ikinci sırada ılımlı duyguya sahip tweetler bulunurken 2.turda 14 (%23.33) tweetle beklenti/istek duygusu barındıran tweetlerin paylaşıldığı görülmektedir. 2.turda Recep Tayyip Erdoğan'ın uyarı/tehdit ve nefret içeren tweetlerinin bulunmadığı buna karşın Kemal Kılıçdaroğlu'nun uyarı/tehdit içeren 3 (%5.00), nefret içeren 2 (%3.33) tweeti olduğu tespit edilmiştir.



Şekil 2. İletinin Duygusuna Göre Paylaşım Oranları

Mesajın kime yönelik olduğunu ifade eden iletinin hedef kitlesine göre paylaşım oranları Şekil 3'te sunulmuştur. Her iki turda da her iki adayın belirlenen tarihlerde paylaştığı tweetlerde büyük ölçüde özel bir kesime hitap etmediği görülmektedir. Recep Tayyip Erdoğan'ın genel olarak seçmenlere hitap eden tweet sayısı 1.turda 346 (%71.49), Kemal Kılıçdaroğlu'nun ise 154' tür (%65.81). Recep Tayyip Erdoğan'ın seçmenler kategorisinden sonra en çok hitap ettiği kitle 52 (%10.74) tweetle depremzedelerdir. Üçüncü sırada 30 (%6.20) tweetle siyasi rakiplerine seslenmektedir. Kemal Kılıçdaroğlu'nun seçmenlerden sonra en çok hitap ettiği hedef kitleyi 15'er (%6.41) tweetle gençler ve siyasi rakipler oluşturmaktadır. Adayların ilk turda paylaştığı tweetlerde birbirinden farklı olarak Recep Tayyip Erdoğan'ın esnaflara 2 (%0.41) kez, Kemal Kılıçdaroğlu'nun da sanatçılara 1 (%0.43) kez seslendiği görülmektedir. Ayrıca Kemal Kılıçdaroğlu 1.tur paylaşımlarında Recep Tayyip Erdoğan'dan farklı olarak 2 (%0.85) tweetle illegal örgütler/yapılara hitaben paylaşım gerçekleştirmiştir.

2.turda da iki adayın en yoğun hitap ettiği hedef kitle yine seçmenlerdir. Recep Tayyip Erdoğan'ın seçmenlere hitap eden 47 (%57.32), Kemal Kılıçdaroğlu'nun ise 34 (%56.67) tweeti bulunmaktadır. 1.tur tweetlerinde Recep Tayyip Erdoğan seçmenlerden sonra en çok depremzedelere hitap ederken 2.turda 8 (%9.76) tweet ile siyasi rakiplerine yöneldiği, üçüncü sırada ise 7'ser (%8.54) tweetle gençlere ve STK/dernek/kulüplere seslendiği görülmektedir. Kemal Kılıçdaroğlu ise seçmenlerden sonra en çok 11 (%18.33) tweetle gençlere, daha sonra 8 (%13.33) tweetle siyasi rakiplerine yönelik mesajlar paylaşmıştır.



Şekil 3. İletinin Hedef Kitlesine Göre Paylaşım Oranları

İletilerin konularına göre oranları Şekil 4'te verilmiştir. Recep Tayyip Erdoğan'da daha çok çift yönlü iletişim kurarak seçmenlerle etkileşim sağlamaya yönelik konular göze çarpmaktadır. 1.turda Recep Tayyip Erdoğan'ın tweetlerinin 203'ü (%41.94) seçim gündemi, 119'u (%24.59) iç politika/icraat, 82'si (%16.94) seçim faaliyetleri hakkındadır. Kemal Kılıçdaroğlu'nun tweetlerininse 127'si (%54.27) seçim gündemi, 80'i (34.19) seçim faaliyetleri, 17'si (%7.26) vaatlerle alakalıdır.

2.tur verilerine bakıldığında Recep Tayyip Erdoğan'ın paylaşımlarının 40'ının (%48.78) seçim gündemiyle, 28'inin (%34.15) seçim faaliyetleriyle ilgili olduğu tespit edilmiştir. 1.turda olduğu gibi 2.turda da Kemal Kılıçdaroğlu paylaşımlarının ilk sırasında 38 (%63.33) tweetle seçim gündemi, ikinci sırasında ise 12 (%20.00) tweetle seçim faaliyetleri yer almaktadır.

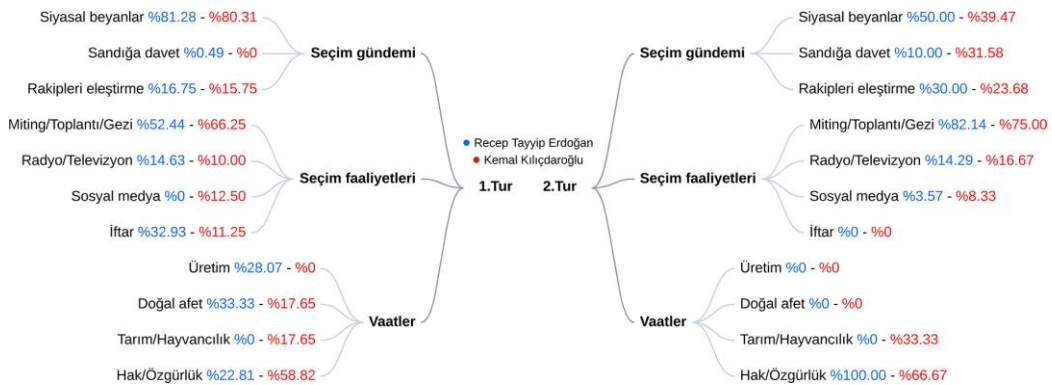
Recep Tayyip Erdoğan'ın 1 ve 2.turda birlik/beraberlik, iç politika/icraat konularında tweetler yer alırken Kemal Kılıçdaroğlu hesabından bu konularda tweet paylaşılmamıştır. 1.turda Kemal Kılıçdaroğlu hesabından yapılan paylaşımlarda 2 (%0.85) tweette güvenlikle ilgili konunun yer aldığı; Recep Tayyip Erdoğan'ın hesabından bu başlıkta paylaşım yapılmadığı gözlenmiştir.



Şekil 4. İletinin Konusuna Göre Paylaşım Oranları

İletinin konusu temasındaki 10 kod ve 19 alt koddan yalnızca 4 kodun ve 11 alt kodun %10 ve üstünde değere sahip olduğu Şekil 5'ten anlaşılmaktadır. Alt kodu olmaması nedeniyle güvenlik, iç politika/icraat, kültür/sanat, kutlama/tebrik/temenni, taziye/anma ve birlik/beraberlik Şekil 5'te gösterilmemiştir. 1.turda Recep Tayyip Erdoğan'ın seçim gündemine ilişkin siyasal beyanlarla alakalı 165 (%81.28), seçim faaliyetlerine ilişkin miting/toplantı/gezilerle alakalı 43 (%52.44) tweet paylaştığı görülmektedir. Ayrıca Recep Tayyip Erdoğan 34 (%16.75) tweette rakipleri eleştirme, 27 (%32.93) tweette iftar, 19 (%33.33) tweette doğal afet alt kategorilerinde paylaşımlar yapmıştır. Recep Tayyip Erdoğan'ın Kemal Kılıçdaroğlu'ndan farklı olarak 1 (%0.49) kez sandığa davet, 3 (%5.26) kez alt yapı, 16 (%28.07) kez üretim, 4 (%7.02) kez istihdam alt konularında tweetlere yer verdiği görülmektedir. Kemal Kılıçdaroğlu 1.turda ilk sırada seçim gündemine ilişkin siyasal beyan içeren 102 (%80.31), ikinci sırada seçim faaliyetlerine ilişkin miting/toplantı/gezi hakkında 53 (%66.25), üçüncü sırada seçim gündemine ilişkin rakipleri eleştirdiği 20 (%15.75) tweet paylaşmıştır. Kemal Kılıçdaroğlu, Recep Tayyip Erdoğan'ın hesabından yapılan paylaşımlardan farklı olarak 1 (%0.79) kez sonuçların değerlendirilmesi, 2 kez (%1.57) seçim çalışmalarına yönelik saldırılar, 10 (%12.50) kez sosyal medya, 3 (%17.65) kez tarım/hayvancılık alt kategorilerinde paylaşımlar yaptığı saptanmıştır.

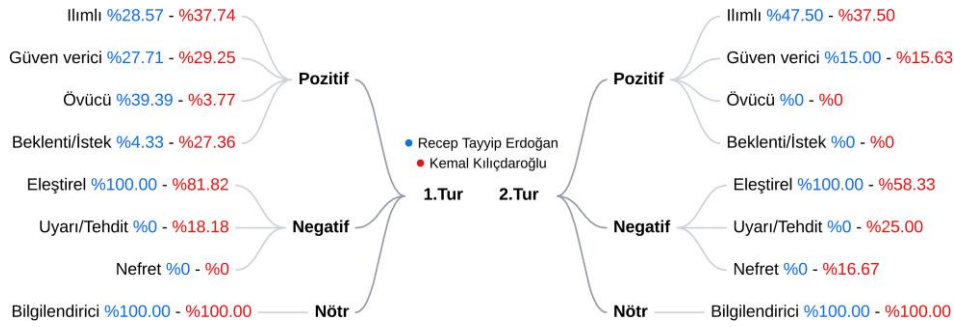
Seçimin 2.turunda Recep Tayyip Erdoğan en çok 23 (%82.14) tweetle miting/toplantı/geziler hakkında paylaşım yapmıştır. Bunu 20 (%50.00) tweetle siyasal beyanlar, 12 (%30.00) tweetle rakipleri eleştirme takip etmektedir. Recep Tayyip Erdoğan 1.turda olduğu gibi bu turda da 1 (%100) tweette birlik/beraberlikle ilgili mesaj vermiştir. Kemal Kılıçdaroğlu 2.turda en çok siyasal beyan kategorisine ait 15 (%39.47) tweet paylaşmıştır. İkinci sırada sandığa davet hakkında paylaştığı tweetler 12 (%31.58) yer almakta, üçüncü sırada ise rakipleri eleştirdiği 9 (%23.68) ve miting/toplantı/gezi ile ilgili 9 (%75.00) tweeti bulunmaktadır. Seçimin 2.turunda her iki adayın rakip eleştirisi içerikli tweetlerinde artış göze çarpmaktadır. Kemal Kılıçdaroğlu'nun 12 (%31.58) tweette seçmenleri sandığa davet ettiği, buna karşın Recep Tayyip Erdoğan'ın yalnızca 4 (%10.00) tweette bu konuya yer verdiği, sandığa davetle ilgili olarak adaylar arasındaki farkın fazla olduğu gözlenmiştir. Öte yandan, Recep Tayyip Erdoğan'ın miting/toplantı/gezi hakkında paylaştığı tweetlerin sayısının 23 (%82.14), Kemal Kılıçdaroğlu'nun bu konudaki paylaşım sayısının 9 (%75.00) olduğu; Recep Tayyip Erdoğan'ın miting/toplantı/geziyle ilgili diğer adaydan daha fazla paylaşımı olduğu belirlenmiştir.



Şekil 5. İletinin Konusu ve Alt Konularına Göre Paylaşım Oranları

İletinin söylem dili ve duygusuna göre paylaşım oranlarının gösterildiği Şekil 6'daki 1.tur verilerine bakıldığında Recep Tayyip Erdoğan'ın pozitif söylem içeren tweetlerinin 91'inin (%39.39) övücü, negatif söylem içeren tweetlerinin 38'inin (%100) eleştirel, nötr söylem içeren tweetlerinin 215'inin (%100) bilgilendirici olduğu belirlenmiştir. Kemal Kılıçdaroğlu'nun hesabından 1.turda pozitif kategoride öne çıkan tweetlerin çoğunluğunu 40 (%37.74) ile ılımlı duygu barındıran tweetler oluşturmaktadır. Negatif dilin kullanıldığı tweetlerin büyük çoğunluğunda, 27 (%81.82) tweette eleştirel bir dil kullandığı görülmektedir. Kemal Kılıçdaroğlu pozitif söylemlerinde övücü dili nispeten daha az kullanmaktadır; 4 (%3.77). Recep Tayyip Erdoğan pozitif söylemlerini içeren tweetlerin büyük çoğunluğunda övücü bir dil, negatif söylemlerini içeren tweetlerin tamamında ise eleştirel bir dil kullanmıştır. Kemal Kılıçdaroğlu ise pozitif tweetlerinin çoğunluğunda ılımlı dil kullanmıştır. Kemal Kılıçdaroğlu'nun övücü duygusu içeren tweet oranı Recep Tayyip Erdoğan'a kıyasla çok daha azdır.

Seçimin 2.turunda Recep Tayyip Erdoğan pozitif tweetlerin çoğunluğunu 19 (%47.50) tweette ılımlı bir duygu ile paylaşmıştır. Negatif söylemi içeren tweetlerin yine tamamı birinci turdaki gibi eleştireldir; 12 (%100). Kemal Kılıçdaroğlu'nun 2.turdaki pozitif tweetlerinin ağırlıklı olarak 14 (%43.75) tweette beklenti/istek duygusu barındırdığı; negatif dildeki tweetlerinin 7'sinde (%58.33) eleştirel; nötr tweetlerininse 16'sında (%100) bilgilendirici türden paylaşımlar olduğu belirlenmiştir.

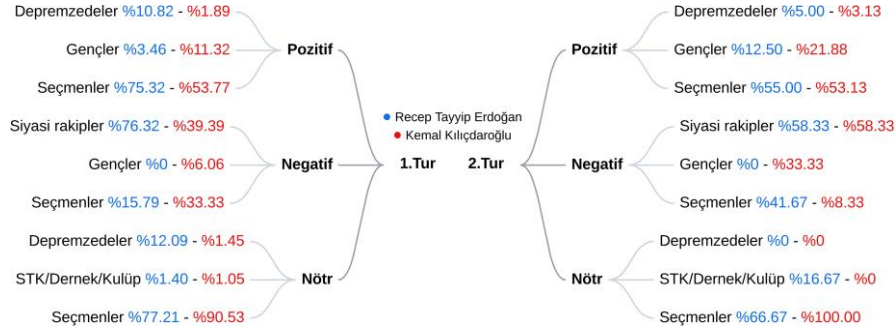


Şekil 6. İletinin Söylem Dili ve Duygusuna Göre Paylaşım Oranları

Adayların söylem dilinin hitap ettiği kitlelere göre paylaşım oranları Şekil 7'de verilmiştir. 1.turda Recep Tayyip Erdoğan en çok pozitif söylem dilinde seçmenlere 174 (%75.32), negatif söylem dilinde siyasi rakiplere 29 (%76.32), nötr söylem dilinde yine seçmenlere 166 (%77.21) tweette hitap ettiği görülmektedir. Kemal Kılıçdaroğlu ise pozitif söylem dilinde en çok seçmenlere 57 (%53.77), negatif söylem dilinde siyasi rakiplere 13 (%39.39), nötr söylem dilinde seçmenlere 86 (%90.53) hitap etmiştir. Recep Tayyip Erdoğan'ın hesabından Kemal Kılıçdaroğlu'ndan farklı olarak hitap edilen kitleye yönelik negatif söylem dilinde emeklilere, STK/dernek/kulüplere ve depremzedeler 1'er (%2.63); nötr söylem dilinde partililere, çocuklara ve çiftçilere 1'er (%0.47), esnaflara ise 2 (%0.93) tweet paylaşımına rastlanmıştır. Kemal Kılıçdaroğlu'nun pozitif söylemlerdeki paydaşlara yönelik 4 (%3.77), sanatçılara yönelik 1 (%0.94), çiftçilere yönelik 3 (%2.83); negatif söylemlerdeki partililere yönelik 1 (3.03), gençlere yönelik 2 (%6.06), kamu kurumları/kuruluşlarına yönelik 3 (%9.09), diğer ülkeler/vatandaşlarına yönelik 1 (%3.03), illegal örgütler/yapılara yönelik 2 (%6.06); nötr söylemlerdeki diğer ülkeler/vatandaşlarına yönelik 1 (%1.05) tweet paylaşımı yaptığı; fakat Recep Tayyip Erdoğan'ın 1.turda bu hedef kitlelere yönelik herhangi bir tweet paylaşmadığı saptanmıştır.

2.tur verilerine bakıldığında Recep Tayyip Erdoğan pozitif söylem dilinde en çok seçmenlere 22 (%55.00), negatif söylem dilinde siyasi rakiplere 7 (%58.33), nötr söylem dilinde seçmenlere 20 (%66.67) tweetle hitap etmektedir. Kemal Kılıçdaroğlu ise pozitif söylem dilinde en çok seçmenlere 17 (%53.13), negatif söylem dilinde siyasi rakiplere 7 (%58.33), nötr söylem dilinde seçmenlere 16 (%100) tweette hitap etmektedir. 2.turda Recep Tayyip Erdoğan'ın hitap ettiği fakat Kemal Kılıçdaroğlu'nun hitap etmediği hedef kitleler ve tweet sayıları şu şekildedir; pozitif söylemde partililere 3 (%7.50), kadınlara 1 (%2.50), esnaflara 2 (%5.00), diğer ülkeler/vatandaşlarına 1 (%2.50) tweette; nötr söylemde partililere 1 (%3.33), gençlere 2 (%6.67), kadınlara ve esnaflara 1'er (%3.33), STK/dernek/kulüplere 5 (%16.67). Ters şekilde

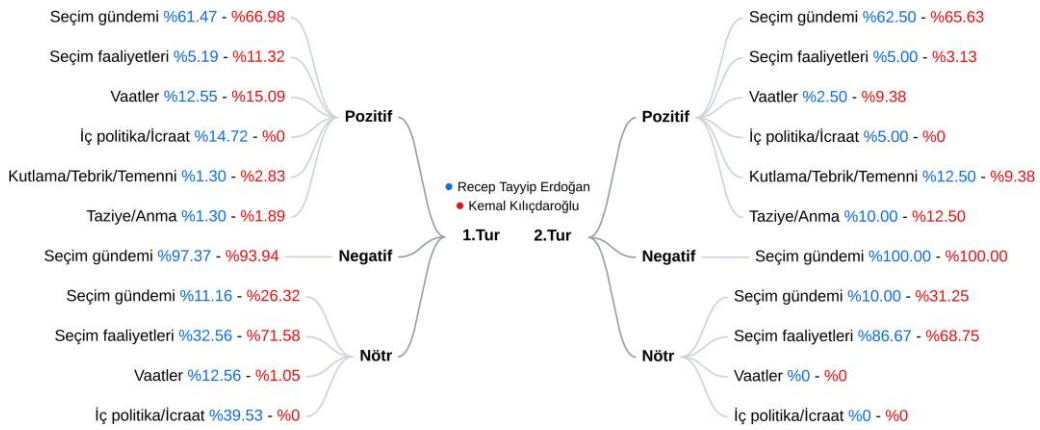
Kemal Kılıçdaroğlu'nun hitap ettiği fakat Recep Tayyip Erdoğan'ın hitap etmediği kitleler ile tweet sayıları şöyledir; pozitif söylemde emeklilere ve çiftçilere 1'er (%3.13); negatif söylemde gençlere 4 (%33.33).



Şekil 7. İletinin Söylem Dili ve Hedef Kitlelerine Göre Paylaşım Oranları

İletinin söylem dili ve konusuna göre paylaşım oranlarının yer aldığı Şekil 8'e göre 1.turda Recep Tayyip Erdoğan'ın öne çıkan konu başlıklarının pozitif söylem dilinde seçim gündeminin 142 (%61.47), negatif söylem dilinde seçim gündeminin 37 (%97.37), nötr söylem dilinde iç politika/icraatın 85 (%39.53) olduğu görülmektedir. Kemal Kılıçdaroğlu'nun ise pozitif söylem dilinde seçim gündemi 71 (%66.98), negatif söylem dilinde seçim gündemi 31 (%93.94), nötr söylem dilinde seçim faaliyetleri 68 (%71.58) tweette yer alan ve öne çıkan konular olmuşlardır.

2.tur verilerine göre Recep Tayyip Erdoğan'ın pozitif söylem dilinde seçim gündeminin 25 (%62.50), negatif söylem dilinde seçim gündeminin 12 (%100), nötr söylem dilinde seçim faaliyetlerinin 26 (%86.67) tweette konu olduğu ve bu konuların paylaşımlarda diğer konulara göre daha fazla gündeme geldiği görülmektedir. Kemal Kılıçdaroğlu'nun paylaşımlarına bakıldığında pozitif söylem dilinde seçim gündeminin 21 (%65.63), negatif söylem dilinde seçim gündeminin 12 (%100), nötr söylem dilinde ise seçim faaliyetlerinin 11 (%68.75) tweette bahsedilerek öne çıktığı gözlenmektedir.

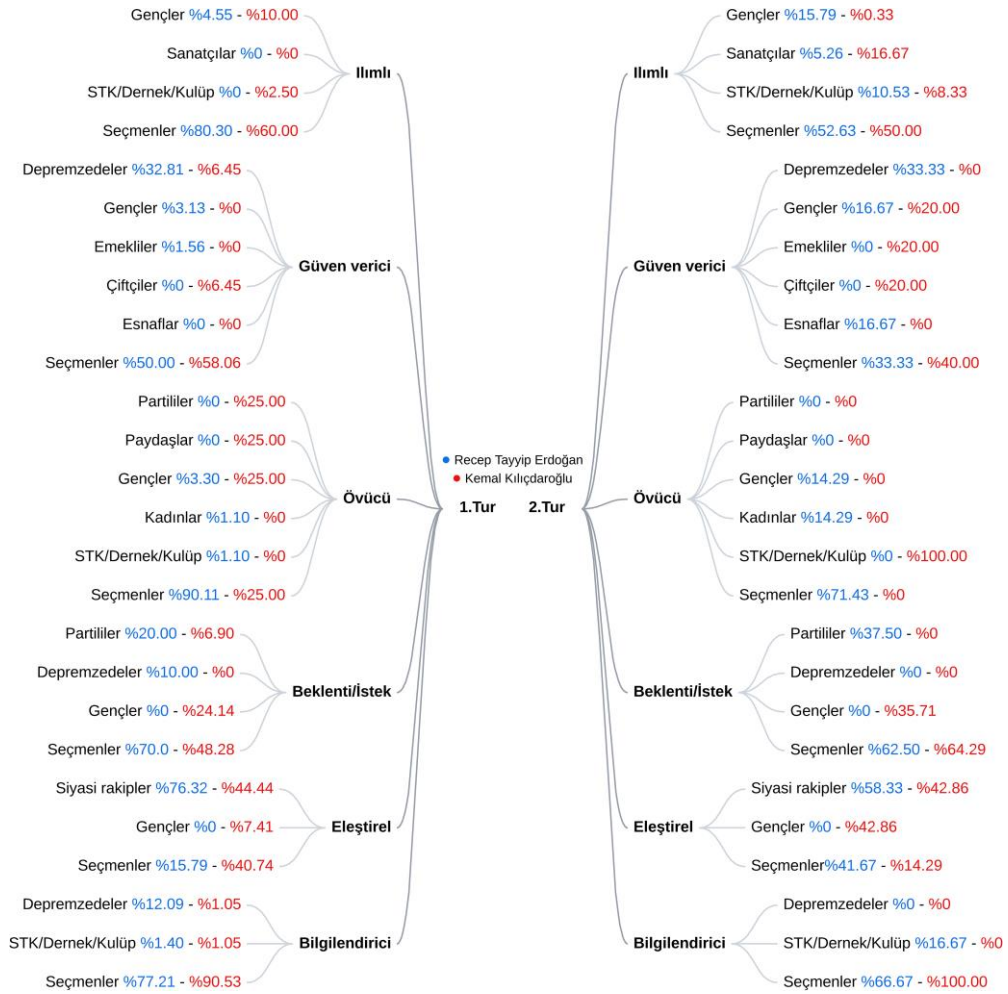


Şekil 8. İletinin Söylem Dili ve Konusuna Göre Paylaşım Oranları

Paylaşımların duygusunun hitap ettiği hedef kitleye göre durumlarının verildiği Şekil 9 incelendiğinde, Recep Tayyip Erdoğan'ın 1.tur paylaşımlarında ılımlı duyguda 53 (%80.30), güven verici duyguda 32 (%50.00), övücü duyguda 82 (%90.11), beklenti/istek duygusunda 7 (%70.00), bilgilendirici duyguda 166 (%77.21) tweette seçmenlere; eleştirel duyguda 29 (%76.32) tweette siyasi rakiplere yönelik paylaşımlar diğer kitlelerden öne çıkmakta; fakat destekleyici ve uyarı/tehdit duyguları içeren paylaşım bulunmamaktadır. Kemal Kılıçdaroğlu'nun paylaşımlarının duygusunda öne çıkan hedef kitleler şunlardır; ılımlı duyguda 24 (%60.00), güven verici duyguda 18 (%58.06), beklenti/istek duygusunda 14 (%48.28), bilgilendirici duyguda 86 (%90.53) tweetle seçmenler; övücü duyguda 1'er (%3.23) tweetle partililer,

paydaşlar, gençler, seçmenler; destekleyici duyguda 2 (%100) tweetle paydaşlar; eleştirel duyguda 12 (%44.44) tweetle siyasi rakipler; uyarı tehdit duygusunda 2 (%33.33) tweetle illegal örgütler/yapılardır.

Seçimin 2.turuna bakıldığında Recep Tayyip Erdoğan'ın ılımlı duyguda 10 (%52.63), övücü duyguda 5 (%71.43), beklenti/istek duygusunda 5 (%62.50), bilgilendirici duyguda 20 (%66.67) tweette seçmenlere; güven verici duyguda 2'ser (%33.33) tweette seçmenler ve depremzedelere; eleştirel duyguda 7 (%58.33) tweette siyasi rakiplere yönelik mesaj paylaşmıştır. Kemal Kılıçdaroğlu'nun ılımlı duyguda 6 (%50.00), güven verici duyguda 2 (%40.00), beklenti/istek duygusunda 9 (%64.29), bilgilendirici duyguda 16 (%100) tweeti seçmenlere; övücü duyguda 1 (%100) tweeti STK/dernek/kulüplere; eleştirel duyguda 3'er (%42.86) tweeti siyasi rakiplere ve gençlere; uyarı tehdit duygusunda 2 (%66.67) tweeti siyasi rakiplere; nefret duygusunda 2 (%100) tweeti ise siyasi rakiplere hitaben paylaşmıştır.

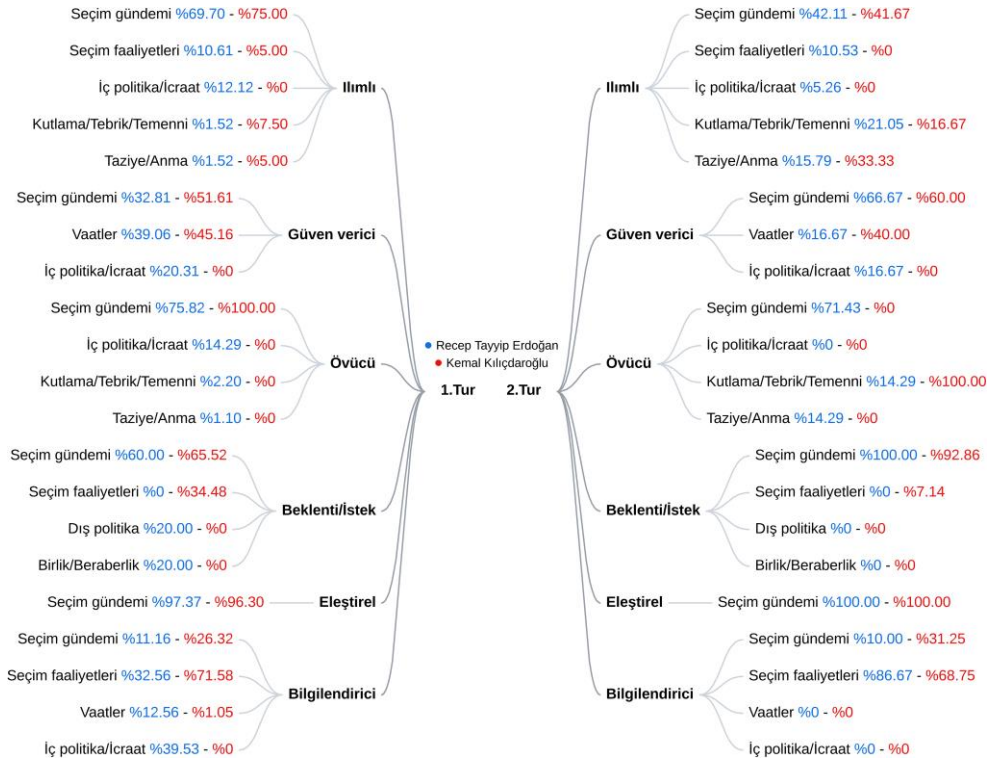


Şekil 9. İletinin Duygusu ve Hedef Kitesine Göre Paylaşım Oranları

İletinin duygusu ve konusuna göre paylaşım oranları Şekil 10'da verilmiştir. 1.turda Recep Tayyip Erdoğan'ın pozitif ılımlı söylemlerle paylaştığı tweetlerin 46'sının (%69.70) seçim gündemine ait konular olduğu görülmektedir. Güven verici dilde vaatler konusunda paylaştığı 25 (%39.06) tweet diğer konulara göre öne çıkmaktadır. Şekilden görüleceği üzere övücü dilde 69 (%75.82), beklenti/istekte 6 (%60.00) öne çıkan tweetler seçim gündemi konusuna aittir. Eleştirel dilin kullanıldığı tweetlerin 37'si (%97.37) seçim gündemi, bilgilendirici dilin kullanıldığı 85 (%39.53) tweet iç politika/icraat konusundadır. Recep Tayyip Erdoğan uyarı/tehdit dilinde ve destekleyici söylem diliyle herhangi bir paylaşımında bulunmamıştır. Kemal Kılıçdaroğlu'nun pozitif ılımlı kategoride en çok paylaşım 30 (%75) tweetle seçim gündemine aittir.

Kılıçdaroğlu güven verici dili 16 tweetle (%51.61) seçim gündemi ile alakalı tweetlerde kullanmıştır. Övücü dili kullandığı paylaşımlardan 4 (%100), beklenti/istek içeren 19 (65.52), destekleyici 2 (%100), uyarı/tehdit içeren 5 (%83.33) tweet seçim gündemi ile alakalıdır. 1.turda Recep Tayyip Erdoğan'ın paylaşım yaptığı fakat Kemal Kılıçdaroğlu'nun yapmadığı iletinin duygusuna göre konular ve bu konularda yer alan tweet sayıları şöyledir; ılımlıda iç politika/icraat 8 (%12.12), birlik/beraberlik 1 (%1.52); güven vericide seçim faaliyetleri 3 (%4.69), iç politika/icraat 13 (%20.31), taziye/anma 1 (%1.56), birlik/beraberlik 1 (%1.56); övücüde seçim faaliyetleri 2 (%2.20), vaatler 3 (%3.30), iç politika/icraat 13 (%14.29), dış politika 1 (%1.10), kutlama/tebrik/temenni 2 (%2.20), taziye/anma 1 (%1.10); beklenti/istekte dış politika 2 (%20.00), birlik/beraberlik 2 (%20.00); eleştirelde vaatler 1 (%2.63); bilgilendiricide iç politika/icraat 85 (%39.53), dış politika 3 (%1.40), kültür/sanat 1 (%0.47), kutlama/tebrik/temenni 4 (%1.86), birlik/beraberlik 1 (%0.47). Kemal Kılıçdaroğlu'nun paylaştığı ve Recep Tayyip Erdoğan'ın paylaşmadığı konular ise şu şekilde ortaya çıkmıştır; güven vericide kültür/sanat 1 (%3.23); beklenti/istekte seçim faaliyetleri 10 (%34.48); destekleyicide seçim gündemi 2 (%100); eleştirelde güvenlik 1 (%3.70); uyarı/tehditte seçim gündemi 5 (%83.33), dış politika 1 (%16.7); bilgilendiricide güvenlik 1'dir (%1.05).

2.tur verileri incelendiğinde Recep Tayyip Erdoğan'ın paylaşımlarının duygu ve konusunda öne çıkan tweetler; ılımlıda 8 (%42.11), güven vericide 4 (%66.67), övücüde 5 (%71.43), beklenti/istekte 8 (%100), eleştirelde 12 (%100) tweetin konusu seçim gündemidir. Bilgilendirici dilin kullanıldığı tweetlerin 26'sı (%86.67) seçim faaliyetleriyle ilgilidir. Recep Tayyip Erdoğan seçim 2.turunda da uyarı/tehdit ve nefret dilinde herhangi bir paylaşımında bulunmamıştır. Kemal Kılıçdaroğlu'nun 2.turdaki ılımlı dil kullandığı 5 (%41.67), güven verici 3 (%60.00), beklenti/istek içeren 13 (%92.86) tweeti seçim gündemiyle alakalıdır. Eleştirel dili 7 tweette (%100), uyarı/tehdit dilini 3 tweette (%100), nefret dilini 2 tweette (%100) sadece seçim gündemiyle alakalı paylaşımlarında kullanmıştır. Bilgilendirici dili ise en çok 11 tweetle (%68.75) seçim faaliyetleri konusundaki paylaşımlarında tercih etmiştir. Bu turda Recep Tayyip Erdoğan ılımlı duyguda 2 (%10.53) tweette seçim faaliyetleri, 1 tweette (%5.26) iç politika/icraat, 1 (%5.26) tweette birlik/beraberlik içeren; güven verici duyguda 1 (%16.67) tweette iç politika/icraata ilişkin; övücü duyguda 5 (%71.43) tweette seçim gündemi, 1 (%14.29) tweette taziye/anma mesajı; bilgilendirici kategorisinde 1 (%3.33) tweette kutlama/tebrik/temenni paylaşımı yapmasına karşın bu kategorilerde Kemal Kılıçdaroğlu'nun herhangi bir paylaşımı olmadığı belirlenmiştir.

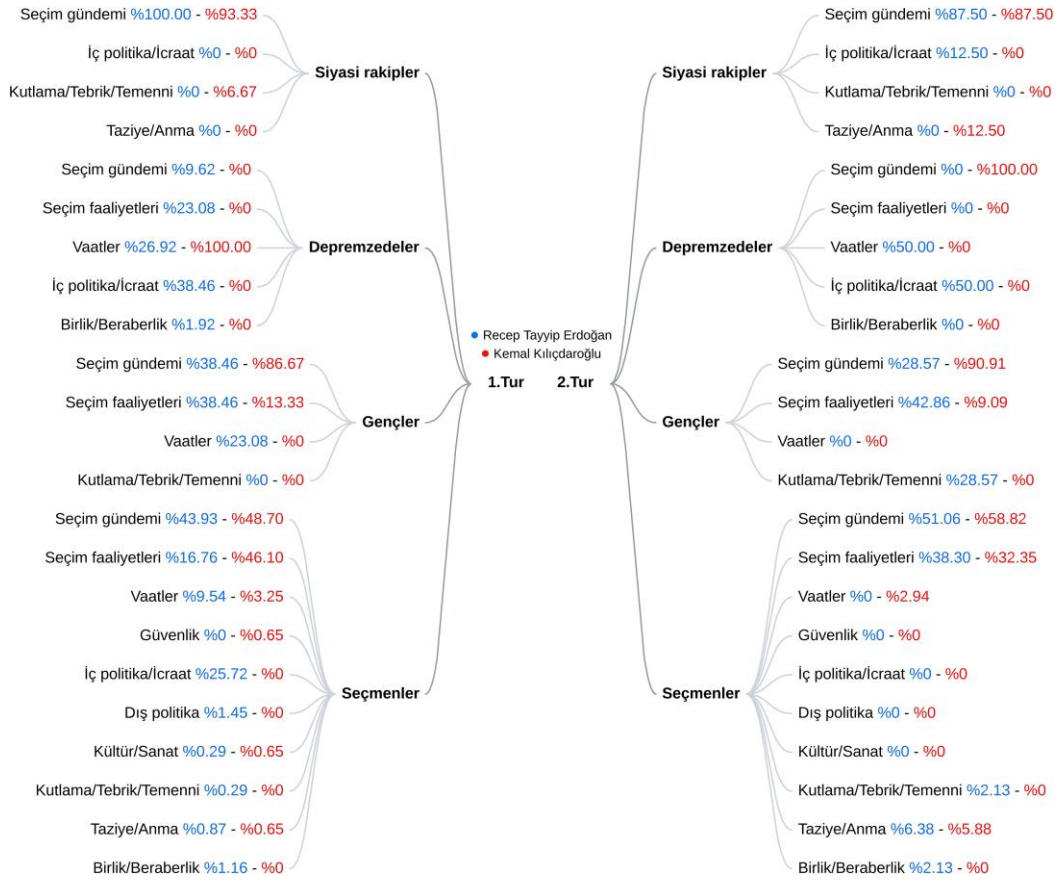


Şekil 10. İletinin Duygusu ve Konusuna Göre Paylaşım Oranları

Şekil 11'de iletinin hedef kitlesi ve konusuna göre paylaşım oranları görülmektedir. Buna göre 1.turda Recep Tayyip Erdoğan hedef kitlesi siyasi rakipleri olan tamamı seçim gündemiyle ilgili 30 (%100) tweet paylaşmıştır. Depremzedelere ise en çok iç politika/icraat konularını içeren 20 (%38.46) tweet ile ulaşmıştır. Recep Tayyip Erdoğan engelli vatandaşlara yönelik iç politika/icraat konularını içeren 3 (%60.00), çocuklara yönelik tamamı kutlama/tebrik/temenni mesajı olan 2 (%100) tweet paylaşımında bulunmuştur. Kadınlarsa en çok vaatler içeren 2 (%66.67) tweetle, gençlere seçim gündemi ve seçim faaliyetleri içeren 5 (%38.46) tweetle, emeklilere seçim gündemiyle alakalı 2 (%50.00) tweetle, çiftçilere seçim gündemiyle ilgili 1 (%100) tweetle, esnaflara iç politika/icraat konusunda 1 (%100) tweetle, STK/dernek/kulüplere seçim faaliyetleri ve kutlama/tebrik/temenniye yönelik 2'şer (%40.00) tweetle, kamu kurumları/çalışanlarına vaat içeren 5 (%31.25) tweetle seslenmiştir. Recep Tayyip Erdoğan'ın seçmenlere yönelik tweetlerinin 152'si (%43.93) seçim gündemi ile alakalı iken, diğer ülkeler/vatandaşlarına yönelik dış politika ile ilgili 2 (%100) paylaşım yapmıştır. Recep Tayyip Erdoğan'ın sanatçılara ve illegal örgütler/yapılara yönelik bir paylaşımı yoktur. Kemal Kılıçdaroğlu partililere yönelik seçim gündemiyle ilgili 5 (%100), paydaşlara seçim gündemiyle ilgili 4 (%100), siyasi rakiplere seçim gündemi içeren 14 (%93.33), depremzedelere tamamı vaat içeren 3 (%100) tweet paylaşmıştır. Kemal Kılıçdaroğlu'nun engellilere yönelik seçim gündemi konusunda 1 (%50.00) ve seçim faaliyetleri konusunda 1 (%50.00) paylaşımında bulunduğu; çocuklara seçim gündemiyle ilgili 2 (%66.67), gençlere aynı konuda 13 tweetle (%86.67) seslendiği; emeklilere hitaben sadece seçim faaliyetleri konusunda 1 tweet (%100) paylaştığı; sanatçılara vaatler konusunda 1 tweet (%100); çiftçilere vaatlere yönelik 2 (%66.67) tweet paylaşımı olduğu; fakat, esnaflara yönelik bir paylaşımı olmadığı; STK/dernek/kulüplere yönelik seçim faaliyetleri ve kutlama/tebrik/temenni konularında 1'er (%50.00); kamu kurumları/çalışanlarına yönelik 4 (%36.36) ve seçmenlere yönelik 75 (%48.70) paylaşımının seçim gündemiyle alakalı olduğu tespit edilmiştir.

Seçim 2.turunda Recep Tayyip Erdoğan partililere yönelik seçim gündemiyle alakalı 3 (%75.00), siyasi rakiplere yönelik aynı konuda 7 (%87.50) tweet paylaşmıştır. Recep Tayyip Erdoğan'ın depremzedelere yönelik 1'er (%50.00) tweetinin vaatler ve iç politika/icraatla, gençlere yönelik 3 (%42.86) tweetinin seçim faaliyetleriyle, kadınlara yönelik 1'er (%50.00) tweetinin seçim gündemi ve seçim faaliyetleriyle, esnaflara

yönelik 3 (%100) tweetininse seçim gündemi ile alakalı olduğu belirlenmiştir. Emeklilere ve çiftçilere yönelik herhangi bir tweeti bulunmayan Recep Tayyip Erdoğan'ın STK/dernek/kulüplere yönelik tweetlerinin 5 tanesi (%71.43) seçim faaliyetlerine ilişkin seçmenlere yönelik tweetlerinin 24'ü (%51.06) seçim gündemiyle, diğer ülkeler/vatandaşlarına yönelik tweetlerinin 1'i (%100) kutlama/tebrik/temenniyle alakalıdır. Kemal Kılıçdaroğlu'nun siyasi rakiplerine yönelik 7 (%87.50) ve depremzedelere yönelik 1 (%100) tweeti seçim gündemiyle, emeklilere ve çiftçilere yönelik 1 tweeti (%100) vaatlerle, STK/dernek/kulüplere yönelik tweetlerinin tamamı 2 (%100) tweeti kutlama/tebrik/temenni ile ilgilidir. Kemal Kılıçdaroğlu seçimin 2.turunda kadınlara, esnaflara, diğer ülkeler/vatandaşlarına yönelik herhangi bir tweeti bulunmamaktadır. Gençlere seslendiği tweetlerin 10'u (%90.91) ve seçmenlere seslendiği tweetlerin 20'si (%58.82) seçim gündemine ilişkindir.



Şekil 11. İletinin Hedef Kitleleri ve Konusuna Göre Paylaşım Oranları

6. Sonuç

Bu çalışmada, 2023 Cumhurbaşkanlığı seçiminin 2 turunda da yarışan Recep Tayyip Erdoğan ve Kemal Kılıçdaroğlu'nun kişisel X sosyal medya hesaplarından yaptıkları paylaşımlar incelenmiştir. Adaylık tespitinin yapıldığı 27.03.2023 ile 2.tur seçiminin gerçekleştiği 28.05.2023 arasındaki toplam 860 tweet, tematik analiz yöntemiyle analiz edilmiştir. Söylem dili temasına ait 3, iletinin duygusu temasına ait 9, iletinin hedef kitlesi temasına ait 17 ve iletinin konusu temasına ait 10 kod kodlayıcılar tarafından belirlenmiştir. 2 kodlayıcı tarafından gerçekleştirilen kodlamada uyum %98'in üzerindedir. Elde edilenler adaya, seçimin 1 ve 2.tur olmasına göre karşılaştırmalı olarak değerlendirilerek analiz edilmiştir.

Seçimin 1 ve 2.turlarındaki zaman dilimlerinde en çok tweeti Recep Tayyip Erdoğan paylaşmıştır. Kemal Kılıçdaroğlu'nun 2.turda sosyal medya paylaşımlarını arttırmasına rağmen Recep Tayyip Erdoğan'ın sosyal medyayı daha aktif kullandığı görülmüştür. Her 2 adayın pozitif söylemlerinin negatif söylemlerinden çok fazla olduğu ve 2.turda hem pozitif hem de negatif söylemlerinin oranının arttığı, buna

karşın nötr söylemlerin oranının azaldığı belirlenmiştir. Adayların 1 ve 2.turlarda duygu içermeyen bilgilendirici türünden paylaşımları daha fazla yaptıkları, 2.turda bu oranın azaldığı, ileti duygusunun adaya ve tura göre farklılaştığı; Recep Tayyip Erdoğan 1.turda övücü, ılımlı ve güven verici duygular barındıran iletiler paylaşırken Kemal Kılıçdaroğlu'nun ılımlı, güven verici ve beklenti/istek içeren iletiler paylaştığı; adayların iletilerinde tercih ettikleri duyguyu 2.turda değiştirdikleri, bilgilendirici tür yerine duygu içeren mesajlarla seçmen duygularının ve dolayısıyla seçmenlerin harekete geçirilmesine yönelik paylaşımlar yaptıkları; Recep Tayyip Erdoğan'ın ılımlı, eleştirel ve beklenti/istek iletilerinin, Kemal Kılıçdaroğlu'nun ise beklenti/istek, ılımlı ve eleştirel duygu içeren iletilerin oranının 2.turda arttığı; Recep Tayyip Erdoğan'ın destekleyici, uyarı/tehdit ve nefret duygusu içeren paylaşımı bulunmadığı sonuçlarına ulaşılmıştır. Adayların 2 turda da en çok seçmenlere yönelik paylaşımlar yaptığı, 1.turda birçok kitleye hitaben paylaşımlar yapmaktalarken 2.turda seçmenlere yönelik paylaşımlar yerine özel gruplara seslenmeye başladıkları, 1.tura kıyasla 2.turda her 2 adayın siyasi rakiplerine ve gençlere hitaben paylaşımlarının oldukça arttığı, Recep Tayyip Erdoğan'ın depremzedelere yönelik paylaşımlarının ise azaldığı gözlenmiştir. Adayların 1.turda ülke ve dünya gündemine ilişkin genel konularla ilgili paylaşımlar yaparlarken özellikle 2.turda seçim gündemi ve faaliyetlerini odağa aldıkları, neredeyse yalnızca seçimle ilgili paylaşımlar yaptıkları; mevcut Cumhurbaşkanı olan Recep Tayyip Erdoğan'ın icraat makamında olması nedeniyle 2.turda azalmasına karşın iç politika/icraata yönelik paylaşımlarının olduğu fakat güvenlik konusunda herhangi bir paylaşımı bulunmadığı; Kemal Kılıçdaroğlu'nun ise her 2 turda iç politika/icraata ve birlik/beraberliğe yönelik gönderim yapmadığı söylenebilir. İletilerin konu ve alt konuları incelendiğinde yakın sonuçları olanlar olsa da paylaşım oranlarının adaya ve turlara göre farklılaşması; farklılaşmanın 1.turda seçim faaliyetleri ve vaatlerde, 2.turda ise neredeyse tüm konularda görülmesi; Recep Tayyip Erdoğan tarım/hayvancılık konusuna hiç yer vermezken Kemal Kılıçdaroğlu'nun 2 turda bu konuya yer vermesi; 1.turda Recep Tayyip Erdoğan'ın doğal afetle, Kemal Kılıçdaroğlu'nunsa hak/özgürlüklerle ilgili vaatlerinin fazla olması; 2.turdaki Recep Tayyip Erdoğan'ın vaatlerinin tamamının hak/özgürlüklerle ilgili olması, Kemal Kılıçdaroğlu'nun sandığa davet ve tarım/hayvancılığa yönelik vaatlerinin oranının yüksekliği; adayların 1.tur seçim faaliyetlerini çok çeşitli ortamlarda yürütürlerken 2.turda miting/toplantı/gezilere ağırlık vermeleri dikkat çekicidir.

Aday paylaşımlarının söylem dili ve duygusunun adaya, seçimin 1 ve 2.tur olmasına bağlı olarak değiştiği; ağırlıklı olarak Recep Tayyip Erdoğan'ın 1.turda pozitif söylemlerde övücü, Kemal Kılıçdaroğlu'nun ılımlı; çoğunlukla her 2 adayın 2.turdaki negatif söylemlerde eleştirel ve 2.turdaki pozitif söylemlerde ılımlı mesaj içeren tweetler paylaştıkları görülmüştür. Paylaşım oranları söylem dili ve hedef kitlesi bağlamında değerlendirildiğinde adaya ve seçim turuna göre benzer ve farklı durumlar olduğu tespit edilmiştir; 2 turda adayların pozitif söylemleri daha çok seçmenlere, negatif söylemleri ise siyasi rakiplere yönelik mesajlarda tercih ettikleri; seçim turuna göre hedef kitlelere yönelik söylem dilinin değişkenlik gösterdiği gözlenmiştir. Genel itibarıyla her 2 adayın 1 ve 2.turdaki pozitif ve negatif söylemleri seçim gündemi konusuyla ilgilidir. Adayların ılımlı, güven verici, övücü, beklenti/istek ve bilgilendirici mesajlarını seçmenlere yönelik paylaştıkları; eleştirel mesajlardaki muhatabın adaya ve seçim turuna göre farklılaştığı, 1.turda her 2 adayın eleştirel mesajlarının siyasi rakiplere ithafen paylaşıldığı, 2.turda ise Recep Tayyip Erdoğan'ın 1.turdakine benzer şekilde eleştirel mesajlarının siyasi rakiplerine yönelik olduğu fakat Kemal Kılıçdaroğlu'nun eleştirel duygu içerikli mesajlarının siyasi rakipler ve gençlere yönelik paylaşıldığı bilgisine ulaşılmıştır. Her 2 adayda ve turda ılımlı, beklenti/istek ve eleştirel duygularındaki paylaşımların çoğunlukla seçim gündemine ilişkin mesajlar içerdiği; güven verici, övücü ve bilgilendirici türden paylaşımların adaya ve seçim turuna göre değişkenlik gösterdiği belirlenmiştir. Adayların siyasi rakiplerine ve seçmenlere yönelik 1 ve 2.turda en çok seçim gündemiyle ilgili paylaşımlarda bulunduğu; depremzedelere yönelik Recep Tayyip Erdoğan'ın 1.turda iç politika/icraatlarıyla, 2.turda ise vaatleri ve iç politika/icraatlarıyla ilgili paylaşımlar yaptığı, buna karşın Kemal Kılıçdaroğlu'nun depremzedelere hitaben 1.turda vaatlerle, 2.turda ise seçim gündemiyle ilgili iletiler gönderdiği; gençlere yönelik paylaşımlarda Recep Tayyip Erdoğan 1.turda seçim gündemi ve seçim faaliyetleri konularını daha çok işlerken Kemal Kılıçdaroğlu'nun bu turda seçim gündemini ele aldığı; gençlere yönelik 2.tur paylaşımlarında Recep Tayyip Erdoğan'ın seçim faaliyetlerine değindiği, Kemal Kılıçdaroğlu'nun ise seçim gündemini konu edindiği sonuçlarına ulaşılmıştır.

7. Extended Abstract

It can be said that the history of politics began with the existence of human beings in the world. In politics, parties and politicians have something to say to the masses and various communication techniques and methods are used for this purpose. Social media, one of the most widely used tools, greatly affects the flow of social and political life in the modern age. The media has the power to direct societies with the power it possesses. Today, social networks are the most important platforms used strategically to influence voters and change their preferences.

The periods when political communication is planned most intensively and effectively are election periods. Developments in information technologies have caused politics to shift to social media. Recently, politicians have been actively using social media platforms as political communication tools to introduce themselves to voters and to carry out election activities.

In this study, the personal X social media posts of Recep Tayyip Erdoğan and Kemal Kılıçdaroğlu, who competed in in both rounds of the 2023 presidential election, were analysed. Between March 27th, 2023, when the candidates' determinations were decided, and May 28th, 2023, when the 2nd round of voting was held, 860 tweets from the candidates were scrutinized through thematic analysis. 3 codes belonging to the discourse language theme, 9 codes belonging to the emotion of the message theme, 17 codes belonging to the target audience theme and 10 codes belonging to the subject of the message theme were determined by the coders. The coding agreement, which was carried out by 2 coders, was over 98%. The results were analysed comparatively depending on the candidate and whether the election was in the 1st or 2nd round.

Recep Tayyip Erdoğan shared the most tweets during the election period. Although Kemal Kılıçdaroğlu increased his social media posts in the 2nd round, it was observed that Recep Tayyip Erdoğan used social media more actively in both rounds. It was determined that the positive discourse of both candidates was much higher than their negative discourse and the rate of both positive and negative discourse increased in the 2nd round, whereas the rate of neutral discourse decreased. It was observed that the candidates shared more informative messages that did not contain emotion in the 1st and 2nd rounds, this ratio decreased in the 2nd round, and the message emotion differed according to the candidate and the round; Recep Tayyip Erdoğan shared messages with laudatory, moderate and reassuring emotions in the 1st round, while Kemal Kılıçdaroğlu shared messages with moderate, reassuring and expectation/request. It was determined that the candidates changed the emotion they preferred in their messages in the 2nd round, instead of informative messages they shared messages that contained emotions, aiming to mobilize voters' emotions and therefore the voters. The proportion of Recep Tayyip Erdoğan's moderate, critical and expectation/request messages, and Kemal Kılıçdaroğlu's messages containing expectation/request, moderate and critical sentiment, increased in the 2nd round. In both rounds, Recep Tayyip Erdoğan did not have share any supportive, warning/threatening or hateful posts. The candidates mostly shared posts towards to voters in the 2nd round. While in the 1st round they shared posts addressing many audiences, in the 2nd round they started to address more specific groups instead of posts towards to voters. Compared to the 1st round, the posts of both candidates addressing their political dissident and young people increased considerably in the 2nd round and Recep Tayyip Erdoğan's posts about earthquake victims have decreased. While the candidates shared posts about general issues regarding the country and the world agenda in the 1st round, they focused on the election agenda and activities especially in the 2nd round and shared posts almost exclusively about the election. Although it decreased in the 2nd round, because of the current President, Recep Tayyip Erdoğan, is in the executive position, it was determined that he had posts about domestic policy/performance, but he did not have any posts about security. Kemal Kılıçdaroğlu did not make any posts regarding domestic policy/performance and unity/solidarity in both rounds. When the topics and sub-topics of the messages are examined, although they have similar results, the sharing rates differ depending on the candidates and rounds. The differentiation was seen in election activities and promises in the 1st round, and in almost all issues in the 2nd round. While Recep Tayyip Erdoğan did not include the subject of agriculture/livestock at all, Kemal Kılıçdaroğlu included this issue in both rounds. In the 1st round, Recep Tayyip Erdoğan has many promises regarding natural disaster and Kemal Kılıçdaroğlu has many promises regarding

rights/freedoms. It is noteworthy that in the 2nd round, Recep Tayyip Erdoğan's all promises were related to rights/freedoms and the high rate of Kemal Kılıçdaroğlu's promises regarding invitations to the ballot box and agriculture/livestock farming. In addition, it was determined that the candidates focused on a wide variety of election activities in the 1st round, and on meeting/assemblies/trips in the 2nd round.

Keywords: Presidential Election, Social Media, X, Political Communication, Thematic Analysis.

Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı / Contribution of Authors

Yazarların çalışmadaki katkı oranları Mehmet Fatih KARACA %40/ Pakize KAZANCI %30/ Güler UZUN %30 şeklindedir.
The authors' contribution rates in the study are Mehmet Fatih KARACA %40/ Pakize KAZANCI %30/ Güler UZUN %30 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.

Kaynakça

- Aslan, M. G. (2013). Yeni medyanın "Yeni" liği üzerine. *Yeni Medya Çalışmaları I. Ulusal Kongresi*, 102-110. Kocaeli.
- Aziz, A. (2011). *Siyasal iletişim*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Bernays, E. (2005). *Propaganda*. New York: Ig Publishing. https://www.voltairenet.org/IMG/pdf/Bernays_Propaganda_in_english_.pdf adresinden alındı
- Bostancı, M. (2015). Bir siyasal iletişim aracı olarak sosyal medya: Milletvekili ve seçmen örneğinde bir alan araştırması. [Yayımlanmış Doktora Tezi]. Kayseri: Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Bronstein, J. (2013). Like me! Analyzing the 2012 Presidential candidates' Facebook pages. *Online Information Review*, 37(2), 173-192. <https://doi.org/10.1108/OIR-01-2013-0002>
- Conover, M., Ratkiewicz, J., Francisco, M., Gonçalves, B., Flammini, A., & Menczer, F. (2011). Political polarization on Twitter. *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media*, 5(1), 89-96. Limassol. <https://doi.org/10.1609/icwsm.v5i1.14126>
- Demirhan, K. (2017). Yeni medyada siyasal iletişim sürecinin kavramsallaştırılmasında alternatif modeller: müzakereci ve agonistik demokrasi yaklaşımları. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 5(1), 174-200. <https://doi.org/10.19145/gumuscomm.288417>
- Digital Marketing Institute. (2021, Kasım 11). Which social media platforms should you use for your business? <https://digitalmarketinginstitute.com/blog/which-social-media-platforms-should-you-use-for-your-business> adresinden alındı
- Dilmen, N. (2014). Yeni medya kavramı çerçevesinde internet günlükleri-bloglar ve gazeteciliğe yansımaları. *Marmara İletişim Dergisi*, 12(12), 113-122. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/maruid/issue/445/3501> adresinden alındı
- Duman, D., & Sun İpekşen, S. (2013). Türkiye'de genel seçim kampanyaları. *Journal of Turkish Studies*, 8(7), 117-135. <https://doi.org/10.7827/TurkishStudies.5047>
- Fuchs, C., Hofkirchner, W., Schafranek, M., Raffl, C., Sandoval, M., & Bichler, R. (2010). Theoretical foundations of the web: Cognition, communication, and co-operation. Towards an understanding of web 1.0, 2.0, 3.0. *Future Internet*, 2(1), 41-59. <https://doi.org/10.3390/fi2010041>
- Gaur, S., & Srivastava, S. (2016). Snapchat a potential tool for social media marketing. *International Conference on "Social Media Revolution: The end of Traditional Marketing Communication?"*. Maharashtra
- Gunelius, S. (2011). *30 minute socialmedia marketing: Step-by-step techniques to spread the word about your business fast and free*. New York: McGraw Hill. <https://epdf.pub/30-minute-social-media-marketing-step-by-step-techniques-to-spread-the-word-abou.html> adresinden alındı
- Güngör, N. (2011). *İletişim kuramlar ve yaklaşımlar*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Heywood, A. (2019). *Siyaset*. (F. Bakırcı, Çev.). Ankara: Felix Kitap.
- Kushin, J. M., & Yamamoto, M. (2010). Did social media really matter? College students' use of online media and political decision making in the 2008 election. *Mass Communication and Society*, 13(5), 608-630. <https://doi.org/10.1080/15205436.2010.516863>
- Maigret, E. (2011). *Medya ve iletişim sosyolojisi*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Mayfield, A. (2008). What is social media? http://crmchange.com/uploadedFiles/White_Papers/PDF/What_is_Social_Media_iCrossing_ebook.pdf adresinden alındı
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook (2nd ed.)*. California: Sage Publications.
- Namey, E., Guest, G., Thairu, L., & Johnson, L. (2008). Data reduction techniques for large qualitative data sets. *Handbook for team-based qualitative research* (137-168). içinde Lanham: Altamira Press.
- Özutku, F., Çopur, H., Sığın, İ., İltter, K., Küçükıylmaz, M., & Arı, Y. (2014). *Sosyal medyanın ABC'si*. İstanbul: Alfa Basım Yayın Dağıtım.
- Qualter, T. H. (1980). Propaganda teorisi ve propagandanın gelişimi (Çeviren: Ünsal Oskay). *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 35(1), 255-307. https://doi.org/10.1501/SBFder_0000001406
- Scott, D. M. (2010). *The new rules of marketing and PR (2nd ed.)*. New Jersey: Wiley.

Smith, K. N. (2011). Social media and political campaigns. chancellor's honors program projects. https://trace.tennessee.edu/utk_chanhonoproj/1470/ adresinden alındı

Soboleva, A., Burton, S., & Khan, A. (2015). Marketing with Twitter: Challenges and opportunities. *Maximizing Commerce and Marketing Strategies through Micro-Blogging* (1-39). içinde IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-4666-8408-9.ch001>

Taşkın, Y. (2014). *Siyaset Kavramlar, Kurumlar, Süreçler*. İstanbul: İletişim Yayınları.

Thackeray, R., Neiger, B. L., Hanson, C. L., & McKenzie, J. F. (2008). Enhancing promotional strategies within social marketing programs: Use of Web 2.0 social media. *Health Promotion Practice*, 9(4), 338-343. <https://doi.org/10.1177/1524839908325335>

We Are Social. (2024, Ocak 31). Digital 2024: 5 billion social media users. <https://wearesocial.com/uk/blog/2024/01/digital-2024-5-billion-social-media-users/> adresinden alındı

Yetkin, B. (2019). 2019 Yerel seçimlerinde adayların Twitter kullanımı. *Moment Dergi*, 6(2), 382-405. <https://doi.org/10.17572//mj2019.2.382405>

Yıldırım, A. (2014). Bir halkla ilişkiler aracı olarak Twitter:TC. Sağlık Bakanlığı örnek incelemesi. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 2(4), 234-253. <https://doi.org/10.19145/guifd.88026>

YSK. (2023a). Yüksek Seçim Kurulunun 27/03/2023 tarihli ve 2023/280 sayılı kararı ve eki Cumhurbaşkanlığı seçimi geçici aday listesi. <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2023/03/20230328-8.pdf> adresinden alındı

YSK. (2023b). Cumhurbaşkanlığı seçimi 2. oylaması yurt içi, yurt dışı ve gümrük sandıkları dahil Cumhurbaşkanlığı seçimi sonucu. <https://www.ysk.gov.tr/doc/dosyalar/docs/14Mayis2023/KesinSecimSonuclari/2023CB-TumSecimSonuclukinciTur.pdf> adresinden alındı

Ekler

Ek 1. Söylem Dili Temasına Göre Paylaşım Sayıları/Oranları

Tur	Söylem Dili	Recep Tayyip Erdoğan Kemal Kılıçdaroğlu			
		f	%	f	%
1.tur	Pozitif	231	47.73	106	45.30
	Negatif	38	7.85	33	14.10
	Nötr	215	44.42	95	40.60
2.tur	Pozitif	40	48.78	32	53.33
	Negatif	12	14.63	12	20.00
	Nötr	30	36.59	16	26.67

Ek 2. İletinin Duygusu Temasına Göre Paylaşım Sayıları/Oranları

Tur	Duygu	Recep Tayyip Erdoğan Kemal Kılıçdaroğlu			
		f	%	f	%
1.tur	İlimli	66	13.64	40	17.09
	Güven verici	64	13.22	31	13.25
	Övücü	91	18.80	4	1.71
	Beklenti/İstek	10	2.07	29	12.39
	Destekleyici	-	-	2	0.85
	Eleştirel	38	7.85	27	11.54
	Uyarı/Tehdit	-	-	6	2.56
	Nefret	-	-	-	-
	Bilgilendirici	215	44.42	95	40.60
	2.tur	İlimli	19	23.17	12
Güven verici		6	7.32	5	8.33
Övücü		7	8.54	1	1.67
Beklenti/İstek		8	9.76	14	23.33
Destekleyici		-	-	-	-
Eleştirel		12	14.63	7	11.67
Uyarı/Tehdit		-	-	3	5.00
Nefret		-	-	2	3.33
Bilgilendirici		30	36.59	16	26.67

Ek 3. İletinin Hedef Kitleсі Temasına Göre Paylaşım Sayıları/Oranları

Tur	Hedef Kitle	Recep Tayyip Erdoğan Kemal Kılıçdaroğlu				
		f	%	f	%	
1.tur	Partililer	3	0.62	5	2.14	
	Paydaşlar	-	-	4	1.71	
	Siyasi rakipler	30	6.20	15	6.41	
	Depremzedeler	52	10.74	3	1.28	
	Engelliler	5	1.03	2	0.85	
	Çocuklar	2	0.41	3	1.28	
	Gençler	13	2.69	15	6.41	
	Kadınlar	3	0.62	6	2.56	
	Emekliler	4	0.83	1	0.43	
	Sanatçılar	-	-	1	0.43	
	Çiftçiler	1	0.21	3	1.28	
	Esnafıar	2	0.41	-	-	
	STK/Dernek/Kulüp	5	1.03	2	0.85	
	Kamu kurumları/Çalışanları	16	3.31	11	4.70	
	Seçmenler	346	71.49	154	65.81	
	Diğer ülkeler/Vatandaşları	2	0.41	7	2.99	
	İllegal örgütler/Yapılar	-	-	2	0.85	
	2.tur	Partililer	4	4.88	-	-
		Paydaşlar	-	-	-	-
		Siyasi rakipler	8	9.76	8	13.33
Depremzedeler		2	2.44	1	1.67	
Engelliler		-	-	-	-	
Çocuklar		-	-	-	-	
Gençler		7	8.54	11	18.33	
Kadınlar		2	2.44	-	-	
Emekliler		-	-	1	1.67	
Sanatçılar		1	1.22	2	3.33	
Çiftçiler		-	-	1	1.67	
Esnafıar		3	3.66	-	-	
STK/Dernek/Kulüp		7	8.54	2	3.33	
Kamu kurumları/Çalışanları		-	-	-	-	
Seçmenler		47	57.32	34	56.67	
Diğer ülkeler/Vatandaşları		1	1.22	-	-	
İllegal örgütler/Yapılar		-	-	-	-	

Ek 4. İletinin Konusu Temasına Göre Paylaşım Sayıları/Oranları

Tur	Konu	Recep Tayyip Erdoğan Kemal Kılıçdaroğlu			
		f	%	f	%
1.tur	Seçim gündemi	203	41.94	127	54.27
	Seçim faaliyetleri	82	16.94	80	34.19
	Vaatler	57	11.78	17	7.26
	Güvenlik	-	-	2	0.85
	İç politika/İcraat	119	24.59	-	-
	Dış politika	7	1.45	2	0.85
	Kültür/Sanat	1	0.21	1	0.43
	Kutlama/Tebrik/Temenni	7	1.45	3	1.28
	Taziye/Anma	3	0.62	2	0.85
	Birlik/Berberlik	5	1.03	-	-
2.tur	Seçim gündemi	40	48.78	38	63.33
	Seçim faaliyetleri	28	34.15	12	20.00
	Vaatler	1	1.22	3	5.00
	Güvenlik	-	-	-	-
	İç politika/İcraat	2	2.44	-	-
	Dış politika	-	-	-	-
	Kültür/Sanat	-	-	-	-
	Kutlama/Tebrik/Temenni	6	7.32	3	5.00
	Taziye/Anma	4	4.88	4	6.67
	Birlik/Berberlik	1	1.22	-	-

Ek 5. İletin Konusu ve Alt Konularına Göre Paylaşım Sayıları/Oranları

Tur	Konu	Alt Konu	Recep Tayyip Erdoğan Kemal Kılıçdaroğlu			
			f	%	f	%
1.tur	Seçim gündemi	Siyasal beyanlar	165	81.28	102	80.31
		Sandığa davet	1	0.49	-	-
		Sandık güvenliği	3	1.48	2	1.57
		Sonuçların değerlendirilmesi	-	-	1	0.79
		Seçim çalışmalarına yönelik saldırılar	-	-	2	1.57
		Rakipleri eleştirme	34	16.75	20	15.75
	Seçim faaliyetleri	Miting/Toplantı/Gezi	43	52.44	53	66.25
		Radyo/Televizyon	12	14.63	8	10.00
		Sosyal medya	-	-	10	12.50
		İftar	27	32.93	9	11.25
	Vaatler	Alt yapı	3	5.26	-	-
		Üretim	16	28.07	-	-
		İstihdam	4	7.02	-	-
		Doğal afet	19	33.33	3	17.65
		Teknoloji	2	3.51	1	5.88
		Tarım/Hayvancılık	-	-	3	17.65
		Hak/Özgürlük	13	22.81	10	58.82
	Güvenlik	-	-	2	100.00	
	İç politika/İcraat	119	100.00	-	-	
	Dış politika	Siyasi ilişkiler	4	57.14	1	50.00
Sosyal ilişkiler		3	42.86	1	50.00	
Kültür/Sanat	1	100.00	1	100.00		
Kutlama/Tebrik/Temenni	7	100.00	3	100.00		
Taziye/Anma	3	100.00	2	100.00		
Birlik/Berberlik	5	100.00	-	-		
2.tur	Seçim gündemi	Siyasal beyanlar	20	50.00	15	39.47
		Sandığa davet	4	10.00	12	31.58
		Sandık güvenliği	2	5.00	1	2.63
		Sonuçların değerlendirilmesi	2	5.00	1	2.63
		Seçim çalışmalarına yönelik saldırılar	-	-	-	-
		Rakipleri eleştirme	12	30.00	9	23.68
	Seçim faaliyetleri	Miting/Toplantı/Gezi	23	82.14	9	75.00
		Radyo/Televizyon	4	14.29	2	16.67
		Sosyal medya	1	3.57	1	8.33
		İftar	-	-	-	-
	Vaatler	Alt yapı	-	-	-	-
		Üretim	-	-	-	-
		İstihdam	-	-	-	-
		Doğal afet	-	-	-	-
		Teknoloji	-	-	-	-
		Tarım/Hayvancılık	-	-	1	33.33
		Hak/Özgürlük	1	100.00	2	66.67
	Güvenlik	-	-	-	-	
	İç politika/İcraat	2	100.00	-	-	
	Dış politika	Siyasi ilişkiler	-	-	-	-
Sosyal ilişkiler		-	-	-	-	
Kültür/Sanat	-	-	-	-		
Kutlama/Tebrik/Temenni	6	100.00	3	100.00		
Taziye/Anma	4	100.00	4	100.00		
Birlik/Berberlik	1	100.00	-	-		

Ek 6. İletinin Söylem Dili ve Duygusuna Göre Paylaşım Sayıları/Oranları

Tur	Söylem Dili Duygu	Recep Tayyip Erdoğan Kemal Kılıçdaroğlu					
		f	%	f	%		
1.tur	Pozitif	İlimli	66	28.57	40	37.74	
		Güven verici	64	27.71	31	29.25	
		Övücü	91	39.39	4	3.77	
		Beklenti/İstek	10	4.33	29	27.36	
		Destekleyici	-	-	2	1.89	
	Negatif	Eleştirel	38	100.00	27	81.82	
		Uyarı/Tehdit	-	-	6	18.18	
	Nötr	Bilgilendirici	215	100.00	95	100.00	
	2.tur	Pozitif	İlimli	19	47.50	12	37.50
			Güven verici	6	15.00	5	15.63
Övücü			7	17.50	1	3.13	
Beklenti/İstek			8	20.00	14	43.75	
Eleştirel			12	100.00	7	58.33	
Negatif		Uyarı/Tehdit	-	-	3	25.00	
		Nefret	-	-	2	16.67	
Nötr		Bilgilendirici	30	100.00	16	100.00	

Ek 7. İletinin Söylem Dili ve Hedef Kitlesine Göre Paylaşım Sayıları/Oranları

Tur	Söylem Dili Hedef Kitle	Recep Tayyip Erdoğan Kemal Kılıçdaroğlu				
		f	%	f	%	
1.tur	Pozitif	Partililer	2	0.87	4	3.77
		Paydaşlar	-	-	4	3.77
		Siyasi rakipler	1	0.43	2	1.89
		Depremzedeler	25	10.82	2	1.89
		Engelliler	2	0.87	1	0.94
		Çocuklar	1	0.43	3	2.83
		Gençler	8	3.46	12	11.32
		Kadınlar	2	0.87	5	4.72
		Emekliler	3	1.30	1	0.94
		Sanatçılar	-	-	1	0.94
		Çiftçiler	-	-	3	2.83
		STK/Dernek/Kulüp	1	0.43	1	0.94
		Kamu kurumları/Çalışanları	10	4.33	5	4.72
		Seçmenler	174	75.32	57	53.77
	Diğer ülkeler/Vatandaşları	2	0.87	5	4.72	
	Negatif	Partililer	-	-	1	3.03
		Siyasi rakipler	29	76.32	13	39.39
		Depremzedeler	1	2.63	-	-
		Gençler	-	-	2	6.06
		Emekliler	1	2.63	-	-
STK/Dernek/Kulüp		1	2.63	-	-	
Kamu kurumları/Çalışanları		-	-	3	9.09	
Seçmenler		6	15.79	11	33.33	
Diğer ülkeler/Vatandaşları		-	-	1	3.03	
İllegal örgütler/Yapılar		-	-	2	6.06	
Nötr	Partililer	1	0.47	-	-	
	Depremzedeler	26	12.09	1	1.05	
	Engelliler	3	1.40	1	1.05	
	Çocuklar	1	0.47	-	-	
	Gençler	5	2.33	1	1.05	
	Kadınlar	1	0.47	1	1.05	
	Çiftçiler	1	0.47	-	-	
	Esnafar	2	0.93	-	-	
	STK/Dernek/Kulüp	3	1.40	1	1.05	
	Kamu kurumları/Çalışanları	6	2.79	3	3.16	
	Seçmenler	166	77.21	86	90.53	
	Diğer ülkeler/Vatandaşları	-	-	1	1.05	

2.tur	Pozitif	Partililer	3	7.50	-	-
		Siyasi rakipler	1	2.50	1	3.13
		Depremzedeler	2	5.00	1	3.13
		Gençler	5	12.50	7	21.88
		Kadınlar	1	2.50	-	-
		Emekliler	-	-	1	3.13
		Sanatçılar	1	2.50	2	6.25
		Çiftçiler	-	-	1	3.13
		Esnaflar	2	5.00	-	-
		STK/Dernek/Kulüp	2	5.00	2	6.25
2.tur	Negatif	Seçmenler	22	55.00	17	53.13
		Diğer ülkeler/Vatandaşları	1	2.50	-	-
		Siyasi rakipler	7	58.33	7	58.33
2.tur	Nötr	Gençler	-	-	4	33.33
		Seçmenler	5	41.67	1	8.33
		Partililer	1	3.33	-	-
		Gençler	2	6.67	-	-
		Kadınlar	1	3.33	-	-
		Esnaflar	1	3.33	-	-
		STK/Dernek/Kulüp	5	16.67	-	-
Seçmenler	20	66.67	16	100.00		

Ek 8. İletin Söylem Dili ve Konusuna Göre Paylaşım Sayıları/Oranları

Tur	Söylem Dili	Konu	Recep Tayyip Erdoğan Kemal Kılıçdaroğlu				
			f	%	f	%	
1.tur	Pozitif	Seçim gündemi	142	61.47	71	66.98	
		Seçim faaliyetleri	12	5.19	12	11.32	
		Vaatler	29	12.55	16	15.09	
		İç politika/İcraat	34	14.72	-	-	
		Dış politika	4	1.73	1	0.94	
		Kültür/Sanat	-	-	1	0.94	
		Kutlama/Tebrik/Temenni	3	1.30	3	2.83	
		Taziye/Anma	3	1.30	2	1.89	
	1.tur	Negatif	Birlik/Berberlik	4	1.73	-	-
			Seçim gündemi	37	97.37	31	93.94
			Vaatler	1	2.63	-	-
			Güvenlik	-	-	1	3.03
			Dış politika	-	-	1	3.03
			Seçim gündemi	24	11.16	25	26.32
2.tur	Pozitif	Seçim faaliyetleri	70	32.56	68	71.58	
		Vaatler	27	12.56	1	1.05	
		Güvenlik	-	-	1	1.05	
		İç politika/İcraat	85	39.53	-	-	
		Dış politika	3	1.40	-	-	
		Kültür/Sanat	1	0.47	-	-	
		Kutlama/Tebrik/Temenni	4	1.86	-	-	
		Birlik/Berberlik	1	0.47	-	-	
2.tur	Pozitif	Seçim gündemi	25	62.50	21	65.63	
		Seçim faaliyetleri	2	5.00	1	3.13	
		Vaatler	1	2.50	3	9.38	
		İç politika/İcraat	2	5.00	-	-	
		Kutlama/Tebrik/Temenni	5	12.50	3	9.38	
	2.tur	Negatif	Taziye/Anma	4	10.00	4	12.50
			Birlik/Berberlik	1	2.50	-	-
			Seçim gündemi	12	100.00	12	100.00
			Seçim faaliyetleri	3	10.00	5	31.25
			Nötr	Seçim faaliyetleri	26	86.67	11
Nötr	Kutlama/Tebrik/Temenni	1	3.33	-	-		

Ek 9. İletinin Duygusu ve Hedef Kitesine Göre Paylaşım Sayıları/Oranları

Tur	Duygu	Hedef Kitle	Recep Tayyip Erdoğan Kemal Kılıçdaroğlu				
			f	%	f	%	
1.tur	İlimli	Partililer	-	-	1	2.50	
		Paydaşlar	-	-	1	2.50	
		Siyasi rakipler	-	-	2	5.00	
		Depremzedeler	3	4.55			
		Engelliler	1	1.52			
		Çocuklar	1	1.52	2	5.00	
		Gençler	3	4.55	4	10.00	
		Kadınlar	-	-	2	5.00	
		Emekliler	1	1.52			
		STK/Dernek/Kulüp	-	-	1	2.50	
		Kamu kurumları/Çalışanları	3	4.55	1	2.50	
		Seçmenler	53	80.30	24	60.00	
		Diğer ülkeler/Vatandaşları	1	1.52	2	5.00	
		Güven verici	Siyasi rakipler	1	1.56		
	Depremzedeler		21	32.81	2	6.45	
	Engelliler		1	1.56			
	Çocuklar		-	-	1	3.23	
	Gençler		2	3.13			
	Kadınlar		1	1.56	2	6.45	
	Emekliler		1	1.56			
	Sanatçılar		-	-	1	3.23	
	Çiftçiler		-	-	2	6.45	
	Kamu kurumları/Çalışanları		5	7.81	3	9.68	
	Seçmenler		32	50.00	18	58.06	
	Diğer ülkeler/Vatandaşları		-	-	2	6.45	
	Övücü		Partililer	-	-	1	25.00
			Paydaşlar	-	-	1	25.00
		Gençler	3	3.30	1	25.00	
Kadınlar		1	1.10	-	-		
Emekliler		1	1.10	-	-		
STK/Dernek/Kulüp		1	1.10	-	-		
Kamu kurumları/Çalışanları		2	2.20	-	-		
Seçmenler		82	90.11	1	25.00		
Diğer ülkeler/Vatandaşları		1	1.10	-	-		
Beklenti/İstek		Partililer	2	20.00	2	6.90	
		Depremzedeler	1	10.00	-	-	
		Engelliler	-	-	1	3.45	
		Gençler	-	-	7	24.14	
		Kadınlar	-	-	1	3.45	
	Emekliler	-	-	1	3.45		
	Çiftçiler	-	-	1	3.45		
	Kamu kurumları/Çalışanları	-	-	1	3.45		
	Seçmenler	7	70.00	14	48.28		
	Diğer ülkeler/Vatandaşları	-	-	1	3.45		
	Destekleyici	Paydaşlar			2	100.00	
		Siyasi rakipler	29	76.32	12	44.44	
	Eleştirel	Depremzedeler	1	2.63	-	-	
		Gençler	-	-	2	7.41	
Emekliler		1	2.63	-	-		
STK/Dernek/Kulüp		1	2.63	-	-		
Kamu kurumları/Çalışanları		-	-	2	7.41		
Seçmenler		6	15.79	11	40.74		
Partililer		-	-	1	16.67		
Uyarı/Tehdit	Siyasi rakipler	-	-	1	16.67		
	Kamu kurumları/Çalışanları	-	-	1	16.67		
	Diğer ülkeler/Vatandaşları	-	-	1	16.67		
	İllegal örgütler/Yapılar	-	-	2	33.33		

1.tur devamı ... Bilgilendirici	Partililer	1	0.47	-	-
	Depremzedeler	26	12.09	1	1.05
	Engelliler	3	1.40	1	1.05
	Çocuklar	1	0.47	-	-
	Gençler	5	2.33	1	1.05
	Kadınlar	1	0.47	1	1.05
	Çiftçiler	1	0.47	-	-
	Esnaflar	2	0.93	-	-
	STK/Dernek/Kulüp	3	1.40	1	1.05
	Kamu kurumları/Çalışanları	6	2.79	3	3.16
	Seçmenler	166	77.21	86	90.53
	Diğer ülkeler/Vatandaşları	-	-	1	1.05
	İlimli	Siyasi rakipler	1	5.26	1
Depremzedeler		-	-	1	8.33
Gençler		3	15.79	1	8.33
Sanatçılar		1	5.26	2	16.67
Esnaflar		1	5.26	-	-
STK/Dernek/Kulüp		2	10.53	1	8.33
Seçmenler		10	52.63	6	50.00
Diğer ülkeler/Vatandaşları	1	5.26	-	-	
Güven verici	Depremzedeler	2	33.33	-	-
	Gençler	1	16.67	1	20.00
	Emekliler	-	-	1	20.00
	Çiftçiler	-	-	1	20.00
	Esnaflar	1	16.67	-	-
	Seçmenler	2	33.33	2	40.00
Övücü	Gençler	1	14.29	-	-
	Kadınlar	1	14.29	-	-
	STK/Dernek/Kulüp	-	-	1	100.00
	Seçmenler	5	71.43	-	-
Beklenti/İstek	Partililer	3	37.50	-	-
	Gençler	-	-	5	35.71
	Seçmenler	5	62.50	9	64.29
Eleştirel	Siyasi rakipler	7	58.33	3	42.86
	Gençler	-	-	3	42.86
	Seçmenler	5	41.67	1	14.29
Uyarı/Tehdit	Siyasi rakipler	-	-	2	66.67
	Gençler	-	-	1	33.33
Nefret	Siyasi rakipler	-	-	2	100.00
Bilgilendirici	Partililer	1	3.33	-	-
	Gençler	2	6.67	-	-
	Kadınlar	1	3.33	-	-
	Esnaflar	1	3.33	-	-
	STK/Dernek/Kulüp	5	16.67	-	-
	Seçmenler	20	66.67	16	100.00

Ek 10. İletinin Duygusu ve Konusuna Göre Paylaşım Sayıları/Oranları

Tur	Duygu	Konu	Recep Tayyip Erdoğan Kemal Kılıçdaroğlu			
			f	%	f	%
1.tur	İlimli	Seçim gündemi	46	69.70	30	75.00
		Seçim faaliyetleri	7	10.61	2	5.00
		Vaatler	1	1.52	2	5.00
		İç politika/İcraat	8	12.12	-	-
		Dış politika	1	1.52	1	2.50
		Kutlama/Tebrik/Temenni	1	1.52	3	7.50
		Taziye/Anma	1	1.52	2	5.00
		Birlik/Berberlik	1	1.52	-	-
	Güven verici	Seçim gündemi	21	32.81	16	51.61
		Seçim faaliyetleri	3	4.69	-	-
		Vaatler	25	39.06	14	45.16
		İç politika/İcraat	13	20.31	-	-
		Kültür/Sanat	-	-	1	3.23
		Taziye/Anma	1	1.56	-	-
	Övücü	Birlik/Berberlik	1	1.56	-	-
		Seçim gündemi	69	75.82	4	100.00
		Seçim faaliyetleri	2	2.20	-	-
		Vaatler	3	3.30	-	-
		İç politika/İcraat	13	14.29	-	-
		Dış politika	1	1.10	-	-
	Beklenti/İstek	Kutlama/Tebrik/Temenni	2	2.20	-	-
		Taziye/Anma	1	1.10	-	-
		Seçim gündemi	6	60.00	19	65.52
		Seçim faaliyetleri	-	-	10	34.48
	Destekleyici	Dış politika	2	20.00	-	-
		Birlik/Berberlik	2	20.00	-	-
		Seçim gündemi	-	-	2	100.00
	Eleştirel	Seçim gündemi	37	97.37	26	96.30
Vaatler		1	2.63	-	-	
Güvenlik		-	-	1	3.70	
Uyarı/Tehdit	Seçim gündemi	-	-	5	83.33	
	Dış politika	-	-	1	16.67	
Bilgilendirici	Seçim gündemi	24	11.16	25	26.32	
	Seçim faaliyetleri	70	32.56	68	71.58	
	Vaatler	27	12.56	1	1.05	
	Güvenlik	-	-	1	1.05	
	İç politika/İcraat	85	39.53	-	-	
	Dış politika	3	1.40	-	-	
	Kültür/Sanat	1	0.47	-	-	
	Kutlama/Tebrik/Temenni	4	1.86	-	-	
Birlik/Berberlik	1	0.47	-	-		

	Seçim gündemi	8	42.11	5	41.67
	Seçim faaliyetleri	2	10.53	-	-
	Vaatler	-	-	1	8.33
İlımlı	İç politika/İcraat	1	5.26	-	-
	Kutlama/Tebrik/Temenni	4	21.05	2	16.67
	Taziye/Anma	3	15.79	4	33.33
	Birlik/Berberlik	1	5.26	-	-
	Seçim gündemi	4	66.67	3	60.00
Güven verici	Vaatler	1	16.67	2	40.00
	İç politika/İcraat	1	16.67	-	-
2.tur	Seçim gündemi	5	71.43	-	-
Övücü	Kutlama/Tebrik/Temenni	1	14.29	1	100.00
	Taziye/Anma	1	14.29	-	-
	Seçim gündemi	8	100.00	13	92.86
Beklenti/İstek	Seçim faaliyetleri	-	-	1	7.14
Eleştirel	Seçim gündemi	12	100.00	7	100.00
Uyarı/Tehdit	Seçim gündemi	-	-	3	100.00
Nefret	Seçim gündemi	-	-	2	100.00
	Seçim gündemi	3	10.00	5	31.25
Bilgilendirici	Seçim faaliyetleri	26	86.67	11	68.75
	Kutlama/Tebrik/Temenni	1	3.33	-	-

Ek 11. İletin Hedef Kitle ve Konusuna Göre Paylaşım Sayıları/Oranları

Tur	Hedef Kitle	Konu	Recep Tayyip Erdoğan Kemal Kılıçdaroğlu			
			f	%	f	%
	Partililer	Seçim gündemi	2	66.67	5	100.00
		Seçim faaliyetleri	1	33.33	-	-
	Paydaşlar	Seçim gündemi	-	-	4	100.00
	Siyasi rakipler	Seçim gündemi	30	100.00	14	93.33
		Kutlama/Tebrik/Temenni	-	-	1	6.67
	Depremzedeler	Seçim gündemi	5	9.62	-	-
		Seçim faaliyetleri	12	23.08	-	-
		Vaatler	14	26.92	3	100.00
		İç politika/İcraat	20	38.46	-	-
		Birlik/Berberlik	1	1.92	-	-
	Engelliler	Seçim gündemi	2	40.00	1	50.00
		Seçim faaliyetleri	-	-	1	50.00
		İç politika/İcraat	3	60.00	-	-
	Çocuklar	Seçim gündemi	-	-	2	66.67
		Kutlama/Tebrik/Temenni	2	100.00	1	33.33
	Gençler	Seçim gündemi	5	38.46	13	86.67
		Seçim faaliyetleri	5	38.46	2	13.33
		Vaatler	3	23.08	-	-
	Kadınlar	Seçim gündemi	-	-	2	33.33
		Seçim faaliyetleri	-	-	1	16.67
		Vaatler	2	66.67	3	50.00
		Kutlama/Tebrik/Temenni	1	33.33	-	-
	Emekliler	Seçim gündemi	2	50.00	-	-
		Seçim faaliyetleri	1	25.00	1	100.00
		İç politika/İcraat	1	25.00	-	-
	Sanatçılar	Vaatler	-	-	1	100.00
1.tur	Çiftçiler	Seçim gündemi	1	100.00	1	33.33
		Vaatler	-	-	2	66.67
	Esnafılar	İç politika/İcraat	2	100.00	-	-
	STK/Dernek/Kulüp	Seçim gündemi	1	20.00	-	-
		Seçim faaliyetleri	2	40.00	1	50.00
		Kutlama/Tebrik/Temenni	2	40.00	1	50.00
	Kamu kurumları/Çalışanları	Seçim gündemi	3	18.75	4	36.36
		Seçim faaliyetleri	3	18.75	2	18.18
		Vaatler	5	31.25	3	27.27
		Güvenlik	-	-	1	9.09
		İç politika/İcraat	4	25.00	-	-
		Kutlama/Tebrik/Temenni	1	6.25	-	-
	Seçmenler	Taziye/Anma	-	-	1	9.09
		Seçim gündemi	152	43.93	75	48.70
		Seçim faaliyetleri	58	16.76	71	46.10
		Vaatler	33	9.54	5	3.25
		Güvenlik	-	-	1	0.65
		İç politika/İcraat	89	25.72	-	-
		Dış politika	5	1.45	-	-
		Kültür/Sanat	1	0.29	1	0.65
		Kutlama/Tebrik/Temenni	1	0.29	-	-
		Taziye/Anma	3	0.87	1	0.65
	Diğer ülkeler/Vatandaşları	Birlik/Berberlik	4	1.16	-	-
		Seçim gündemi	-	-	4	57.14
		Seçim faaliyetleri	-	-	1	14.29
	İllegal örgütler/Yapılar	Dış politika	2	100.00	2	28.57
		Seçim gündemi	-	-	2	100.00

Partililer	Seçim gündemi	3	75.00	-	-
	Seçim faaliyetleri	1	25.00	-	-
Siyasi rakipler	Seçim gündemi	7	87.50	7	87.50
	İç politika/İcraat	1	12.50	-	-
	Taziye/Anma	-	-	1	12.50
Depremzedeler	Seçim gündemi	-	-	1	100.00
	Vaatler	1	50.00	-	-
	İç politika/İcraat	1	50.00	-	-
Gençler	Seçim gündemi	2	28.57	10	90.91
	Seçim faaliyetleri	3	42.86	1	9.09
	Kutlama/Tebrik/Temenni	2	28.57	-	-
Kadınlar	Seçim gündemi	1	50.00	-	-
	Seçim faaliyetleri	1	50.00	-	-
2.tur Emekliler	Vaatler	-	-	1	100.00
Sanatçılar	Kutlama/Tebrik/Temenni	-	-	1	50.00
	Taziye/Anma	1	100.00	1	50.00
Çiftçiler	Vaatler	-	-	1	100.00
Esnafılar	Seçim gündemi	3	100.00	-	-
STK/Dernek/Kulüp	Seçim faaliyetleri	5	71.43	-	-
	Kutlama/Tebrik/Temenni	2	28.57	2	100.00
Seçmenler	Seçim gündemi	24	51.06	20	58.82
	Seçim faaliyetleri	18	38.30	11	32.35
	Vaatler	-	-	1	2.94
	Kutlama/Tebrik/Temenni	1	2.13	-	-
	Taziye/Anma	3	6.38	2	5.88
	Birlik/Beraberlik	1	2.13	-	-
Diğer ülkeler/Vatandaşları	Kutlama/Tebrik/Temenni	1	100.00	-	-

2023 Yılı Ödül Almış Gıda Ambalaj Tasarım Trendleri: Pentawards Örneği

Elif Arzen DEMİREL İNAL* 
Elif TARLAKAZAN** 

ÖZ

Rekabetin yükselen bir değer olduğu günümüzde, pazar koşullarında süregelen değişimler ambalaj tasarımının önemini artırmaktadır. Benzer ürün kategorilerinde birbirinden farklı milyonlarca ambalaj tasarımı piyasaya sürülmektedir. Bu noktada markanın diğer ürünlerden kendisini ayırması, tercih ettirmesi, yerini koruması ve/veya farkındalık yaratma çabası temel odak haline gelmiştir. Tüm bunların en büyük yardımcısı ambalaj tasarımıdır. Üretim noktasından başlayan paketleme, tüketiciye ulaşana kadar ve hatta tüketildikten sonra sürdürülebilirlik ve geri dönüşüm olgusuna varana kadar devam etmektedir.

Araştırmada nitel araştırma tekniklerinden tarama metodu esas alınmış ve betimsel analiz yöntemi kullanılmıştır. Araştırmanın amacı, 2023 yılında Pentawards tarafından beş farklı kategoride (Diamond Award, Platinum Award, Gold Award, Silver Award, Bronze Award) ödül alan ambalaj tasarımlarında kullanılan trendlerin, grafik tasarımı bağlamında nasıl ele alındıklarını incelemektir. Yarışmada farklı kategorilerden ambalaj tasarımları belirli bir dereceye sahip olmaksızın ve birden fazla olacak şekilde ödüllendirilmiştir. Bu sebeple her bir kategoriden ödül alan gıda ambalaj tasarımları rastgele örneklem yöntemiyle birer adet seçilmiştir. Araştırma, 2023 Pentawards ödülü almış gıda ürün ambalajları ile sınırlandırılmıştır. Araştırmada Pentawards 2023 Ambalaj Ödülleri'ne genel bir bakış sunulmuş, öne çıkan trendler ve tasarım yaklaşımları ele alınarak derinlemesine incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Grafik Tasarım, Ambalaj Tasarımı, Pazarlama, Tasarım İlkeleri, Tasarım Trendleri.

Award-Winning Food Packaging Design Trends of 2023: Pentawards Example

ABSTRACT

In today's era where competition is a rising value, ongoing changes in market conditions increasingly emphasize the importance of packaging design. Millions of distinct packaging designs are launched in similar product categories, highlighting the necessity for brands to differentiate, attract preference, maintain their position, and/or create awareness. Packaging design emerges as the primary focus to achieve these objectives. Beginning from production and continuing through packaging to consumer reach, considerations extend even to sustainability and recycling post-consumption.

The study adopts a qualitative research approach, specifically utilizing a scanning method and descriptive analysis. Its aim is to deeply investigate how trends in packaging design, as seen in the context of graphic design, are approached within the designs awarded in five categories (Diamond Award, Platinum Award, Gold Award, Silver Award, Bronze Award) by Pentawards in 2023. Recognizing multiple packaging designs from various categories without specific rankings, a random sampling method selected one example from each food packaging category that received an award. The research is limited to food product packaging designs awarded the Pentawards 2023, providing an overview of the competition and conducting an in-depth examination of prominent trends and design approaches.

Keywords: Graphic Design, Packaging Design, Marketing, Design Principles Design Trends.

1. Giriş

Günbegün gelişmekte olan pazarlama unsuru günümüzde de değişime ve inovasyona uğramaktadır. Hedef kitle farklılığına göre yeni pazarlama yaklaşımları üretilmekte ve uygulanmaktadır. Bu farklı yaklaşımlar rekabet ortamını güçlendirmektedir. Ayrıca yaşanan teknolojik ilerlemeler ve inovasyonlar, tüketicinin bilgi düzeyinin artmasını, iletişim becerilerinin kuvvetlenmesini ve arz-talep oranlarının da

* **Corresponding Author/Sorumlu Yazar**, Arş. Gör./Res. Asist., Bitlis Eren Üniversitesi, Bitlis, Türkiye/ Bitlis Eren University, Bitlis, Türkiye, eademirel@beu.edu.tr

** Doç. Dr./Assoc. Prof. Dr., Kastamonu Üniversitesi, Kastamonu, Türkiye/ Kastamonu University, Kastamonu, Türkiye, etarlakazan@hotmail.com

Makale Gönderim ve Kabul Tarihleri/Article Submission and Acceptance Dates: 16.04.2024-09.07.2024

Citation/Atf: Demirel İnal, E. A., Tarlakazan, E. (2024). 2023 yılı ödül almış gıda ambalaj tasarım trendleri: pentawards örneği. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 54, 285-299. <https://doi.org/10.52642/susbed.1469257>

etkilenmesini sağlamaktadır. Rekabet ortamında var olmayı başarmış her marka veya işletme için bir sonraki adım ürün kar marjını arttırmak olmuştur. Bunun için de ambalaj tasarımlarının farklılığı, diğer ürünlerden ayrışmasını sağlama ve satın almaya teşvik etme gibi özellikleri önem arz etmektedir.

Ambalaj tasarımı, bir ürünün tüketiciyle ilk temasını sağlayan önemli bir unsurdur. Görsel estetik, işlevsellik ve marka kimliği gibi faktörlerin bir araya gelmesiyle ortaya çıkan başarılı bir ambalaj tasarımı, ürünün pazarlama ve satış performansını büyük ölçüde etkileyebilir. Pentawards, dünya çapında bu alandaki başarılı çalışmalarını ödüllendiren prestijli bir platform olarak öne çıkmakta ve her yıl en yaratıcı, yenilikçi ve etkileyici ambalaj tasarımlarını ödüllendirmektedir. 2023 yılında düzenlenen Pentawards Ambalaj Ödülleri töreni, tasarım dünyasının en son trendlerini ve yeniliklerini sergilemiştir. Ambalajın, sadece bir ürünü korumak ve taşımakla kalmayıp aynı zamanda marka hikayesini anlatma ve tüketicilerle etkileşim kurma görevini üstlendiği günümüzde Pentawards kuruluşu başarılı ambalajları ödüllendirmekte ve tanıtmaktadır.

Ambalaj tasarımı konusunda uluslararası düzeyde faaliyet gösteren Pentawards kuruluşu dünyanın farklı birçok noktasından tasarımcıların göndermiş olduğu ambalaj tasarımları içerisinde her yıl beş farklı kategoride ambalajları seçerek ödüle layık görmektedir. 2007 yılında kurulan oluşuma 16 yılda 95'ten fazla ülke içerisinde 30.000'den fazla başvuru yapıldığı ifade edilmektedir. Kuruluşun misyonunda tasarımda mükemmelliğin takdir edilmesi, ilham kaynağı olmanın hedeflendiği bunun yanında uluslararası düzeyde konferanslar ve dijital etkinliklerin düzenlendiği bildirilmektedir (Pentawards, 2024).

Araştırmada 2023 yılında Pentawards'ın ödül verdiği elmas, platin, altın, gümüş, bronz ve yeni nesil ödül kategorilerinden rastgele örnekleme yöntemi kullanılarak seçilmiştir. Betimsel modellemeye dayalı bu araştırma kapsamında seçilen gıda sektöründe faaliyet gösteren ambalaj tasarımları grafik tasarımı bağlamında (çizgi, biçim, ölçü, yön, renk, doku, form, malzeme) incelenmiş ardından değerlendirilmiştir.

2. Ambalaj

İnsanoğlu varlığından günümüze kadar farklı tüketim biçimleriyle tüketim eylemi içinde bulunmuştur. Bunların başında besin gelmiş ve besini çeşitli şekillerde koruma amacıyla ambalaj kullanılmıştır. Zaman içerisinde ambalaj yalnızca ürünü korumak amacıyla değil, çağın gereklilikleriyle birlikte farklı misyonlar üstlenmiştir (Akdağ Satır, 2021, s. 2060). Artan ürün çeşitliliği bu misyonların sınırlarını oluşturmuştur. Bu noktada ambalajların tasarım unsurları gün yüzüne çıkmıştır. Ambalaj, ürünü doğru materyalle (cam, plastik, metal, ahşap, kompozit vb.) paketleyerek dış etkenlerden koruma, saklama, muhafaza etme, depolama ve nakliye etmek için kullanılmaktadır. Aynı zamanda tüketiciye doğru bilgi vermesi de gerekmektedir.

Tüm bunların yanında, artan rekabet ortamı içerisinde tasarlanan ambalajın diğer ambalajlardan ayrışması ve kendi kendini sattırması gerekmektedir. “Sessiz satıcı” olarak da adlandırılan ambalaj ilk olarak, 1973 yılında James Pilditch tarafından yayımlanan “The Silent Salesman” adlı kitabında bir satıcıya ihtiyaç duymadığını, bunu ambalajın kendisinin yapabilmesi gerektiğini ve böylece ambalaj tasarımının önemini vurgulamıştır (Becer, 2014, s. 17). Artan rekabet koşullarıyla birlikte artık günümüzde ambalaj, bir satıcıya ihtiyaç duymaksızın rakiplerinden farklılaşmış, ayrılarak tüketiciyi ikna eden bir unsur haline gelmiştir.

Mustafa Üçüncü tarafından 2011 yılında yayımlanan “Gıda Ambalajlama Teknolojisi” adlı kitapta tüketicinin genel olarak ambalajdan beklentileri Tablo 1’de maddeleştirilmiştir (Üçüncü, 2011, s. 6).

Tablo 1. Tüketicinin Ambalajdan Beklentileri (Üçüncü, 2011, s. 6).

Tüketicinin Ambalajdan Beklentileri	
Ürün Tanınırlığı	Şekli Rengi Belirgin Marka (logo)
Yeterli Bilgilendirme	Miktarı Raf Ömrü Fiyatı İçindekiler
Görünür Olma	Şeffaf Ambalaj
Kapak Tasarımı	Kaliteyi Koruma Amaçlı Ürün Muhafaza Değişmeyen Miktar (Porsiyon) Ellemeye Karşı Güvence
Ergonomik Özelliği	Elle Kavrama Kolaylığı Depolama ve İstiflemeye Uygun Kolay Açılıp Kapanma Özelliği
Çevreye Duyarlı Olma	Tamamen Boşaltılabilir Sürdülebilir Materyalin Kimliğini Belirtir İşaretlemeler Çöp Kutusunda Az Yer Kaplama

Yalnızca diğer ambalaj tasarımlarından ayrışması adına tasarlanan yeni formlar birçok sorunu beraberinde getirebilmektedir. Bir ambalaj tasarımının başarı elde edebilmesi için altı ana fonksiyona yer verilmelidir. Ambalaj tasarımlarının temel fonksiyonları şu şekilde sıralanabilir; bilgi verme, tutundurma, depolama, koruma, fiyatlandırma ve görsel fonksiyonlar. Ambalajın bilgi verme fonksiyonunda, ambalaj içerisindeki ürün hakkında marka, üretim/tüketim tarihleri, gramaj, besin öğeleri/içindekiler, tüketim önerisi, geri dönüşüm bilgileri, saklama koşulları vb. bilgilere yer verilmelidir. Bilgilendirme fonksiyonu Şekil 1’de ayrıntılı bir şekilde gösterilmektedir.

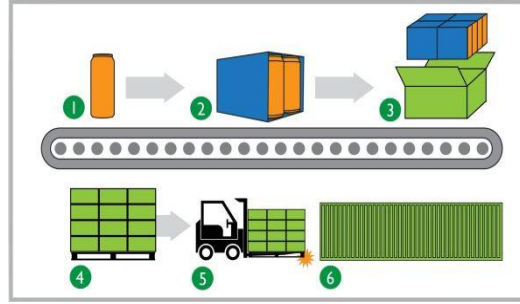
**Şekil 1.** Ambalajın Bilgi Verme Fonksiyonuna Örnek (Demirel İnal, 2023, s. 33)

“Tutundurma” yani “promosyon” kelimesi TDK’ya göre “özendirme” olarak açıklanmaktadır (TDK, 2024). Tutundurma fonksiyonu pek çok araçla elde edilebilmektedir. Şekil 2’deki gibi promosyon, reklam, billboard vb. araçlar kullanılarak ürünün tekrar satın alınmasını sağlayacak özendirme politikasını içermektedir (Tek, 1999, s. 374). Ambalajlarda kullanılan tutundurma fonksiyonunun temel amacı, ürün satışını arttırmak, tüketici ve marka arasında bağlılık oluşturmak, marka ve ürünün hatırdaki kalmasını arttırmak ve tüketicinin marka, ambalaj ve ürün hakkında olumlu tutum geliştirmesini sağlamaktır (STGM, 2021).



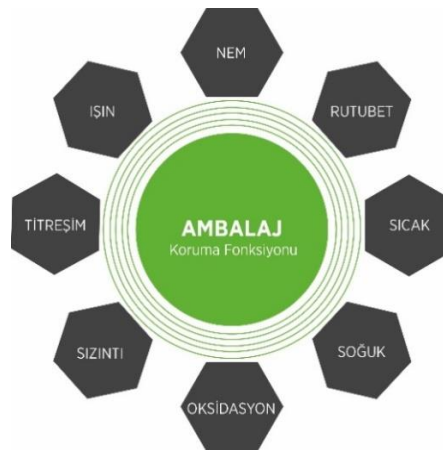
Şekil 2. Shell Promosyon Ürünler ile Tutundurma Politikası (Donanım Haber Forum, 2010).

Ambalajın depolama fonksiyonu ise, Şekil 3'teki gibi ürünü dış etkenlerden koruyacak bir materyalle buluşturmayı ve ergonomik bir şekilde minimum alanda istiflemeyi amaçlamaktadır. Satış ambalajı (birincil ambalaj) ve dış ambalajı (ikincil ambalaj) kapsayan bir ambalaj olduğu için mukavemetli olması gerekmektedir.



Şekil 3. Depolama Fonksiyonuna Örnek Ambalaj (Arge Ambalaj, 2020).

Ambalajın temel fonksiyonları arasında yer alan koruma fonksiyonu en önemli fonksiyon olarak tanımlanmaktadır. Bunun sebebi ise, Şekil 4'te gösterildiği gibi ürünü dış bulaşanlardan korumak ve raf ömrünü uzatmaktır. Koruma fonksiyonu ayrıca, ürün raflara yerleştirildikten sonra da düşme, çarpma, kırılma, elleme, açma/kapatma, ezilme vb. tehlikelere karşıda koruma sağlamaktadır.



Şekil 4. Ambalajın Koruma Fonksiyonu (Demirel İnal, 2023, s. 34).

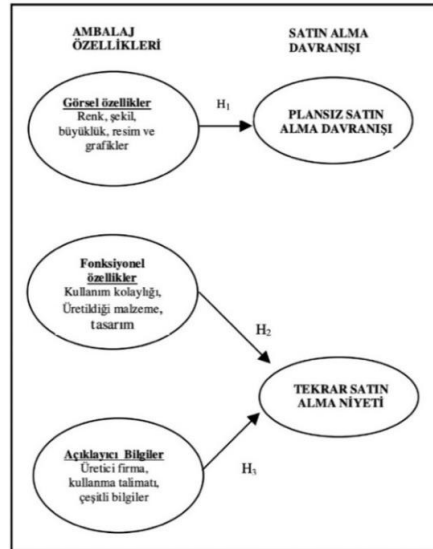
Pazarlama karması (4P) içerisinde yer alan fiyat, belli bir hizmet ya da ürün karşılığında feda edilen miktar olarak tanımlanmaktadır. Fiyatlandırma fonksiyonu, firmaların en fazla önem verdiği rekabet araçları içerisinde yer almaktadır (Tepe ve Taşkın, 2021, s. 156). Fiyatlandırma fonksiyonunu etkileyen bazı

özellikler şu şekilde sıralanabilmektedir, ambalaj malzemesi, formu, kalitesi, gramajı, boyutu, baskı tekniği, kullanılan renk sayısı. Gökalp'e ait "Gıda ürünleri satın alma davranışında ambalajın rolü" adlı araştırmanın sonucunda tüketici zihninde ambalajı kaliteli olan ürünün fiyatı arttırdığı düşüncesi yer almaktadır. Var olan düşüncenin şirketler tarafından farklı stratejiler geliştirilerek değiştirilmesinin faydalı olacağı savunulmaktadır (Gökalp, 2007, s. 89). Şekil 5'te verilen örnekteki gibi, %50 daha fazla, üç al iki öde, büyük boy, kişiye özgü tasarımlar veya ambalaja hediye görüntüsü vererek tüketiciye özel hissettirme stratejileri kullanılmaktadır.



Şekil 5. Ambalajın Fiyatlandırma Fonksiyonu (Hanibanacom, 2023).

Ambalajda görsel fonksiyonlar, renk, form, illüstrasyon, şekil ya da fotoğraflardan oluşmaktadır. Tüketiciyi ambalaja çeken ilk olarak görsel fonksiyonlar olmuştur. Market rafları karşısında milyonlarca ürün içerisinden çok kısa bir süre içerisinde tüketiciyi etkileyen, ele alınıp incelenmeye başlanan ambalajların görsel fonksiyonları güçlü kabul edilmektedir. Ambalaj üzerinde yer alan ve ürünün özelliklerine göre seçilen renk, tipografi vb. görseller ürünün kimliğini yansıtmaktadır. Şekil 6'da gösterildiği gibi, ambalajdaki görsel fonksiyonlar tüketiciyi etkileyerek, plansız satın alma davranışı geliştirdiği savunulmaktadır.



Şekil 6. Ambalajın Görsel Fonksiyonu (Sütütemiz vd., 2009, s. 21).

3. Yöntem

Araştırmada, nitel araştırma tekniklerinden tarama metodu esas alınmış ve betimsel analiz yöntemi kullanılmıştır. Ele alınan ambalajlar Pentawards platformunda beş kategoriden oluşan 2023 yılı içerisinde ödül alan ambalaj tasarımları üzerinedir. Yarışmada farklı kategorilerden ambalaj tasarımları belirli bir

dereceye sahip olmaksızın ve birden fazla olacak şekilde ödüllendirilmiştir. Bu sebeple her bir kategoriden ödül alan gıda ambalaj tasarımları rastgele örnekleme yöntemiyle birer adet seçilmiştir. Araştırma, 2023 Pentawards ödülü almış gıda ürün ambalajları ile sınırlandırılmıştır. Araştırmada Pentawards 2023 Ambalaj Ödülleri'ne genel bir bakış sunulmuş, öne çıkan trendler ve tasarım yaklaşımları ele alınarak derinlemesine incelenmiştir.

4. Pentawards

Pentawards, Jean Jacques Evrard ve Brigitte Evrard tarafından 2006 yılında “ambalaj” üzerine kurulan bir platformdur (Tao, 2018, s. 132). 2007 yılında küresel medya aracılığıyla resmi olarak halka duyurulmuş ve her yıl uluslararası yarışmalar, konferanslar, dijital etkinlikler düzenleyerek, küresel ambalaj topluluğu oluşturmayı hedefleyen bir kuruluş haline gelmiştir (Pentawards, 2023). Pentawards'ın logosunda kullanılan beşgen form, Brüksel'in Sembolü Atomium'dan esinlenerek tasarlanmıştır. Kullanılan beşgen form, yaratıcılığın sembolü el'in beş parmağını simgelemektedir. Bunun yanında Pentawards, yarışmalarında beş ayrı ödül kategorisine (elmas, platin, altın, gümüş, bronz) yer verilmektedir.

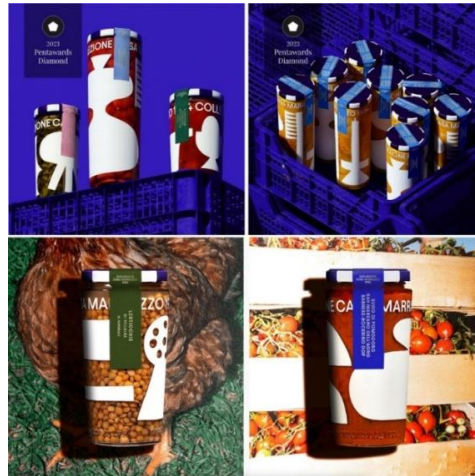
Uluslararası şirketler, Microsoft, Stranger & Stranger, Diageo, Pentagram, Coty, ve WWF'den uzmanlarla birlikte çalışmaktadır. Uzmanlar, ambalaj tasarımlarında yer verilen inovasyonların, yeni trendlerin evrensel bir çekiciliğe sahip olup olamayacağına, eserlerin yaratıcı kalitesine ve pazar uygunluğuna göre oybirliği ile karar vererek, ödüle layık ambalaj tasarımlarını seçme görevindedir. Pentawards platformu, ödüle layık tasarımları tüm dünyaya göstermeyi amaçlamaktadır. 2007 yılından bu yana 2.000'den fazla ödüllü eser biriktirerek küresel ambalaj tasarımının gelişimine ve dönüşümüne tanıklık etmiştir (Tao, 2018, s. 132). Bu sayede, ambalaj tasarımı üzerine çalışan ya da çalışacak olan öğrenciler, şirketler ve bireyler için önemli bir platform oluşturulmuştur. Pentawards, Dieline ve Core77 Design gibi platformlar, ambalaj tasarımı üzerine çalışan bireyler için mevcut durumu (eğilimi) algılamak ve ilerleyen dönemler için tasarım stratejilerinde nasıl evrim yaşanacağına ön bakış sunmaktadır.

5. Bulgular

Araştırmanın bu bölümünde Pentawards 2023'te ödüle layık görülen seçkisiz örnekleme yoluyla tespit edilen ve farklı kategorilerde değerlendirilen ambalaj tasarımlarından beş örnek yer almaktadır. Örneklem olarak seçilen ambalajlar tasarım ilke ve öğeleri dikkate alınarak incelenmiş ve içerik analizi yapılmıştır.

5.1. Casa Marrazzo 1934 Ambalajı

Auge Design ve Casa Marrazzo tarafından tasarlanan “Casa Marrazzo 1934” adlı ambalaj tasarım koleksiyonu 2023 yılında Pentawards'dan Best of Show (Elmas Ödülü) almaya hak kazanmıştır. İtalyan marka “Casa Marrazzo 1934” baharat, yağ, sos, konserve ve sürülebilir ürün üretimi yapmaktadır. Şekil 7'de “Casa Marrazzo 1934” markasına ait ambalaj tasarımları yer almaktadır. Ürün reklamlarında tercih edilen background fotoğraflarında ürün natürelliğinin vurgulandığı gözlemlenmektedir.



Şekil 7. “Casa Marrazzo 1934” Best of Show (Pentawards, 2023).

Ambalaj malzemesi ürün özelliklerine uygun olarak seçilmiştir. Konserve gibi ürünlerde, ürün özelliklerinin ve kimyasının korunmasında cam en uygun materyal olarak bilinmektedir. Ürünü nem, rutubet ve sızıntı gibi etkenlerden koruyarak raf ömrünü uzatmaktadır. Camın sıcak doluma uygun olması ve tamamen geri dönüştürülebilir olması diğer ambalaj materyalleri arasında öne çıkmasını sağlamaktadır. Fakat titreşime karşı dayanıksız ve ağır olmasından kaynaklı nakliye işlemini zorlaştırabileceği de ön görülmektedir. Cam yapısı itibari ile saydamdır ve içerisindeki ürünü doğrudan göstermektedir. Camın bu özelliğini kaybetmeden ambalaj üzerinde kullanılan illüstrasyonlar şeffaf serigrafi baskı tekniğiyle basılmıştır. Şekil 8’de yer alan ambalaj koleksiyonunda, ürünün doğrudan gözükmesi tüketici nezdinde, markaya karşı güven duygusunu oluşturmaktadır.



Şekil 8. “Casa Marrazzo 1934” (Pentawards, 2023).

Ambalaj tasarımında kullanılan formun uzun ve silindirik yapısı kullanım kolaylığı sağlayarak ergonomik bir üslup sergilemektedir. Tasarım etiketlerinde kullanılan renkler, ambalaj içerisindeki ürünün özelliklerine göre değişiklik gösterirken, tüm ürünlerin metal kapaklarında lacivert kullanılmıştır. Bu değişmezliğin amacı, markanın kurumsal rengini yansıtmak ve koleksiyonda bütünlüğünü sağlamaktır. Şekil 8’de yer alan ambalaj etiketlerindeki varak yaldızlı baskı ise, markaya değer ve statü kazandırmaktadır. Tasarımda kullanılan san-serif yazı karakteri okunurluğu kolaylaştırmaktadır. Ambalaj fonksiyonları içerisinde yer alan bilgi verme fonksiyonunun başarılı olduğunu gözlemlenmektedir.



Şekil 9. “Casa Marrazzo 1934” Ambalaj İllüstrasyonları (Auge Design, 2023).

Ambalaj tasarımı üzerinde kullanılan görsel fonksiyonlarda, Şekil 9’da gösterilen illüstrasyonlar tercih edilmiştir. Alessandro Sasso tarafından markaya ayırt edici bir kimlik kazandırmayı hedefleyerek tasarlanan illüstrasyonlar, basit, sade ve modern bir üslupla stilize edilmiştir. Markanın kurumsal kimliğinde bütünlük söz konusudur. Diğer ürünlerden ayırt edilmesine, dikkat çekmesine ve öne çıkmasına yardım eden tasarım unsurları bulundurmaktadır.

5.2. Bigface Kahve Ambalajı

2023 yılında, Pentawards’dan Platinum Award (platin ödülü) almaya hak kazanan Şekil 10’daki “BIGFACE” kahve ambalajı, Zenpack ve Brandmonger tarafından tasarlanmıştır. Ambalaj ve marka

kimliği alt kategorisinde yer alan Bigface ABD tasarımıdır. Marka, kahve üzerine ürünler üretmektedir. Şekil 10'da "BIGFACE" markasına ait ambalaj tasarımları yer almaktadır. Ambalaj malzemesi ürün özelliklerine uygun olarak seçilmiştir.



Şekil 10. "BIGFACE Coffee Packaging" (Pentawards, 2023).

Birincil, yani ürün ile doğrudan temas eden ambalajda kompozit materyal tercih edilmiştir. Kompozit ambalaj, en az iki materyalin birleşiminden oluşan ambalajlara verilen addır (MEB, 2011). Ürünü korumak için tek bir materyal özelliğinin yetmeyeceği durumlarda kompozit ambalajlara müracaat edilmesindeki temel amaç, bir araya getirilen materyallerin üstün özelliklerini birleştirerek ürünün koruma fonksiyonunu yerine getirmesidir. Kompozit ambalajlar, birden fazla plastik, kâğıt ve alüminyum tabakasının birleşiminden oluşmaktadır (Üçüncü, 2011, s. 359). Kahve yapısı gereği su buharına ve oksijene duyarlı bir üründür. Bu sebeple, Şekil 11'deki gibi ürünle doğrudan temas halinde olan birincil ambalajlarda genellikle kompozit materyallerin tercih edildiği gözlemlenmektedir. Açılıp kapatılabilir kilitli özel kahve poşeti, hava geçirmez bir conta ve tek yönlü bir gaz giderme valfi ile ürünün tazeliğini korumaktadır.



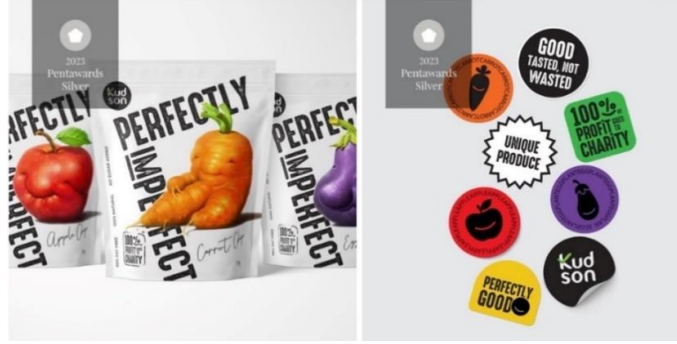
Şekil 11. "BIGFACE Coffee Packaging" (Bigfacebrand, 2023).

Ürünün ikincil ambalajında tercih edilen kâğıt esaslı ambalaj materyali ise, içerisindeki ürün özelliklerine göre üç farklı renkten (metalik, siyah ve beyaz) oluşmaktadır. Marka logosu ambalajın ön yüzünün neredeyse 3/2'ini kaplamaktadır. Tüketicilerin doğrudan gördüğü ilk yer marka logosudur. Ambalajın arka yüzeyinde ise marka amblemi kullanılmıştır. Kullanılan amblem ambalaja sıcaklık ve sevimlilik katmaktadır. Bu durum markanın akılda kalıcılığını arttırdığı söylenebilir. Logoda kullanılan gofre tekniği, kâğıda fiziksel bir güç uygulanarak genellikle tipo baskı makinelerinden elde edilen bir kabartma yöntemiyle elde edilmektedir. Dişi ve erkek klişe kullanılarak yapılan gofre işlemi ambalaj tasarımlarında sıklıkla tercih edilmektedir (Özsoy ve Yıldız, 2018, s. 1039). Bigface tasarımında kullanılan gofre ve kaplama, birinci sınıf estetik bir görünüm ve his yaratarak ambalajı zengin kılmaktadır. Ambalaj tasarımı üzerinde yer alan QR kod, tüketiciler için kahve çekirdeklerinin toplandığı çiftliğin uydu görüntülerine ve kahve çekirdekleri hakkında daha detaylı bilgi aktarımı yapılmasına olanak sunmaktadır. Bu detaycı yaklaşımın, tüketici nezdinde güven duygusunu arttıracığı söylenebilir.

Ambalajın, minimal bir tasarım anlayışına sahip olduğu görülmektedir. “Az çoktur” felsefesini yansıtan bir ambalajlama örneğidir. Ürün içeriği hakkında bilgi vermek için etiket uygulamasına yer verilmiştir. Etiketler yine ürün içeriğine (şeker oranları ve meyve türü) göre renklendirilmiştir. San-serif yazı karakterleri okunurluğu zorlaştırmadan modern bir görünümle mesajı doğrudan tüketiciye aktarmaktadır. Kahve ambalajlarında kullanılan genellikle dikey formda esnek ambalaj materyallerinin aksine, kâğıt esaslı materyal kullanımı ve yatay ambalaj tasarımı tercih edilmiştir. Bu alışılmışın dışında kalan tasarım, benzer ürün ambalajlarından farklılaşarak, dikkat çekmektedir. Tasarım Pentawards platinum ödülü dışında, Dieline ve Core77'nin tasarım ödüllerinde de üçüncülük ve ikincilik ödülüne layık görülmüştür (Zenpack, 2023).

5.3. Kudson Perfectly Imperfect Gıda Ambalajı

Prompt Design'ın Tasarımı SKJ'ye ait “Kudson Perfectly Imperfect” ambalajı Pentawards'dan Silver Award 2023 (gümüş ödülü) almaya layık görülmüştür. Gıda kategorisinde yer alan “Kudson Perfectly Imperfect” ambalajı bir Tayland markasıdır. Marka meyve ve sebze atıştırılabilirliği üretimi yapmaktadır. Şekil 12'de “Kudson” markasına ait ambalaj tasarımı yer almaktadır. Ambalaj malzemesi olarak esnek kompozit materyal kullanılmıştır. Ürün özelliklerine göre tercih edilen esnek ve havalı ambalaj kullanımı içerisindeki kıvartılmış meyve-sebze atıştırılabilirliklerine zarar gelmesini engellemektedir.



Şekil 12. “Kudson Perfectly Imperfect” Ambalajı (Pentawards, 2023).

Tasarımdaki görsel hiyerarşi dizilimi sırayla, illüstrasyon, marka logosu (kodson), ürün adı (Perfectly Imperfect) ve ürün özellikleri yansıtan çeşitli stickerler şeklindedir. Tasarım üzerinde karikatürize edilerek kullanılan illüstrasyonlar ambalaja sevimlilik katmıştır. Tüketiciler çoğunlukla meyve-sebze kalitesini ürün görselleriyle eş değer tutmaktadır. Böylece çok sayıda israf, iklim krizi ve küresel ısınmaya maruz kalındığını ifade eden “Kudson” yeni bir pazarlama stratejisi geliştirmiştir (Prompt Design, 2023). Tüketicilerin sebze-meyvelerin istenmeyen görüntülerinden ziyade saf ve organik (katkısız) ürünlerin değerlerini gösteren farkındalık yaratacak tasarımlar ortaya koymuştur. Meyve-sebze illüstrasyonları verilmek istenen mesajı (organik) doğrudan tüketiciye iletmektedir. İllüstrasyonlarda kullanılan şekli bozuk meyve-sebzelere insansı özellikler katarak ambalajda samimi bir duygu oluşturulduğu söylenebilir. Bu illüstrasyon mantığı diğer tasarımlardan ayrışmasını ve doğrudan dikkat çekmesini sağlamaktadır. Dikkat çeken ürün ambalajları ele alınıp incelenmeye başlandığında ise ürün özelliklerine dair bilgilendirme fonksiyonları kendisini göstermektedir.

Tasarımda kullanılan Şekil 13'te tipografik özellikler incelendiğinde serifsiz ve damga görüntüsü verilmiş yazı karakteri “Perfectly Imperfect” ön plana çıkmaktadır. Pazarlama stratejisini yansıtan “Tamamen Kusurlu” ifadesi tasarımın odak mesajı halinde kullanılmıştır.



Şekil 13. “Kudson Perfectly Imperfect” Ambalaj ve Reklamı (Prompt Design, 2023).

İllüstrasyonlarda kullanılan renkler ürün özelliklerine göre değişiklik gösterirken tüm ürünler için ambalajın rengi aynı kalmıştır. Bu değişmezliğin amacı, markanın kurumsal kimliğini korumaktır. Ambalajın zemininde kullanılan beyaz renk, saflığı simgelemektedir. Beyaz renk tasarımda kontrastlık ilişkisini sağlamakta ve denge unsuru oluşturarak mesajın vurgulayıcı gücünü arttırmaktadır.

Şekil 13’te ürün reklamında kullanılan fotoğraftaki çamurlu görüntü, stickerlardaki (çıkartma) mesajlar ve serifsiz tipografik unsurlar da yine ürünün doğallığını vurgulayarak pazarlama stratejisini destekler niteliktedir.

Pazara sunulan “Perfectly Imperfect” ambalaj tasarımı üzerine, Kudson’un şöyle bir açıklaması vardır (Prompt Design, 2023). “*Gelirimizin bir kısmını engelli çocukları desteklemek üzere Çocuk Gelişimi Vakfı’na bağışlayarak meyve eşitliği gibi insan eşitliğinin de önemini önemsiyoruz.*”

5.4. Why Not Gıda Ambalajı

Borondo Studio’sunun katılımıyla, Pentawards’ın 2023 yılında Bronze Award (Bronz ödül) kategorisinde yer alan tasarım “Why Not” olmuştur. Şekil 14’te yer alan, alt kategori olarak sağlıklı ve diyet yiyecekleri arasında bulunan Colombia markası pankek ve waffle krepini üretmektedir.



Şekil 14. “Why Not” Ambalajı (Pentawards, 2023).

Şekil 14’te “Why Not” markasına ait ambalaj tasarımı yer almaktadır. Ürün yapısına uygun esnek kompozit ambalaj tercih edilmiştir. Ambalajın kapak kısmında kilitli poşeti andıran aç-kapa özelliği yer almaktadır. Kullanılabilirlik açısından idealdir. Bu özellik ürününün daha sonrasında da kullanımına izin vermektedir. Ambalajların esnek olması depolama ve nakliye aşamasında kolaylık sağlamaktadır.

Ambalaj tasarımlarında ağırlıklı olarak ara renklerden mor ve tonları tercih edilmiştir. Tasarımlarda kullanılan renkler insan psikolojisi üzerinde derin anlamlar sergilemektedir. Ambalajda kullanılan mor renk, sağlık kategorisinde yer alan ürünler için zekâ ve vücut gibi kavramları vurgulamaktadır (Becer, 2014, s. 113). Ürün içerisindeki aromalara göre (muz, çikolata, vanilya vb.), ambalajın alt kısmında bulunan

renklerde (kahverengi, sarı, turuncu, mavi vb.) değişiklikler söz konusudur. Görsel devamlılık etkisi tüm ürünlerinde sürdürülmüştür. Ambalaj illüstrasyonları, hedef kitlenin yaş ortalamasını belirler niteliktedir. İllüstrasyonlarda insansı özellikler kullanılmıştır. İllüstrasyon aracılığıyla kalabalık ve eğlenceli ortamlarda tercih edilebilecek ideal ürün vurgusunun aktarıldığı söylenebilir.

Tüketici nezdinde bu tarz atıştırmalık ürünlerin sağlıksız olduğu düşüncesi hakimdir. Bu düşünceden hareketle tasarlanan kalite ve güven odaklı “neden olmasın” pazarlama stratejisinde, katkı maddeleri kullanılmadan ürün içeriklerinin değişebileceğine ve böylece sağlık açısından problemin ortadan kaldırılabilmesine odaklanılmaktadır. Bu düşüncüyü tüketiciye aktarmak için sevimli karakterlerden yararlanılarak tüketici ve ürün arasında duygusal bir bağ kurma çabasına girilmiştir. Tasarımın arka kısmında yer alan ürün bilgileri ve ön kısmında yer alan sembollerle (kalori, yağ oranı, porsiyon, miktar, hazırlanış vb.), bilgi verme fonksiyonunun yüksek olduğu görülmektedir. Ambalajın görsel fonksiyonu geleneksel pankek ve waffle markalarından sıyrılarak kendi kimliğini yarattığı gözlemlenmektedir. Tüm bu tasarım unsurları ambalajın etkisini ve görünürlüğünü yüksek kılmıştır.

5.5. Leibniz Gıda Ambalajı

Şekil 15’te yer alan “Leibniz” markası 2022 yılında logo ve ambalaj tasarımı değişikliğine gitmiştir. Auge Design, Leibniz markası için logo ve ambalaj tasarımlarına yenilik getirmiştir. Auge Design’ın altı farklı seri tasarımı 2023 yılında Pentawards’dan Gold Award’a (Altın ödülü) layık görülmüştür. Leibniz’in orijinal logo tasarımında, logo bütünlüğünü bozan elemanlar (kırmızı şerit, beyaz stroke) mevcuttur. Yeni logosunda ise bu elemanlar kaldırılmış ve tipografide orijinal logonun yuvarlak hatları korunarak ufak değişikliklere yer verilmiştir. Şekil 16’da Leibniz bisküvilerindeki hamur hareketliliği tipografide yer almaktadır. Böylece, logo tasarımı şirketin üretimini yaptığı bisküvi ve waffle kekleriyle özdeşleştirilmiştir.



Şekil 15. “Leibniz Global Design Relaunch” Eski-Yeni Tasarımları (Auge Design, 2023).



Şekil 16. “Leibniz Global Design Relaunch” Yeni Logo Tasarımı (Auge Design, 2023).

Ambalaj tasarımı değişikliğinde ise Leibniz’le bütünleşmiş ve markanın tanınırlığını sağlayan orijinal sarı rengin tonlaması iyileştirilerek korunmuştur. Gıda ambalajlarında kullanılan sarı renk, enerji ve harekete geçirme duygusu oluşturmaktadır (Martel, 1995, s. 85). Ambalajda, geri dönüştürülebilir kâğıt esaslı ambalaj materyali tercih edilmiştir. Ambalaj tasarımının ön yüzünde, ürünün makro çekim fotoğrafı büyük ve ayrıntılı bir şekilde kullanılmıştır. Bu cesur yaklaşım markanın ürün kalitesine olan güvenini yansıtmaktadır. Tüketiciler içinde, ambalaj içerisindeki ürünün gözükmemesi markaya karşı güven duygusu oluşturmaktadır. Eski ambalaj tasarımındaki bilgi karmaşıklığı yeni tasarımda sadeleştirilmiştir. Önceki tasarımda birbirinden farklı fontlarla ve her birini vurgulamak için background’una verilen çeşitli renklerle ambalajın ön yüzüne yerleştirilen bilgiler odak noktanın dağılmasına sebebiyet verdiği gözlemlenmektedir. Bu problem yeni tasarımda giderilerek ürün hakkındaki bilgiler tek font ve puntoyla odağı dağıtmayacak şekilde ambalajın sırt kısmına yerleştirilmiştir.



Şekil 17. "Leibniz Global Design Relaunch" Ambalajı (Auge Design, 2023).

Minimal bir tasarım anlayışa sahip olan Leibniz ambalajlarının market raflarına üst üste konulmasıyla Şekil 17'de gösterilen bütünlük olgusu diğer tasarımlardan farklılaşmasını ve dikkat çekmesini sağlamaktadır. Parçalanmış bisküvi görsellerinin üst üste gelerek büyük bir bisküvi görüntüsü oluşturması tüketicinin küçük görüntülere kıyasla büyük görüntüyü hemen fark etmesini sağlayarak öne çıkaracak ve market raflarında büyük bir avantaj sağlayacaktır.

Tablo 2. Pentawards 2023 Yılı Ödül Almış Ambalaj Tasarımlarının Üstün ve Zayıf Yönleri

Gıda Ambalaj Markaları	Casa Marrazzo	Bigface	Kudson Perfectly Imperfect	Why Not	Leibniz
Ambalajda Logo konumlandırılması	-	+	+	+	+
Etkili Renk Seçimi	+	+	+	+	+
Ambalaja Uygun Materyal Seçimi	+	+	+	+	+
Etkili Görsel Seçimleri	+	+	+	+	+
Açıklayıcı Görsel Seçimleri	-	-	+	+	+
Ürün Hakkında Bilgilendirilme	+	+	+	+	+
Ambalajın Ergonomik Formu	+	+	+	+	+
Ürüne Uygun Yazı Karakter Seçimi	+	+	+	+	+
Tüketiciyi Özel Hissettiren Kapak Tasarımları	+	+	-	-	-
Çevreye Duyarlılık	+	+	-	-	+

Her kategoride seçilmiş ürünlerin grafik tasarım açısından incelemeleri doğrultusunda oluşturulan tabloda (Tablo 2) ürünlerin güçlü ve zayıf yönleri görülmektedir.

6. Sonuç

Bulgular doğrultusunda ödüllü tasarımların ortak noktalarının başında okunurluğu yüksek orana sahip, ürünün içeriğini yansıtabilecek tasarım diline sahip font tasarımları, canlı ve kontrast renk kombinasyonları, ürünü anlatan renk/şekil ya da illüstrasyonlar kullanılmıştır. Fazla süslemenin kullanım dışı kaldığı, tek rengin farklı tonlarda kullanıldığı tasarımlar, ambalaj tasarımlarının benzer noktalarını oluşturmaktadır. Tasarımlarda kullanılan form ve şekillerin belirgin hatlara sahip olduğu ve genelde dinamik/eğlenceli çizgilerle ifade edildiği rahatlıkla görülmektedir. Bu çizgi ve şekillerin ambalajın ana formuna uygun ve tamamlayıcı şekilde kullanılmış olması dikkate değerdir. Ambalaj tasarımlarında kullanılan form dili, kullanılan yazı tiplerine de yansımaktadır. Ürünü tanımlayan ifadelerin ambalaj yüzeyinde kolayca fark edilmesini sağlayacak oran ve büyüklükte yer almaktadır. Yer aldığı zeminden ayrışması için tam kontrast olacak şekilde koyu zemin üzerine açık tonda renklendirilmiştir.

Bunlara ek olarak tasarımlarda ürün içeriğine uygun bilgiler kullanılarak, çevre dostu, lezzetli, organik imajı ön planda tutulmuştur. Ambalajlardaki malzeme tercihleri ve geri dönüşümlü ambalaj çözümleri, tasarımlarda belirgin bir rol oynamaktadır. Tüketicilerin çevresel endişeleri dikkate alınarak sürdürülebilirlik ilkelerinin benimsenmesi ve bu durumun tasarım diline yansımalarının marka imajına olumlu bir katkı sağladığı ifade edilebilir. Basit, işlevsel, eğlenceli ve insana ait mimik ve tepkilerin illüstratif yöntemle betimlendiği tasarımların, tüketicilerin ilgisini çekmek amacıyla tasarlandığı anlaşılmaktadır. Bu tasarım trendine sahip ambalaj tasarımlarının popülerliğinin arttığı gözlemlenmektedir. Bunların yanı sıra

ambalajlarda şeffaflık ilkesini benimseyen tasarım dili tüketicilere ürün içeriği konusunda güven vermektedir. Tüketicilerin ürün ve ambalaj hakkında bilgi edinmelerinin teknolojik yolu, tasarım diline yansımaktadır. Bigface kahve ambalajı üzerinde yer alan QR kod sayesinde bilgi verme ve etkileşimi artırma maksadıyla tasarımın bir unsuru olarak kullanılmasının ambalaj-tüketici bağlarını güçlendirmeye yardımcı olduğu söylenebilir.

Sonuç olarak, Pentawards 2023 Ambalaj Ödüllerindeki ödüllü ambalaj tasarımlarında, genel anlamda tasarımda trend çizgilerinin iyi ifade edildiği ve uygulandığı, tüketiciyle doğru görsel iletişimin sağlandığı, amaca uygun ambalaj malzemesi kullanımıyla birlikte grafik tasarım bağlamında amacına hizmet edebildiğini göstermektedir. Platform gelecek tasarım trendlerine de ilham olabilecek birçok yenilikçi ve ilham verici çalışmayı içinde barındırmaktadır. Tüm bunlara ek olarak markaların değişen tasarım trendlerine uyum sağlama güdüsüyle, ambalaj tasarımlarını gerektiğinde revize ettiği “Leibniz” örneğinde olduğu gibi, açıkça görülmektedir. Pentawards kuruluşunun ambalaj tasarımı konusunda tasarım trendlerini yakalayabilmiş ambalajları derlemesi ve tek çatı altında buluşturması sektör ve tasarımcılar için ilham kaynağı olması açısından önemli olduğu düşünülmektedir.

7. Extended Abstract

The importance of packaging design is increasing in the world where competition is at its peak due to the constant development of market conditions. Different packaging designs are offered to the market in similar product categories, and at this point, the brand's effort to differentiate itself, sell, preserve space and/or create forever has become the main focus. The biggest responsible for realizing all these main focus groups is packaging design. The initial packaging of the production method continues until it reaches hygiene and even sustainability and recycling after consumption.

New marketing strategies are produced and implemented according to target audience differences (age group, gender, education level, etc.). These different approaches make the competitive environment even more heated. It also shows technological advances and innovations increasing knowledge, learning communication skills and supply-demand ratios.

Packaging design is an important product that provides the first contact with a product touch. A successful packaging design, consisting of combinations such as visual aesthetics, functionality and brand structure, product marketing and sales units are expanding greatly.

The next step for every brand or business that manages to exist in a competitive environment is to achieve product profit margin. For this reason, features such as packaging designs being different, distinguishing them from others and encouraging their purchase, gain extra importance.

The descriptive program was used for the method part of the research. The packaging designs in the food industry examined within the scope of this research based on the Descriptive Program consist of designs that were deemed worthy of an award in 2023 by the Pentawards company, which was founded in 2007 and has a global platform and community in the field of packaging design.

It consists of standard packaging designs awarded in five separate categories, namely Diamond Award, Platinum Award, Gold Award, Silver Award, Bronze Award and Nxt-Gen Award, presented by Pentawards in 2023. One packaging design from each category was selected by random hand marking method. The packaging design elements used in the displayed packaging designs were evaluated by examining the graphic design details (line, shape, size, direction, color, texture, form, material) descriptive analysis method and detailing of the information.

The majority of the common points of the packaging designs on the Pentawards platform in 2023; It has played an important role in the design of sustainability-oriented, environmentally friendly material use and recyclable packaging solutions. Paying attention to sustainability principles by taking into account the welfare concerns of brands contributes positively to both value and brand image. Simple, clean and transparent are becoming increasingly popular among cultural assets. It avoids excessive decoration and prioritizes the naturalness of the product, reflects the reality of reality by adopting the principle of transparency, and is used in a way that gives confidence to the personal product content.

In addition, smart packaging designs increase their activities with permissions by integrating digital technologies into product packaging; It has been observed that features such as QR codes, augmented reality applications and digital games help brands strengthen their connection with their personalities.

The Pentawards 2023 Packaging Awards include many products and inspirational picks that push the boundaries of packaging design and embody the trends of the future. In packaging designs where minimal design concepts generally dominate, messages and contents are directly conveyed. In this way, it is easy on the eyes and at the same time draws attention to the visuals used, the sense of humor and the colors chosen.

In addition to all these depictions, the logos used in packaging designs are also reflected in the product label. According to the product formula, we can determine the product fragility, material, taste, texture, etc. Logo designs that could reflect the elements were created. In addition, even people who have not experienced the product in the packaging or have not experienced it before can learn about the typographic characters (light, bold, modern, etc.), colors, shapes (hard, round, etc.) preferred in logo designs and the product content of the packaging. Likewise, the reality of the product and its content is conveyed through the images (illustration, photography) preferred on the packaging.

It has been revealed that brands' design and packaging strategies are constantly reviewed to ensure compliance with consumers' budget needs and expectations. It has been aiming to support the best in the packaging world for five years and to continue the development of the sector.

Keywords: Graphic Design, Packaging Design, Marketing, Design Principles Design Trends.

Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı / Contribution of Authors

Yazarların çalışmadaki katkı oranları Elif Arzen DEMİREL İNAL %50/ Elif TARLAKAZAN %50 şeklindedir.
The authors' contribution rates in the study are Elif Arzen DEMİREL İNAL %50/ Elif TARLAKAZAN %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.

Kaynakça

- Akdağ Satır, D. (2021). Kaybolmaya Yüz Tutmuş Ambalaj Tasarım Örnekleri. *Journal of Social and Humanities Sciences Research*, 8(73), 2059-2071.
- Arge Ambalaj. (2020). Ambalajın Fonksiyonları. Ambalaj Bilimleri Akademisi. <https://www.argeambalaj.com/ambalaj%C4%B1n-fonksiyonlar%C4%B1/> adresinden alınmıştır.
- Auge Design. (2023). Casa Marrazzo 1934. Auge-Design.com. <https://auge-design.com/work/casa-marrazzo-1934/> adresinden alınmıştır.
- Auge Design. (2023). Leibniz Design Relaunch. Auge-Design.com. <https://auge-design.com/work/leibniz-design-relaunch/> adresinden alınmıştır.
- Becer, E. (2014). Ambalaj Tasarımı. Dost Yayınevi.
- Bigfacebrand. (2023). Bigfacebrand. Instagram. <https://www.instagram.com/bigfacebrand/> adresinden alınmıştır.
- Demirel İnal, E. A. (2023). Ambalaj Tasarımına Giriş. Editör: B. E. Tarlakazan (Ed.), *Ambalaj Tasarımı* (ss. 28-51). Atatürk Üniversitesi Açık ve Uzaktan Öğretim Fakültesi Yayınları.
- Donanım Haber Forum. (2010). Shell Akaryakıt Kampanyası. Donanım Haber Forum. <https://forum.donanimhaber.com/shell-den-akaryakit-alana-yeni-model-1-38her-model-ferrari-oyuncak-araba-hediye--45059117> adresinden alınmıştır.
- Gökalp, F. (2007). Gıda Ürünleri Satın Alma Davranışında Ambalajın Rolü. *Ege Akademik Bakış / Ege Academic Review*, 7(1), 79-97.
- Hanibanacom. (2023). Nestle Damak Çikolata Hediye Paketi. Instagram. <https://www.instagram.com/hanibanacom/p/C1YvyNvtjWo/> adresinden alınmıştır.
- Martel, G. D. (1995). Ben enerjyim! Arion Yayınları.
- Milli Eğitim Bakanlığı. (2011). Ulaştırma Hizmetleri Ambalajlama Malzemeleri. Milli Eğitim Bakanlığı.
- Özsoy, S. A., & Yıldız, İ. (2018). Grafik Tasarım Eğitiminde Matbaa Eğitiminin Önemi. İçinde E. Köse & O. Sevindik (Ed.), *6. Uluslararası Matbaa Teknolojileri Sempozyumu* (ss. 1029-1042).
- Pentawards. (2023). The Winners. Pentawards.com. <https://pentawards.com/directory/en/page/the-winners> adresinden alınmıştır.
- Pentawards. (2024). The Pentawards. Our Story. Pentawards.com. <https://pentawards.com/directory/en/page/the-winners> adresinden alınmıştır.
- Prompt Design. (2023). Kudson Perfectly Imperfect. Core77 Design Awards 2023. <https://designawards.core77.com/Packaging/122115/Kudson-Perfectly-Imperfect> adresinden alınmıştır.
- Sivil Toplum Geliştirme Derneği (STGM). (2021). Tutundurma Süreci Nedir? <https://www.youtube.com/watch?v=clvi2K2Q-A> adresinden alınmıştır.
- Sütütemiz, N., Saner Çiftiyıldız, S., & Konuk, F. A. (2009). Paketlenmiş Süt İçin Ambalaj Özelliklerinin Algılanan Önemi ve Satın Alma Davranışına Etkisi: İstanbul İli Örneği. *Akademik Gıda*, 7(6), 18-28.
- Tao, W. (2018). Application of Flattened Visual Elements in Packaging Design Based on Pentawards. *Food and Machinery*, 34, 4-28. <https://doi.org/10.13652/j.issn.1003-5788.2018.04.027>
- Tek, Ö. B. (1999). Pazarlama İlkeleri (Global Yönetimsel Yaklaşım Türkiye Uygulamaları). Beta Basım Yayın.
- Tepe, R., & Taşkın, Ç. (2021). Endüstriyel Pazarlamada Fiyatlandırma Mitleri Üzerine Betimsel Bir Araştırma. *Uludağ Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(40), 153-182. <https://doi.org/10.21550/sosbilder.749818>
- Türk Dil Kurumu. (2024). Promosyon. Türk Dil Kurumu Sözlükleri. <https://sozluk.gov.tr/> adresinden alınmıştır.
- Üçüncü, M. (2011). Gıda Ambalajlama Teknoloji. Ambalaj Sanayicileri Derneği İktisadi İşletmesi.
- Zenpack. (2023). BIGFACE Coffee. Zenpack Portfolio. <https://www.zenpack.us/portfolio/bigface-coffee/> adresinden alınmıştır.

Türkiye’de Cinsiyete Dayalı İşsizlik Histerisinin Sınanması

Mustafa Serdar ACAR* 

Haldun SOYDAL** 

ÖZ

İşsizlik ile makroekonomik değişkenler arasındaki etkileşim literatürde yoğun şekilde araştırma konusu olmuştur. İşsizlik ile enflasyon arasındaki ilişki iktisadi literatürde Philips eğrisi yardımıyla formüle edilirken, işsizlik oranları ile şoklar arasındaki ilişki ise doğal işsizlik oranı ve histeri etkisi teorileri ile formüle edilmektedir. Doğal işsizlik oranı teorisine göre işsizlikte yaşanacak bir şok uzun dönemde işsizlik oranlarında etkili olmayarak işsizlik oranı doğal işsizlik oranına geri dönecektir. Histeri etkisi teorisine göre ise işsizlikte meydana gelen bir şok sonucunda işsizlik oranları eski seviyesine gerilemeyecek ve süreklilik arz edecektir. Çalışmada Ocak 2021- Ocak 2024 dönemi mevsim etkilerinden arındırılmış cinsiyete göre işsizlik verileri Augmented Dickey-Fuller (ADF) ve Phillips-Perron (PP) birim kök testleriyle analiz edilmiştir. TÜİK’in işsizlik tanımında en son güncelleme 2021 yılında gerçekleşmesi nedeniyle çalışma analizine 2021 sonrası işsizlik verileri dahil edilmiştir. Analizde, verilerin birim kök yapıları test edilmiştir. Analiz sonucunda kadın ve erkek işsizlik oranlarının birim kök içerdiği ve bu nedenle histeri etkisinin iki değişkende de etkili olduğu sonucuna varılmıştır. Verilere uygulanan birim kök testleri olasılık değerleri dikkate alındığında ise kadınların erkeklere kıyasla histeri etkisini daha fazla hissettiği tespit edilmiştir. Referans dönemde Türkiye’de yaşanan şokların işsizlik oranları üzerinde kalıcı etki bıraktığı sonucuna varılmıştır. İşsiz oranlarında görülebilecek kalıcı etkileri ortadan kaldıracak politikalar önem arz etmektedir.

Anahtar Kelimeler: İşsizlik, Histeri, Birim Kök.

Testing Gender-Based Unemployment Hysteresis in Türkiye

ABSTRACT

The interaction between unemployment and macroeconomic variables has been the subject of intense research in the literature. While the relationship between unemployment and inflation is formulated with the help of the Philips curve in the economic literature, the relationship between unemployment rates and shocks is formulated with the natural unemployment rate and hysteresis effect theories. According to the natural unemployment rate theory, a shock to unemployment will not have an effect on unemployment rates in the long run and the unemployment rate will return to the natural unemployment rate. According to the hysteresis effect theory, as a result of a shock in unemployment, unemployment rates will not fall to their previous levels and will remain permanent. In the study, seasonally adjusted gender-based unemployment data for the period January 2021-January 2024 was analyzed with Augmented Dickey-Fuller (ADF) and Phillips-Perron (PP) unit root tests. Since the last update in TURKSTAT’s definition of unemployment was in 2021, unemployment data after 2021 were included in the study analysis. In the analysis, unit root levels of the data were tested. As a result of the analysis, it was concluded that female and male unemployment rates contain unit roots and therefore the hysteresis effect is effective in both variables. It is concluded that the shocks experienced in Türkiye in the reference period had a permanent effect on unemployment rates. Policies to eliminate the permanent effects on unemployment rates are important.

Keywords: Unemployment, Hysteresis, Unit Root.

1. Giriş

İşsizlik kavramı temel anlamıyla mevcut koşullarda çalışmak isteyen ancak iş bulamayan kişiler olarak tanımlanabilmektedir. İşsizlik oranları, ülke ekonomilerinin görünümü hakkında da bilgi vermektedir. Ülke ekonomileri için işsizlik oranları büyük ölçüde önem arz etmektedir. Büyük ölçüde önem arz etmesinin sebepleri olarak işsizlik oranları ülkeleri sadece ekonomik açıdan değil ek olarak psikolojik ve sosyal alandan da etkilemektedir. İşsizliğin farklı alanları etkilemesi ülkelerin uygulamış oldukları politikaları da önemli hale getirmektedir. Ülkeler işsizlik oranlarını düşürmek amacıyla farklı politikalar

* **Corresponding Author/Sorumlu Yazar**, Arş. Gör./Res. Asist., Selçuk Üniversitesi, Konya, Türkiye/ Selçuk University, Konya, Türkiye, mustafaserdar.acar@selcuk.edu.tr

** Prof. Dr., Selçuk Üniversitesi, Konya, Türkiye/ Selçuk University, Konya, Türkiye, hsoydal@selcuk.edu.tr
Makale Gönderim ve Kabul Tarihleri/Article Submission and Acceptance Dates: 16.04.2024-06.06.2024

Citation/Atf: Acar, M. S., Soydal, H. (2024). Türkiye’de cinsiyete dayalı işsizlik histerisinin sınanması. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 54, 300-311. <https://doi.org/10.52642/susbed.1469309>



uygulamaktadır. İşsizlik özelinde uygulanan politikaların temel amacı işsizlik oranını düşürmektir. Ancak bu işsizlik oranının sıfır olacağı anlamına gelmemektedir. Çünkü ekonomide doğal işsizlik oranı var olacaktır. Doğal işsizlik oranı, ekonominin normal performans seviyesinde ülkede görülen işsizlik oranı olarak adlandırılmaktadır. Ancak bazı durumlarda ekonomi doğal işsizlik oranında dengeye gelmeyebilmektedir. Ekonomide yaşanan şokların işsizlik oranları üzerindeki etkileri görülebilmektedir. Şokların işsizlik oranı üzerindeki etkileri iki farklı teori ile açıklanabilmektedir. Bu teoriler literatürde doğal işsizlik hipotezi ve histeri etkisi olarak adlandırılmaktadır.

Doğal işsizlik oranı hipotezine göre yaşanan şoklar sonucunda işsizlik oranlarında değişiklik olabilmekte ancak uzun dönemde işsizlik, doğal işsizlik oranında dengeye gelecektir. Histeri etkisi hipotezine göre ise, yaşanan şokların işsizlik oranı üzerindeki etkisi kalıcı olmakta ve işsizlik oranı uzun vadede başlangıç düzeyine geri dönmeyecektir. Bu nedenle ülke ekonomilerde işsizlik histerisi hipotezinin geçerli olduğu durumlarda işsizlik azaltıcı politikaların önemi artmaktadır.

Çalışma kapsamında 2021-2023 dönemi mevsim etkilerinden arındırılmış kadın ve erkek işsizlik oranları verileri birim kök testleri yardımıyla analiz edilmiştir. Çalışmada Türkiye'de kadın ve erkek işsizlik oranlarında histeri etkisinin geçerli olup olmadığı sorusuna cevap aranmaktadır. Çalışma, teorik kavramların açıklandığı teorik çerçeve, konuyla ilgili literatür taraması, kullanılan ekonometrik modellerin yapısı ve analiz sonuçları bölümlerinden oluşmaktadır.

2. Teorik Çerçeve

İşsizliğin tek başına veya diğer makroekonomik değişkenler ile ilişki konusu iktisadi literatürde oldukça önem arz etmektedir. İşsizlik ile diğer makroekonomik değişken olan enflasyon arasındaki ilişkinin incelenmesi de incelenen literatürde geniş ölçüde yer almaktadır. İşsizlik ile enflasyon arasında negatif ilişki olduğu Philips Eğrisi yardımıyla açıklanmaktadır. Eğriye göre enflasyon oranında meydana gelen artışın işsizlik oranını azalttığını göstermektedir. Ancak bu hipotezin ABD'de ve İngiltere'de geçerli olmaması nedeniyle eğri üzerinde Milton Friedman ve Edmund Phelps tarafından 1960'ların sonlarında bir takım yeni çalışmalar yapılmış ve bu çalışmalar sonucunda Uyarlanmış Philip Eğrisi meydana gelmiştir. Uyarlanmış Philips Eğrisine göre işsizlik ile enflasyon arasındaki ilişki uzun dönemde devam etmemektedir (Ünsal, 2017).

Beklentileri içeren Uyarlanmış Philips Eğrisi, piyasa aksaklıkları, emek piyasalarında bilgi toplamanın maliyeti, taşınma maliyetleri, arz ve talep değişimleri ve emeğin ulaşılabilirliği faktörlerin eklenmesi ile doğal işsizlik oranına ulaşabilecektir (Friedman, 1968). Buna göre, işsizlik oranlarında kısa dönemde dalgalanmalar görülebilmesine rağmen uzun dönemde işsizlik oranı doğal işsizlik oranına gelecektir (Bayat ve diğerleri, 2020). Doğal işsizlik oranı Phelps (1967) ve Friedman (1968) tarafından önerilmiştir.

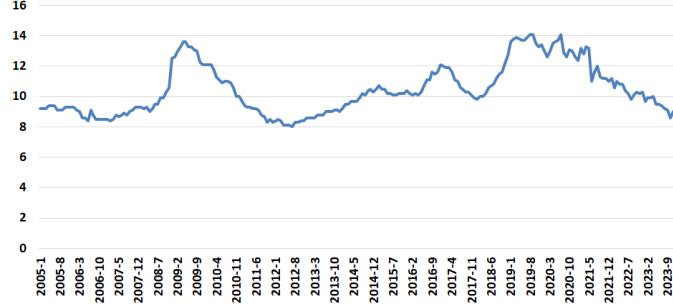
İşsizlik üzerine meydana gelen şoklar, doğal işsizlik oranının yanında Histeri Hipotezi yardımıyla da açıklanmaktadır. Hipotez Blanchard ve Summers (1986) tarafından önerilmiştir. Histeri yaklaşımına göre işsizlik oranının kısa ve uzun dönemli şoklardan etkilendiği ve uzun dönemde de bu etkinin kaybolmadığı savunulmaktadır. Uzun vadeli işsizlik oranı, doğal işsizlik oranını artırmaktadır. Ücret pazarlığında içeridekilerin rolü nedeniyle işsizlik oranı süreç içinde durağan değildir (Blanchard & Summers, 1986). Sermaye eksiklikleri, koordinasyon başarısızlığı, işten çıkarma maliyetleri gibi durumlarda işgücü piyasasının özellikleri nedeniyle işsizlikte meydana gelen şok, kalıcı hale gelebilmektedir (Christopoulos & Leon-Ledesma, 2007).

İşsizlik oranının zaman içinde durağan bir süreç izlemediği durumlarda histeri etkisi geçerli olmakta, zaman içinde durağan süreç izlediği durumlarda ise doğal işsizlik oranı geçerli olmaktadır (Songur, 2020). İşsizlik verilerinin zaman içinde durağan olup olmamaları birim kök testleri yardımıyla analiz edilmektedir. Birim kök testi sonuçlarında t istatistik değerlerinin kritik değerlerden mutlak değer olarak küçük olması histeri hipotezinin geçerli olduğu anlamına gelmektedir.

Türkiye'de de histeri etkisi ve doğal işsizlik oranı hipotezleri literatürde araştırılmıştır. Türkiye'de işsizlik tanımında Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından 2014 yılında birtakım değişiklikler meydana gelmiştir. 2014 yılı öncesinde işsizlik, "referans dönemde istihdam halinde olmayan kişilerden iş aramak için son üç ay içinde iş arama kanallarından en az birini kullanmış ve iki hafta içinde işbaşı yapabilecek durumda olan tüm kişiler." olarak tanımlanırken, 2014 yılındaki değişiklik sonucunda işsizlik, "referans dönemde istihdam halinde olmayan iş aramak için son dört hafta içinde aktif iş arama kanallarından en az birini kullanmış ve iki hafta içinde işbaşı yapabilecek"

durumda olan kurumsal olmayan çalışma çağındaki tüm kişiler.” olarak tanımlanmıştır (TÜİK, 2024). 2021 yılına kadar ise son dört hafta içinde hem pasif hem de aktif iş arama kanallarını kullanan bireyler “iş arıyor” olarak ifade edilirken, 19. Çalışma İstatistikçileri Konferansı kararları ile sadece aktif iş arama kanallarının dikkate alınacağı belirtilmiştir (TÜİK, 2021).

Şekil 1’de Türkiye’nin Ocak 2005-Ocak 2024 dönemi mevsim etkilerinden arındırılmış toplam işsizlik oranları gösterilmektedir.



Şekil 1. Mevsim Etkilerinden Arındırılmış Toplam İşsizlik Oranı (%)
Kaynak: (TÜİK, 2024).

Şekle göre Türkiye’nin işsizlik oranı %8-14 arasında değerler almaktadır. İşsizliğin en düşük olduğu dönem 2012 yılları Haziran ve temmuz ayları olurken, en yüksek görüldüğü dönem ise 2019 yılı Nisan, Eylül ayları ve 2020 yılı temmuz ayı olmuştur. Son dönemlerde ise işsizlik oranlarında azalma olduğu görülmektedir.

Şekil 2’de Türkiye’nin Ocak 2005- Ocak 2024 dönemi mevsim etkilerinden arındırılmış kadın ve erkek işsizlik oranları gösterilmektedir.



Şekil 2. Türkiye’nin Mevsim Etkilerinden Arındırılmış Kadın ve Erkek İşsizlik Oranları (%)
Kaynak: (TÜİK, 2024).

Şekle göre erkek işsizlik oranları %7-10 arasında, kadın işsizlik oranları ise %8-17 arasında değerler almaktadır. 2010 yılı Nisan ayına kadar kadın ve erkek işsizlik oranları yakın değerler alırken bu tarihten itibaren erkek işsizlik oranları, kadın işsizlik oranlarından daha düşük değerler almıştır. Erkek işsizlik oranları en düşük değerini 2023 yılı Ekim ayında alırken, kadınların en düşük işsizlik oranı ise 2006 yılı mayıs ayında gerçekleşmiştir. Aynı şekilde erkeklerin en yüksek işsizlik oranı 2009 yılı haziran ayında gerçekleşirken, kadınların en yüksek işsizlik oranı 2019 yılı ağustos ayında gerçekleşmiştir.

3. Literatür Taraması

İşsizlik histerisi ile ilgili literatür taraması ulusal ve uluslararası düzeyde yapılan çalışmalar olarak iki farklı başlıkta incelenmektedir. Literatür araştırmasında ulusal ve uluslararası düzeyde yapılan çalışmaların döneme yöntem ve ülke gruplarına göre farklılık gösterdiği görülmektedir.

3.1. Uluslararası Düzeyde Gerçekleştirilen Çalışmalar

Aşağıda yer alan literatür taraması uluslararası boyutta yapılan çalışmaları içermektedir. Aşağıda yer alan çalışmaların tamamında kullanılan yöntem birim kök testi yöntemidir.

Kanada, Almanya, İngiltere ve ABD'de de 1961-1991 dönemini kapsayan işsizlik verileri analiz edilmiştir. Kanada, Almanya ve İngiltere için histeri hipotezinin önemli olduğu ABD için ise histeri etkisinin önemli olmadığı sonucuna varılmıştır (Jaeger & Parkinson, 1994). Avustralya'da 1966-1992, Avusturya'da 1969-1992, Belçika, Danimarka, Hollanda, İsveç 1970-1992, Kanada, İtalya, Japonya, Finlandiya, ABD ve İngiltere'de 1960-1992, Fransa'da 1967-1992, Almanya'da 1962-1992, Norveç'de 1972-1992 dönemlerini kapsayan işsizlik verileri incelenmiştir. Analiz sonucunda sonuç yazılacak (Song & Wu, 1998). Belçika, Danimarka, Fransa, Hollanda, İrlanda, İtalya, Portekiz, İngiltere, Norveç ve Finlandiya ülkelerinin 1961-1999 dönemi işsizlik verileri incelendiğinde Hollanda ve Belçika haricindeki ülkelerde histeri etkisi kanıtlanmıştır (Chang ve diğerleri, 2005). 18 Latin Amerika ülkesinin 1980-2009 dönemi işsizlik verileri sonucunda, histeri etkisinin geçerli olduğu kabul edilmiştir (Ayala ve diğerleri, 2012). Yunanistan, İrlanda ve Portekiz ülkelerinde 1984-2010 dönemi işsizlik verileri için üç ülkede de histeri etkisinin geçerli olduğu sonucuna varılmıştır (Dritsaki & Dritsaki, 2013). Hırvatistan, Bulgaristan, Macaristan, Romanya ve Slovenya'nın 2004-2015 dönemi işsizlik verileri sonucunda Macaristan ve Slovenya'da histeri etkisinin geçerli olduğu kanıtlanmıştır (Mladenovic, 2016). Euro bölgesi, 29 OECD ülkesi, AB (Avrupa birliği)28 ve G7 ülkelerinin Ocak 2000-Ekim 2015 dönemi işsizlik verileri analiz edilmiştir. Analiz sonucunda ABD ve 28 OECD ülkesinde histeri etkisinin geçerli olduğu kabul edilmiştir (Marques ve diğerleri, 2017). Finlandiya, İsveç, Norveç ve Danimarka ülkelerinin 2000-2014 dönemi işsizlik verileri analiz sonucunda ülkelerde histeri etkisinin geçerli olduğu kanıtlanmıştır (Furuoka, 2017). ABD'nin 52 eyaletinde Ocak 1976-Temmuz 2016 dönemi işsizlik verileri kapsamında 19 eyalette histeri etkisinin geçerli olduğu sonucuna varılmıştır (Bahmani-Oskooee ve diğerleri, 2018). Bulgaristan, Çek Cumhuriyeti, Macaristan, Litvanya, Letonya, Polonya, Romanya, Rusya ve Slovakya ülkelerinde Ocak 2000-Ağustos 2016 dönemi işsizlik verileri analiz edilmiştir. Analiz sonucunda Macaristan ve Romanya'da histeri etkisinin geçerli olduğu tespit edilmiştir (Xie ve diğerleri, 2018). Üst orta gelirli ülkelerde 1991-2017 dönemi toplam işsizlik ve genç işsizlik verileri analiz edilmiş, analizde histeri hipotezinin geçerli olmadığı kanıtlanmıştır (Topçu, 2019). BRICS-T ülkelerinde 1991-2020 dönemi işsizlik oranları analiz edilmiştir. Analizde histeri hipotezinin geçerli olduğu tespit edilmiştir (Uğur & Atılgan, 2021). E7 ve G7 ülkelerinde 1991-2020 dönemi işsizlik verileri referans alınmış, sonuçta, ülkelerde histeri hipotezinin geçerli olduğu görülmüştür (Özbek & Türkmen, 2021). Belçika, Kanada, Çek Cumhuriyeti, Japonya, Estonya, Fransa, İspanya, Hollanda, İngiltere ve ABD'de 2000-2018 dönemi işsizlik verileri analizinde seçilmiş ülkelerin tamamında histeri etkisinin geçerli olduğu sonucuna varılmıştır (Konat & Coşkun, 2022).

12 AB ülkesinde 1988 1.Çeyrek-1999 2.Çeyrek dönemi işsizlik verileri incelenmiş, histeri hipotezinin geçerli olmadığı tespit edilmiştir (Christopoulos & Leon-Ledesma, 2007). 2004'te AB'ye katılan sekiz Doğu ve Orta Avrupa ülkelerinin işsizlik verileri incelendiğinde histeri etkisinin Slovenya, Çek Cumhuriyeti ve Macaristan'da düşük seviyede olduğu, Baltık Devletleri'nde ve Polonya'da ise yüksek derecede olduğu kanıtlanmıştır (Cuestas ve diğerleri, 2011). Avrupa'daki OECD ülkeleri ve geçiş sürecindeki seçilmiş orta ve doğu Avrupa ülkelerinin Ocak 2000-Ocak 2013 dönemi işsizlik verileri analiz edilmiştir. Sonuçta, Avrupa OECD ülkelerinde histeri hipotezinin geçerli olmadığı geçiş ekonomileri olarak seçilen orta ve doğu Avrupa ülkelerinde ise geçerli olduğu tespit edilmiştir (Marjanovic & Mihajlovic, 2014). Türkiye ve AB ülkelerinde 1991-2016 dönemi işsizlik verileri referans alınmıştır. Belçika, Kıbrıs, Letonya ve İsveç dışında kalan AB ülkeleri ve Türkiye için histeri etkisinin geçerli olduğu sonucuna varılmıştır (Sigeze ve diğerleri, 2019). AB ülkelerinde 1991-2020 dönemi işsizlik verileri doğrusal ve doğrusal olmayan birim kök testleri yardımıyla analiz edilmiştir. Analiz sonucunda Lüksemburg'da doğrusal ve doğrusal olmayan testlerde histeri hipotezinin geçerli olduğu kanıtlanmıştır (Doğaner, 2022).

16 OECD ülkesinde 1970 1.Çeyrek-1991 4.Çeyrek dönemi işsizlik verileri analiz edilmiştir. Analizde histeri etkilerinin Avustralya ve Kanada'da yüksek derecede önemli olduğu, çoğu Avrupa ülkesi ve Japonya'da daha az derece önemli olduğu, ABD'de histeri etkisinin güçlü ve tutarlı şekilde olmadığı sonucuna varılmıştır (Roed, 1996). 26 OECD ülkesinin 1960-1997 dönemi çeyreklik işsizlik verileri incelendiğinde Avusturya, Kanada, Japonya ve ABD'de histeri etkisinin geçerli olduğu tespit edilmiştir

(Arestis & Mariscal, 1999). 16 OECD ülkesinin 1955-1997 dönemi işsizlik verileri doğrultusunda 6 OECD ülkesinde histeri etkisinin geçerli olduğu diğer 10 ülkede ise geçerli olmadığı sonucuna varılmıştır (Papell ve diğerleri, 2000). 21 OECD ülkesinin 1966-1999 dönemi işsizlik verileri analiz edilmiştir. Analizde Kanada, Hollanda ve ABD için histeri etkisi reddedilmiştir (Peve ve diğerleri, 2003). 19 OECD ülkesinin 1998-2001 dönemi işsizlik verileri sonucunda yedi ülkede histeri etkisinin geçerli olduğu kabul edilmiştir (Camarero & Tamarit, 2004). 14 OECD ülkesinde Ocak 1998- Eylül 2017 dönemi erkek ve kadın işsizlik verileri için Almanya, İtalya, İspanya, Portekiz, Polonya, İngiltere, Finlandiya, Japonya, ABD, Şili ve Yunanistan'da hem erkek hem de kadınlarda histerinin geçerli olduğu, Belçika'da kadınlarda histeri etkisinin geçerli olduğu, Kore'de kadınlarda histeri etkisinin olduğu ve Belçika'da ise hem kadınlarda hem de erkeklerde histeri etkisinin olmadığı tespit edilmiştir (Özpolat & Özsoy, 2018). 28 OECD ülkesinin 1980-2016 dönemine ait işsizlik verileri analiz edilmiştir. Analizde 16 OECD ülkesinde işsizlik histerisi geçerli iken diğer ülkelerde geçerli olmadığı sonucuna ulaşılmıştır (Songur, 2020). 15 OECD ülkesinin 1991 1.Çeyrek-2019 2.Çeyrek işsizlik verileri analiz edilmiştir. Sonuçta, Almanya, Türkiye ve İspanya'da histeri etkisinin geçerli olduğu, 12 ülkede ise geçerli olmadığı tespit edilmiştir (Pata, 2020).

Avustralya'nın Şubat 1978-Mayıs 2005, Belçika'nın Ocak 1982-Nisan 2005, Kanada'nın Ocak 1970-Nisan 2005, Danimarka'nın Ocak 1982-Nisan 2005, Finlandiya'nın Ocak 1984-Nisan 2005, Fransa'nın Ocak 1982-Nisan 2005, Almanya'nın Ocak 1978-Nisan 2005, İrlanda'nın Ocak 1982-Nisan 2005, Japonya'nın Ocak 1970-Nisan 2005, Lüksemburg'un Ocak 1982-Nisan 2005, Hollanda'nın Ocak 1970-Nisan 2005, Norveç'in Ocak 1989-Mart 2005, Portekiz'in Ocak 1983-Nisan 2005, İsveç'in Ocak 1980-Mart 2005, İngiltere'nin Ocak 1982-Şubat 2005 ve ABD'nin Ocak 1970- Mayıs 2005 dönemi işsizlik verileri referans alınarak analiz edilmiştir. Analizde ABD, Almanya, Avustralya, Finlandiya, Fransa ve Japonya'da da histeri etkisinin geçerli olduğu anlaşılmıştır (Lin ve diğerleri, 2008).

3.2. Ulusal Düzeyde Gerçekleştirilen Çalışmalar

Aşağıda yer alan literatür taraması Türkiye özelinde yapılan çalışmaları içermektedir. Aşağıda yer alan çalışmaların tamamında kullanılan yöntem birim kök testleridir.

Türkiye'de 1988-2008 dönemini kapsayan işsizlik verileri analiz edildiğinde, histeri hipotezinin geçerli olmadığı tespit edilmiştir (Çınar ve diğerleri, 2014). Ocak 2005-Temmuz 2013 dönemi işsizlik oranı ve işgücüne katılma oranı verileri analiz edilmiştir. Analizde histeri etkisinin bir rejimde geçerli olduğu anlaşılmıştır (Saraç, 2014). 1980-2013 dönemini kapsayan işsizlik verileri histeri hipotezinin geçerliliğini göstermektedir (Taş & Uğur, 2017). Ocak 2005-Kasım 2016 dönemini kapsayan işsizlik rakamları için histeri hipotezinin geçerliliği kanıtlanmıştır (Özpençe & Ergen, 2017). 1923-2019 dönemi işsizlik verileri incelenmiş ve sonuçta histeri hipotezinin geçerli olduğu sonucuna varılmıştır (Bayat ve diğerleri, 2020). 2005-2014 dönemi cinsiyet ve medeni duruma göre işsizlik verileri analiz edilmiştir. Analiz sonucunda bekar erkek ve evli kadın oranlarında histeri etkisinin geçerli olduğu anlaşılmıştır (Çiçen, 2020). Ocak 2014-Eylül 2020 döneminde 15-24 yaş arası nüfusun işsizlik verileri incelendiğinde ani kırılmaların dikkate alınması durumunda yapısalci yaklaşımın, yumuşak kırılmalar dikkate alındığında ise hem histeri hem de yapısalci hipotezinin geçerli olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Coşkun, 2021). 1988-2018 dönemi kadın, erkek ve genel işsizlik verileri referans alındığında kadın işsizliğinde histeri etkisinin var olduğu tespit edilmiştir (Şak, 2021). Ocak 2005-Ocak 2022 dönemi genel işsizlik ve genç işsizlik verileri analiz edilmiştir. Analizde her iki işsizlik grubunda da histeri hipotezinin geçerli olduğu, genç işsizlik verilerinin genel işsizlik verilerine kıyasla daha az histeri etkisi barındırdığı sonucuna ulaşılmıştır (Üçler, 2022). 1923-2021 dönemi işsizlik verileri referans alındığında histeri hipotezinin geçerli olmadığı tespit edilmiştir (Belliler & Demiralp, 2022). Ocak 2014- Şubat 2022 dönemi genel işsizlik ve genç işsizlik verileri analiz edilmiştir. Sonuçta histeri hipotezinin geçerli olmadığı anlaşılmıştır (Azazi & Ateş, 2022). Ocak 2005-Mayıs 2022 dönemi erkek ve kadın işsizlik rakamları için erkeklerin kadınlardan daha fazla işsizlik histerisi barındırdığı kanıtlanmıştır (Azazi, 2022).

4. Ekonometrik Metodoloji

Dickey-Fuller, Augmented Dickey-Fuller ve Phillips-Perron birim kök testlerinin metodolojisi açıklanacaktır.

4.1. Dickey-Fuller (DF) Birim Kök Testi

Dickey ve Fuller (1979) testinde hata terimlerinin özdeş ve bağımsız dağıldığını varsaymaktadır. Ancak bu varsayım genel olarak gerçekte sağlanmamaktadır. Test pür rassal yürüyüş süreci referans alınarak geliştirilmiştir.

$$Y_t = \Phi Y_{t-1} + \varepsilon_t \quad \varepsilon_t \sim \text{IID}(0, \sigma^2)$$

$$t \bar{\Phi} = \frac{\bar{\Phi} - 1}{Sh \bar{\Phi}}$$

Testin hipotezleri;

$H_0 = \Phi = 1$ (birim kök vardır)

$H_1 = \Phi < 1$ (durağandır)

Denklemden yer alan t istatistik değeri kritik değerden büyük olursa (mutlak değer) sıfır hipotezinin reddedilemeyeceği yani serinin durağan olduğu anlamına gelmektedir. Tam tersi durumda ise serinin birim kök içerdiği sonucuna varılmaktadır (Öz, 2023).

1981 yılında ise Genişletilmiş Dickey-Fuller (ADF) testi otokorelasyon sorununu da dikkate almış ve yardımcı regresyon denklemleri kullanmıştır. Yardımcı denklemler;

$$\Delta Y_t = \delta Y_{t-1} + \sum_{i=1}^k \alpha_i \Delta Y_{t-i} + \varepsilon_t$$

$$\Delta Y_t = \mu + \delta Y_{t-1} + \sum_{i=1}^k \alpha_i \Delta Y_{t-i} + \varepsilon_t$$

$$\Delta Y_t = \mu + \beta_t + \delta Y_{t-1} + \sum_{i=1}^k \alpha_i \Delta Y_{t-i} + \varepsilon_t$$

ΔY_t (bağımlı değişken)'in gecikmeli değerleri denklemlere dahil edilerek denklemler genişletilmektedir. Ancak denklemler genişletilirken kaç gecikmenin modele dahil edileceği önemlidir (Yazıcı, 2021). ADF ve DF'nin hipotezlerinde farklılık bulunmamaktadır.

4.2. Philips-Perron (PP) Birim Kök Testi

Philips-Perron, 1988 yılında ADF'nin regresyon modellerine tahmininde kullanmış oldukları parametrik olmayan tahmin değerlerini önererek en küçük kareler yönteminden farklılık göstererek birim kök testlerinin gelişimine katkı sağlamışlardır. Temel olarak hipotezlerin test edilmesinde farklılık bulunmamaktadır. PP test istatistiği;

$$Z_t = \left(\sum_{t=2}^T Y_{t-1}^2 \right)^{\frac{1}{2}} \frac{(\bar{\Phi} - 1)}{S_{Tl}} - \left(\frac{1}{2} \right) \frac{S_{Tl}^2 - S_{\varepsilon}^2}{[S_{Tl}^2 (T^{-2} \sum_{t=2}^T Y_{t-1}^2)^{1/2}]}$$

Denklemden yer alan $S_{\varepsilon}^2 = T^{-1} \sum_{t=1}^T \varepsilon_t^2$ hata terimi varyansının tutarlı tahmincisini ifade ederken, $S_{Tl}^2 = S_{\varepsilon}^2 + 2 \sum_{s=1}^l w_{sl} \sum \varepsilon_t \varepsilon_{t-s} / T$ uzun dönem varyans tahmincisini ifade etmektedir. Testin hipotezleri;

$H_0 =$ birim kök vardır

$H_1 =$ Durağandır

Test istatistiğinin kritik değerlerden mutlak değerce küçük olması sıfır hipotezinin reddedilemediğini ifade etmektedir (Yazıcı, 2021).

5. Veri Seti ve Ampirik Bulgular

Çalışmada mevsim etkilerinden arındırılmış kadın ve erkek işsizlik oranları verileri TÜİK'ten elde edilmiştir. Veriler Ocak 2021-Ocak 2024 dönemine ait aylık dönemi kapsamaktadır. Ocak 2021 döneminin

başlangıç olmasının nedeni ise 2021 yılında işsizlik tanımında meydana gelen değişikliktir. Veriler ADF ve PP testleri yardımıyla analiz edilmiştir.

Tablo 1'de erkek işsizlik oranları ADF test sonuçları gösterilmektedir.

Tablo 1. ADF Erkek İşsizlik Sonuçları		
	t	Olasılık
	-1.830040	0.3603
Kritik Değerler:	1%	-3.632900
	5%	-2.948404
	10%	-2.612874

Tabloya göre t-istatistik değerlerinin kritik değerlerden olarak küçük olması (mutlak değer) histeri etkisinin olduğunu göstermektedir.

Tablo 2'de erkek işsizlik oranlarının PP test sonuçları gösterilmektedir.

Tablo 2. PP Erkek İşsizlik Sonuçları		
	t	Olasılık
	-1.668298	0.4383
Kritik Değerler:	1%	-3.626784
	5%	-2.945842
	10%	-2.611531

Tabloya göre t-istatistik değerinin kritik değerlerde olarak küçük olması (mutlak değer) histeri etkisinin geçerli olduğunu göstermektedir. Erkek işsizlik oranlarında hem ADF hem de PP test sonuçlarına göre yaşanan şokların işsizlik oranı üzerinde kalıcı etki yarattığı görülmektedir.

Tablo 3'te kadın işsizlik oranlarının ADF test sonuçları gösterilmektedir.

Tablo 3. ADF Kadın İşsizlik Sonuçları		
	t	Olasılık
	-1.292300	0.6225
Kritik Değerler:	1%	-3.626784
	5%	-2.945842
	10%	-2.611531

Tabloda t-istatistik değerinin kritik değerlerden küçük olduğu (mutlak değer) görülmektedir. Bu nedenle histeri etkisinin geçerli olduğu sonucuna varılmaktadır.

Tablo 4'te kadın işsizlik oranlarının PP test sonuçları gösterilmektedir.

Tablo 4. PP Kadın İşsizlik Sonuçları		
	t	Olasılık
	-0.952899	0.7593
Kritik Değerler:	1%	-3.626784
	5%	-2.945842
	10%	-2.611531

Tabloya göre işsizlik histerisinin geçerli olduğu görülmektedir. Kadın işsizlik oranlarına ait ADF ve PP test sonuçları incelendiğinde yaşanan şokların kadın işsizlik oranlarında da kalıcı etki yarattığı görülmektedir.

Olasılık değerli dikkate alındığında olasılık değeri yüksek olan değişkende histeri etkisi daha fazla hissedilmektedir (Azazi, 2022). Tablo 5'te kadın ve erkek işsizlik oranlarının ADF ve PP test olasılık sonuçları gösterilmektedir.

Tablo 5. Erkek ve Kadın İşsizlik Oranlarının Testlere Göre Olasılık Değerleri

	ADF Testi Olasılık Değerleri	PP Testi Olasılık Değerleri
Kadın İşsizlik Oranı	0.6225	0.7593
Erkek İşsizlik Oranı	0.3603	0.4383

Tabloya göre hem ADF hem de PP test olasılık değerleri incelendiğinde kadın işsizlik oranı olasılıklarının erkek işsizlik oranı olasılıklarına göre daha yüksek olması kadınların işsizlik histerisini daha fazla hissettiğini göstermektedir. Buradan hareketle yaşanan şokların erkek işsizlik oranı üzerindeki kalıcı etkisinin kadın işsizlik oranı üzerindeki kalıcı etkisine kıyasla daha düşük seviyede olduğu sonucuna varılmıştır.

6. Sonuç

İşsizlik oranları ülke ekonomileri kapsamında ve uluslararası boyutta büyük önem arz etmektedir. Makroekonomik değişkenler içinde yer alan ve ülke ekonomisi hakkında bilgi vermekte olan işsizlik oranları iktisadi hayatı etkilemektedir. Ancak işsizlik sadece iktisadi hayatı değil aynı zamanda sosyal, kültürel ve psikolojik olmak üzere birçok farklı alanı da etkilemektedir. İşsizlik ile diğer değişkenler arasındaki ilişkiler literatürde oldukça önemli yer kaplamaktadır. Enflasyon ile işsizlik arasındaki ilişkiyi gösteren Phillips Eğrisi buna örnek gösterilebilir. Diğer taraftan ülke ekonomisinde meydana gelen şoklar da işsizlik verileri üzerinde etkili olabilmektedir. Yaşanan şokların işsizlik üzerinde uzun dönemde etkili olmadığı doğal işsizlik oranı hipoteziyle ifade edilirken, yaşanan şokların işsizlik üzerinde kalıcı etki bırakması da histeri etkisi hipoteziyle ifade edilmektedir. Ülkede yaşanan şokların işsizlik üzerindeki etkilerinin araştırılması ve araştırma sonuçlarına göre politikalar belirlenmesi rasyonel ve etkili olmaktadır. Bu nedenle işsizlik politikaları önemli hale gelmektedir. İşsizlik genel tanımıyla mevcut çalışma koşullarında çalışmaya razı olan ancak iş bulamayan kişileri ifade etmektedir. Bu genel tanımına ek olarak TÜİK'e göre işsizlik tanımı, "referans dönemde istihdam halinde olmayan iş aramak için son dört hafta içinde aktif iş arama kanallarından en az birini kullanmış ve iki hafta içinde işbaşı yapabilecek durumda olan kurumsal olmayan çalışma çağındaki tüm kişiler" olarak tanımlanmaktadır. TÜİK'in yapmış olduğu işsizlik tanımında süreç içinde birtakım düzenlemeler yapılmıştır. Örneğin; mevcut durumda son dört hafta içinde iş arama kanalları olarak ifade edilirken 2014 dönemi öncesinde son üç ay olarak ifade edilmektedir. Ek olarak 2021 yılında yapılan düzenleme ile de 2021 öncesi dönemde hem aktif hem de pasif arama kanalları dahil edilirken, 2021 sonrası dönemde sadece aktif iş arama kanalları hesaplamaya dahil edilmektedir. İşsizlik tanımlarında yapılan bu düzenlemeler işsizlik verilerinde de farklılıklara neden olmaktadır. Buradan hareketle Türkiye'de 2014 ve 2021 yılında işsizlik tanımının güncellenmesi ile 2014 ve 2021 yılları öncesi ve sonrasının birlikte analiz edildiği çalışmaların sonucu güven vermemektedir. Bu nedenle çalışmada Ocak 2021 ve Ocak 2024 dönemi işsizlik verileri kullanılmaktadır. Veriler, birim kök testleri yardımıyla analiz edilmiştir. Analiz sonucunda, ADF ve PP testlerine göre birim kökün varlığı tespit edilmiştir. Serilerin birim kök içermesi histeri etkisinin geçerli olduğu anlamına gelmektedir. Bu nedenle işsizlik oranlarında meydana gelen şoklar kalıcı olmaktadır. Çalışma sonuçları, Taş & Uğur (2017), Coşkun (2021), Üçler (2022), Bayat ve diğerleri (2020) ve Şak (2021) ile benzerlik göstermektedir. Aynı zamanda kadınların erkeklere oranla histeri etkisini daha fazla hissettiği olasılık değerlerinden anlaşılmaktadır. Sonuç olarak ekonomide meydana gelen şoklar, işsizlik üzerinde kalıcı etkiler meydana getirmektedir. Politika yapıcılarının bu kalıcı etkileri ortadan kaldıracak politikaları uygulaması önem arz etmektedir.

5. Extended Abstract

The unemployment rates (UR) observed in countries are influenced by various different variables. Unemployment, in its most general definition, refers to people who want to work under current working conditions but cannot find a job. According to TURKSTAT (Turkish Statistical Institute), unemployment; It is defined as "all persons of non-institutional working age who were not employed during the reference period, have used at least one of the active job search channels in the last four weeks to look for a job, and are able to return to work within two weeks." This given definition is the current definition. The definition has undergone some changes over the years. For example, before 2014, the concept of the last four weeks

given in the definition was included as the last three months. In addition, while all job search channels were accepted before 2021, only active job search channels are accepted in the post-2021 period. UR of countries provide information about their economies. Additionally, unemployment affects many different arguments. Unemployment can affect not only the economic aspects of a country but also the psychological, social, and cultural realms. The relationship between unemployment and one of the most important variables in the economic sphere, inflation, has been formulated in economic literature through the Phillips Curve (PC). The PC demonstrates the negative relationship between the inflation rate and unemployment. However, due to the invalidation of this hypothesis, the Adaptive Phillips Curve (APC) was developed by Milton Friedman and Edmund Phelps in the late 1960s, which incorporates expectations. APC, while the relationship between inflation and unemployment is valid in the short term, it is not valid in the long term. In the long term, the UR will occur at the level of the natural UR. The concept of the natural UR denotes the UR observed in a country at its normal performance level. It is also referred to as the UR that does not accelerate inflation. While the relationship between inflation and unemployment is expressed through the Phillips curve, the relationship between shocks in the economy and unemployment is also articulated through the Natural Unemployment Rate Hypothesis (NURH) and the Hysteresis Effect Hypothesis (HEH). NURH, when shocks occur in the economy, changes in the UR may occur. However, these changes are not permanent; in the long term, the UR will reach equilibrium at the natural unemployment rate. According to the HEH, shocks in the economy affect the UR, but unlike what the natural UR suggests, it will not reach equilibrium in the long term and will become permanent. The relationship between shocks and unemployment occupies a significant place in the literature. In this study, the question of whether the hysteresis effect or the NURH is valid in gender-specific UR in Türkiye is investigated. When the literature is examined, the scarcity of studies on the HEH or NURH in gender-specific UR is noteworthy. Therefore, the study of gender-specific UR is important. Gender-specific UR, seasonally adjusted, for the period January 2021-January 2024 were analyzed in the study. The reason for selecting this reference period is that the most recent change in the definition of unemployment by TURKSTAT was in 2021. Because changes in the definition of unemployment that occurred before 2021 and after may affect the analysis results and because analyzing data belonging to the same definition of unemployment together provides more reliable results, this period was selected. The data used in the study were included in the analysis on a monthly basis. The data were analyzed using unit root tests. ADF and PP tests were used for unit root tests. When the test results are interpreted, it is seen that the absolute values of t-statistic values are below the critical values. The t-statistic value is smaller than the critical values indicates that the HEH is valid. Based on this, shocks in the country's economy leave permanent effects on the UR in the country. It was determined that the HEH is valid in both female and male UR in the reference period. And, when the probability values observed in the tests are compared, it is seen that the probability values of female UR are higher than the probability values of male UR for both tests. When probability values are examined, it is proven that women feel the HEH more than men. As a result, while the HEH is valid in both men and women in the reference period, women feel the HEH more than men. The results are similar to the studies of Taş & Uğur (2017), Coşkun (2021), Üçler (2022), Bayat et al. (2020) and Şak (2021). It is important to implement policies that will eliminate the permanent effects of unemployment in the country due to the validity of HEH.

Keywords: Unemployment, Histeresis, Unit Root.

Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı / Contribution of Authors

Yazarların alışmadaki katkı oranları Mustafa Serdar ACAR %50/ Haldun SOYDAL %50 şeklinde dir.
The authors' contribution rates in the study are Mustafa Serdar ACAR %50/ Haldun SOYDAL %50 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 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.

Kaynakça

- Arestis, P., & Mariscal, I. B.-F. (1999). Unit Roots and Structural Breaks in OECD Unemployment. *Economics Letters*, 65(2), 149-156.
- Ayala, A., Cunado, J., & Gil-Alana, L. A. (2012). Unemployment Hysteresis: Empirical Evidence for Latin America. *Journal of Applied Economics*, 15(2), 213-233.
- Azazi, H. (2022). Analysis of Gender-Based Unemployment Hysteresis in Turkey. *Business & Management Studies: An International Journal (BMIJ)*, 10(3), 858-865.
- Azazi, H., & Ateş, S. (2022). Türkiye İçin Genel İşsizlik ve Genç İşsizlik Histerisinin Karşılaştırmalı Bir Analizi. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 17(1), 27-36.
- Bahmani-Oskooee, M., Chang, T., & Ranjbar, O. (2018). Testing hysteresis effect in U.S. state unemployment: new evidence using a nonlinear quantile unit root test. *Applied Economics Letters*, 25(4), 249-253.
- Bayat, T., Temiz, M., & Konat, G. (2020). Türkiye'de işsizlik Histerisi Hipotezinin Geçerliliği Üzerine Ampirik Bir Çalışma (1923-2019). *Pearson Journal of Social Sciences & Humanities*, 5(7), 1-8.
- Belliler, İ. S., & Demiralp, A. (2022). Türkiye'de İşsizlik Histerisi: Doğrusal Olmayan Birim Kök Testinden Kanıtlar. *Pearson Journal of Social Sciences & Humanities*, 7(22), 167-178.
- Blanchard, O. J., & Summers, L. H. (1986). Hysteresis and The European Unemployment Problem. *NBER Macroeconomics Annual*(1), 15-78.
- Camarero, M., & Tamarit, C. (2004). Hysteresis vs. Natural Rate of Unemployment: New Evidence for OECD Countries. *Economics Letters*, 84(3), 413-417.
- Chang, T., Lee, K.-C., Nieh, C.-C., & Wei, C.-C. (2005). An Empirical Note on Testing Hysteresis in Unemployment for ten European Countries: Panel SURADF Approach. *Applied Economics Letters*, 12(14), 881-886.
- Christopoulos, D. K., & Leon-Ledesma, M. A. (2007). Unemployment Hysteresis in EU Countries: What Do We Really Know About It? *Journal of Economic Studies*, 34(2), 80-89.
- Coşkun, N. (2021). Genç Nüfusta İşsizlik Histerisinin Sınanması: Türkiye Örneği. *Bulletin of Economic Theory and Analysis*, 6(1), 97-112.
- Cuestas, J. C., Gil-Alana, L. A., & Staehr, K. (2011). A Further Investigation of Unemployment Persistence in European Transition Economies. *Journal of Comparative Economics*(39), 514-532.
- Çiçen, Y. B. (2020). Global Krizde Cinsiyet ve Medeni Duruma Göre İşsizlik Histerisi: Türkiye İçin Fourier Durğanlık Analizi. *Akademik Hassasiyetler*, 7(13), 505-525.
- Çınar, M., Akay, H. K., & Yılmaz, F. (2014). A Sectoral Analysis of Hysteresis in Unemployment: Evidence From Turkey. *Bilgi: Türk Dünyası Sosyal Bilimler Dergisi*, 29-52.
- Dickey, D. A., & Fuller, W. A. (1979). Distribution of the Estimators for Autoregressive Time Series With a Unit Root. *Journal of the American Statistical Association*, 74(366), 427-431.
- Doğaner, A. (2022). Avrupa Birliği Ülkelerinde İşsizlik Histerisi Hipotezinin Doğrusal ve Doğrusal Olmayan Birim Kök testleriyle Tespiti : 1991-2020 Dönemi. *İstanbul İktisat Dergisi*, 72(2), 753-785.
- Dritsaki, C., & Dritsaki, M. (2013). Hysteresis in Unemployment: An Empirical Research for Three Member States of The European Union. *Theoretical and Applied Economics*, 20(4), 35-46.
- Friedman, M. (1968). The Role of Monetary Policy. *American Economic Review*, 58(1), 1-17.
- Furuoka, F. (2017). A New Approach to Testing Unemployment Hysteresis. *Empirical Economics*(53), 1253-1280.
- Jaeger, A., & Parkinson, M. (1994). Some Evidence on Hysteresis in Unemployment Rates. *European Economic Review* (38), 329-3242.
- Konat, G., & Coşkun, M. F. (2022). Testing Unemployment Hysteresis with Multi-Factor Panel Unit Root: Evidence form OECD Countries. *Ekonomika regional/Economy of regions*, 18(3), 742-754.
- Lin, C.-H., Kuo, N.-F., & Yuan, C.-D. (2008). Nonlinear vs. nonstationary of hysteresis in unemployment: evidence from OECD economies. *Applied Economics Letters*, 15(11), 905-909.
- Marjanovic, G., & Mihajlovic, V. (2014). Analysis of hysteresis in unemployment rates with structural breaks: the case of selected european countries. *Engineering Economics*, 25(4), 378-386.

- Marques, A. M., Lima, G. T., & Troster, V. (2017). Unemployment Persistence in OECD Countries After The Great Recession. *Economic Modelling*(64), 105-116.
- Mladenovic, Z. (2016). Econometric Testing of Enemployment Hysteresis in Selected CEE Countries: Lessons for The Serbian Economy. *Ekonomika Preduzeca*, 64(7-8), 403-413.
- Öz, D. (2023). Doktora Tezi. *Kesirli frekanslı Fourier Fonksiyonlarına Dayalı ve Normal Dağılmamayı Dikkate Alan Yeni Bir Birim Kök Testi*. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Özbek, S., & Türkmen, S. (2021). İşsizlik Histerisi mi, Doğal İşsizlik Oranı mı? E7 ve G7 Ülkelerinden Yeni Kanıtlar. *Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*(22), 643-661.
- Özpençe, A. i., & Ergen, E. (2017). Analysis of Unemployment Hysteresis in Turkey: Structural Break Unit Root Test. *Journal of Economics, Finance and Accounting (JEFA)*, 4(4), 368-376.
- Özpolat, A., & Özsoy, F. N. (2018). Cinsiyete Göre İşsizlik Histerisi: Karşılaştırmalı Ülke Analizi. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 19(1), 44-59.
- Papell, D. H., Murray, C. J., & Ghiblawi, H. (2000). The Structure of Unemployment. *The Review of Economics and Statistics*, 82(2), 309-315.
- Pata, U. K. (2020). OECD Ülkelerinde İşsizlik Histerisinin Ampirik Bir Analizi: Fourier Panel Duraganlık Testi. *Sosyal Güvenlik Dergisi*, 10(1), 125-144.
- Peve, P., Henin, P.-Y., & Jolivaldt, P. (2003). Testing for Hysteresis: Unemployment Persistence and Wage Adjustment. *Empirical Economics*, 28(3), 535-552.
- Phelps, E. S. (1967). Phillips Curve, Expectations of Inflation and Optimal Unemployment over Time. *Economica*, 34(135), 254-281.
- Roed, K. (1996). Unemployment Hysteresis-Macro Evidence 16 OECD Countries. *Empirical Economics*(21), 589-600.
- Saraç, T. B. (2014). İşsizlikte Histeri Etkisi: Türkiye Örneği. *Ege Akademik Bakış*, 14(3), 335-344.
- Sigeze, Ç., Coşkun, N., & Ballı, E. (2019). AB Ülkelerinde ve Türkiye'de İşsizlik Histerisinin Fourier-KPSS Birim Kök Testi ile İncelenmesi. *İzmir İktisat Dergisi*, 34(1), 15-24.
- Song, F., & Wu, Y. (1998). Hysteresis in Unemployment: Evidence from OECD Countries. *The Quarterly Review of Economics and Finance*, 38(2), 181-192.
- Songur, M. (2020). OECD Ülkelerinde İşsizlik Histerisi: Fourier Panel KPSS Testinden Yeni Kanıtlar. *Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*(25), 51-63.
- Şak, N. (2021). Türkiye'de İşsizlik Histerisi: Kadın ve Erkek İşsizliğine Bir Bakış. *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14(2), 467-477.
- Taş, S., & Uğur, B. (2017). Türkiye için İşsizlik Histerisi mi, Yoksa Doğal Oran Hipotezi mi Geçerlidir? *Çukurova Üniversitesi İİBF Dergisi*, 21(1), 25-40.
- Topçu, B. A. (2019). Üst Orta Gelirli Ülkelerde İşsizlik Histerisi Hipotezinin Test Edilmesi. *International Journal of Academic Value Studies*, 5(1), 151-158.
- TÜİK. (2021). *Hanehalkı İşgücü Araştırmasında Yapılan Düzenlemelere İlişkin Metodoloji Dokümanı*. Türkiye İstatistik Kurumu.
- TÜİK. (2024, 03 29). *Türkiye İstatistik Kurumu*. <https://data.tuik.gov.tr/Kategori/GetKategori?p=Istihdam,-Issizlik-ve-Ucret-108> adresinden alındı
- Uğur, B., & Atılgan, D. (2021). BRICS-T Ülkeleri için İşsizlik Histerisi mi, Yoksa Doğal Oran Hipotezi mi Geçerlidir? *Çukurova Üniversitesi İİBF Dergisi*, 25(2), 311-325.
- Üçler, Y. T. (2022). Türkiye'de İşsizlik Histerisi Üzerine Bir Araştırma (2005-2022). *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 25(1), 216-225.
- Ünsal, E. (2017). *Makro İktisat*. Murat Yayınları.
- Xie, H., Chang, T., Grigorescu, A., & Hung, K. (2018). Revisit Hysteresis Unemployment in Eastern European Countries Using Quantile Regression. *Ekonomicky Casopis*(66), 522-537.
- Yazıcı, B. E. (2021). Doktora Tezi. *Fourier Fonksiyonlarına Dayalı Doğrusal Olmayan Yeni Bir Eşbütünlüşme Testi Önerisi*. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Türkiye’de Kefalet Sigortasına İlişkin Bir Değerlendirme ve Yarı Yapılandırılmış Nitel Görüşme Tekniği ile Sektör Araştırması

Muharrem UMUT* 
Merve EMİRCAN GÜLERYÜZ** 

ÖZ

Dünyada ve Türkiye’de ekonomik faaliyet ve finansal piyasalarda yaşanan değişimler/gelişmeler sonucu yeni sigortacılık ürünleri ortaya çıkmakta ve ürün yelpazesi genişlemektedir. Bu kapsamda yakın geçmişte finansal sigorta ürünlerinden biri olarak uygulamaya konulan kefalet sigortası gelişme potansiyeli yüksek ürünlerden biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Kefalet sigortası, sigortalının veya borçlunun sigorta sözleşmesinde belirtilen yükümlülüklerini yerine getirememesi ihtimaline karşı sigorta şirketinin alacaklıya veya lehdara teminat sağlaması olarak bilinmektedir. Ülkemizde ilk defa 2014 yılında düzenlemesi yapılmış olup, bu alanda ruhsatı bulunan sınırlı sayıda sigorta şirketlerince teminat sunulmaktadır. Yaklaşık 10 yıldır piyasada uygulanan bu sigortada henüz yeterince derinlik sağlanmadığı ve arzulanan sigortalı ve teminat sayısına ulaşamadığı düşünülmektedir. Bu itibarla kefalet sigortasında sorunların ve aksaklıkların tespiti yapılarak çözümler üretilmesi ve yaygınlığının artırılmasını teminen bir nitel görüşme yöntemi olan yarı yapılandırılmış görüşme tekniği ile ruhsat sahibi sigorta şirketlerine önceden oluşturulmuş sorular yöneltilerek mülakat yapılmıştır. Yapılan görüşme sonucu elde edilen sonuçlar paylaşılarak anılan sigortada derinliğin ve penetrasyonun artırılması için ilgili taraflarca yapılması gereken hususlar ortaya çıkarılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Finansal Sigortalar, Kefalet Sigortası, Denetim, Nitel Görüşme, Penetrasyon.

An Assessment and Sector Research Using Semi-Structured Qualitative Interview Technique on Surety Insurance in Türkiye

ABSTRACT

As a result of changes/developments in economic activity and financial markets worldwide and in Türkiye, new insurance products are emerging and the product range is expanding. Within this scope, surety insurance, recently introduced as one of the financial insurance products, stands out as one of the high-potential products. Surety insurance is known as the provision of security by the insurance company to the creditor or beneficiary against the possibility of the insured or debtor failing to fulfill the obligations specified in the insurance contract. It was first regulated in our country in 2014 and is provided by a limited number of insurance companies licensed in this field. Believed that despite being implemented in the market for about 10 years, sufficient depth has not yet been achieved in this insurance and the desired number of insured and guarantees has not been reached. Therefore, in order to identify problems and shortcomings in surety insurance and to increase its prevalence, interviews were conducted with licensed insurance companies using a semi-structured interview technique, which is a qualitative research method. Interviews were conducted by directing pre-prepared questions to the license holder insurers. The results obtained from the interviews were shared, and the issues that need to be addressed by the relevant parties to increase the depth and penetration in the mentioned insurance were revealed.

Keywords: Financial Insurances, Surety Insurance, Auditing, Semi-Structured Interview, Penetration.

1. Giriş

Kefalet sigortası, bina tamamlama sigortası, siber sigortalar, ticari alacak sigortası gibi sigortalar sigortacılık uygulamasında finansal sigortalar olarak bilinmektedir. Dünya uygulamalarına bakıldığında sigorta ile benzer nitelikte olmasına rağmen daha çok senet ve kefalet anlamında teminat sağlayan ürünler kategorisinde yer almaktadır (Kochenburger & Salve, 2012). Finansal sigortalar arasında yer alan kefalet

* **Corresponding Author/Sorumlu Yazar,** Doç. Dr./Assoc. Prof. Dr., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Ankara, Türkiye/ Ankara Hacı Bayram Veli University, Ankara, Türkiye, muharrem.umut@hbv.edu.tr

** Arş. Gör./Res. Asist., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Ankara, Türkiye/ Ankara Hacı Bayram Veli University, Ankara, Türkiye, merve.emircan@hbv.edu.tr

Makale Gönderim ve Kabul Tarihleri/Article Submission and Acceptance Dates: 17.04.2024-18.06.2024

Citation/Atf: Umüt, M., Emircan, M. (2024). Türkiye’de kefalet sigortasına ilişkin bir değerlendirme ve yarı yapılandırılmış nitel görüşme tekniği ile sektör araştırması. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 54, 312-324. <https://doi.org/10.52642/susbed.1469655>

sigortası ilk defa 2014 yılında sigortacılık sektörüne özgü bir düzenleme şekli olan genel şartlarının yayınlanmasıyla yürürlüğe girmiştir. Dolayısıyla trafik, kasko ve yangın gibi diğer sigorta türleriyle karşılaştırıldığında oldukça yeni olan kefalet sigortası, ülkemizin ekonomik ve finansal işlem hacmi gözetildiğinde potansiyeli yüksek ve gelişmeye açık bir sigorta türü olarak karşımıza çıkmaktadır. Bankacılık uygulamasındaki banka teminat mektubunun karşılığı olan kefalet sigortası, borçlunun sözleşmeden veya mevzuattan kaynaklanan yükümlülüklerini yerine getirememesi nedeniyle bu sigortayı sunan sigorta şirketinin teminat sağlamasından ibarettir (Gözüşirin, 2014).

Kefalet Sigortası Genel Şartlarında, bu sigorta sözleşmesi ile herhangi bir şekilde borçlunun/sigortalının poliçede belirtilen yükümlülüğün yerine getirememesi durumunda genel ve özel şartlar kapsamında sigorta şirketinin borçluya kefil olarak alacaklıya / lehdara teminat sağlaması olarak kapsamı çizilmiştir (Kefalet Sigortası Genel Şartları, 2014).

Literatürde "Bonding" ve "Surety" kavramlarıyla bilinen sigorta ürünü, bankacılık sektöründe yaygın olarak kullanılan teminat mektuplarına benzer bir nitelik taşımakta ve kefalet senedi olarak da geçmektedir (Gözüşirin, 2014). Bu anlamda kefalet sigortası teminatı sunan sigorta şirketi, borçlu tarafın poliçeden / sözleşmeden veya mevzuattan kaynaklanan sorumluluklarını yerine getirememesi durumuna karşı alacaklı tarafa güvence temin etmektedir (Euler Hermes A.Ş., 2017).

Finansal kurumların ürün çeşitliliğiyle birlikte finansal piyasaların etkinliği artmakta ve bu ürünler finansal kurumlar tarafından ilgili aktörlerin ihtiyaçlarına yönelik olarak arz edilmektedir. Finansal piyasalarda değişen koşullar ve artan riskler, sigortacılık sektöründe değişimi beraberinde getirmektedir (Yeşilyaprak & Polat, 2018). Bu nedenle piyasalardaki değişimler nedeniyle oluşabilecek riskler karşısında bu riskleri teminat altına alacak yeni sigorta ürünleri sunulmakta, böylece sigortacılık piyasasında da ürün yelpazesi gelişmektedir.

Finansal sigorta ürünlerinden biri olan kefalet sigortası, dünyada yaygın olarak uygulanan ve reel sektörün finansal yükünü hafifletmesi bakımından önemli bir araç olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu ihtiyacın ABD pazarında tamamı, Avrupa'da ise %75'i doğrudan sigorta şirketleri tarafından karşılanmaktadır. Türkiye'de inşaat sektörü ve altyapı işleri ile bu alanlardaki yatırımların çoğalması sebebiyle teminat mektubu alımı oldukça yaygındır. Üstelik bankalardan teminat mektubu temin edilmesinde Türkiye, dünyada en baş sıralarda yer almaktadır. Bu nedenle uzun yıllar teminat ihtiyacı bankalardan karşılanmış, sigorta sektörü bu bakımdan geri planda kalmıştır.

2014 senesinde mülga Hazine Müsteşarlığınca "Kefalet Sigortası Genel Şartları" yayımlanmıştır (Kefalet Sigortası Genel Şartları, 2014). Daha sonra bu sigortaya ilişkin bir genelge çıkarılmıştır (Kefalet Sigortası Genelge, 2015). "Sigorta Branşlarına İlişkin 2007/01 no'lu Tebliğ"e ek olarak, 30261 sayılı Resmî Gazete'de (2017) "Bazı Vergi Kanunları ile Diğer Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun" yayımlanmıştır (Yeşilyaprak & Polat, 2018). Böylece Türkiye'de kefalet sigortasının yasal altyapısı oluşturulmuştur.

ABD'de uzun bir geçmişe sahip olan ve finansal piyasalarda önemli bir konumu bulunan kefalet sigortası, mülga Hazine Müsteşarlığınca 01.02.2014'te yürürlüğe giren "Kefalet Sigortası Genel Şartları" ile ülkemiz hukuk sistemine dahil edilmiştir. Bu sigorta türü, banka teminat mektuplarına alternatif olarak düşünülmüş olup borç ilişkilerinden kaynaklanan yükümlülükler için alacaklıya karşı teminat sağlama amacını taşımaktadır. Kefalet sigortası, bankacılık sektöründeki teminat limitlerini azaltarak yükü hafifletmeyi ve birçok sektördeki garanti ve teminat ihtiyacını karşılamayı hedeflemektedir. Ayrıca, 05 Aralık 2017 tarihli Resmî Gazetede yayımlanan ve 4734 sayılı Kamu İhale Kanunu'nda yapılan değişikliklerle, kefalet senetlerinin bu sigorta kapsamında teminat olarak sunulmasına olanak tanınmıştır (Özoğlu, 2020). Kefalet sigortasının temini çoğunlukla altyapı sektörü, inşaat sektörü, enerji sektörü, imalat ve yapı-onarım gibi projelerdir. Bununla birlikte bu sigorta ürünü hemen her sektörden talep görmektedir.

Bu itibarla çalışmada, yeni bir sigorta ürünü olması özelliğiyle birlikte gerek gelişmeye açık gerekse artan talep karşısında söz konusu sigortanın Türkiye'deki mevcut durumu ve potansiyeli ele alınmıştır. Bu kapsamda literatür araştırmasıyla birlikte söz konusu sigortanın özellikleri, teminat içerikleri ve türleri incelenmiş ve nihayet bir nitel araştırma yöntemi olan yarı yapılandırılmış görüşme tekniği ile uygulamada bu teminatı sunan sigorta şirketleri yetkililerine çeşitli sorular yöneltilerek mülakatlar yapılmış, uygulamadaki eksiklikler, ihtiyaçlar ve sorunlar tespit edilerek uygulamacılar gözünden öneriler

geliştirilmiştir. Bu sayede çalışmayla, yapılacak mevzuat düzenlemelerine temel oluşturması ve bu sigortaya farkındalığın artırılması bakımından önemli bir fonksiyonu yerine getireceği düşünülmektedir.

2. Literatür Araştırması

Literatüre bakıldığında bu alanda oldukça sınırlı sayıda çalışma yapıldığı gözlenmiştir. Nitekim çalışma kapsamında Türkiye'deki kefalet sigortasının uygulamacılar açısından durumunu ortaya koymak ve yapılacak düzenlemelere temel oluşturmak bakımından ülkemizde bu alanda yapılan ulusal çalışmalar araştırılmıştır.

Gözüşirin (2014) çalışmasında Kefalet sigortasının ağırlıklı inşaat sektöründe kullanılmasına istinaden inşaat piyasasının Türkiye ekonomisindeki konumu ve yurtdışı müteahhitlik işlerinde şirketlerce teminat mektubu yerine alabileceklerini beraber değerlendirmiş ve kefalet sigortasının Türkiye açısından önemini yüksek olabileceği sonucuna varmıştır. Bu kapsamda kefalet sigortasının kapsamını, kefalet sigortası ile teminat altına alınan rizikoları ve banka teminat mektubundan farklarını incelemiştir.

Yeşilyaprak ve Polat (2018) çalışmalarında, başlangıçta bankacılık sektörü ve ilgili diğer paydaşlar üzerinde etkisi olacak bu yeni ürünü analiz etmişlerdir. Kefalet Sigortasının yeni bir ürün olarak incelenmesi, mevcut ürünlerle kıyaslanarak Türk finansal sistemi üzerindeki olumlu ve olumsuz etkilerinin değerlendirilmesi yapılmıştır. Bu bağlamda çalışmada kefalet sigortasının tanımı, tarafları, gelişimi, teminat türleri, alternatif ürünlere göre ayrı yönleri ele alınmış ve bu yapının Türkiye'de uygulanmasına yönelik riskleri, faydaları ve güçlü yönleri incelenmiştir.

Beg (2019) yapmış olduğu çalışmada banka teminat mektubu ile kefalet sigortası arasında analiz ve karşılaştırma yapmıştır.

Çetin ve Alpay (2019) çalışmalarında Türk sigorta sektöründe yapılan sigorta hilelerini ele almış, bu kapsamda kefalet sigortasında yapılan sigorta sahteciliklerine de değinmişlerdir.

Özoğlu (2020) yapmış olduğu çalışmada ABD'de çok uzun süredir uygulanan ve finansal sektörde etkin bir yeri bulunan kefalet sigortasının, Kefalet Sigortası Genel Şartlarının 2014 yılında yürürlüğe girmesi ve Türk hukuk sistemine dâhil edilmesiyle banka teminat mektuplarına alternatif olmasını ve kefalet sigortası sözleşmesini incelemiştir.

Tamer (2021) çalışmasında bir kefalet sigortası ürünü olan bina tamamlama sigortasını ele almış, 6502 sayılı yasa ile Türk hukukuna giren ve hem tüketicinin korunmasını amaçlayan hem de sigorta hukukunda yeni bir sözleşme olan Bina Tamamlama Sigortası'nın şartlarını ve hükümlerini incelemiştir.

Uluslararası çalışmalara bakıldığında yine sınırlı sayıda çalışma yapıldığı görülmektedir.

Awad ve Fayek (2012) yapmış oldukları çalışmada inşaat firmalarına kefalet sigortası sunan sigorta şirketlerinin göz önünde bulundurdıkları değerlendirme kriterlerini tanımlamış ve sınıflandırmışlardır.

Dwyer ve diğerleri (2022) yapmış oldukları çalışmada kefalet sigortasının bankalar için yapılması gerektiğini ifade etmiş ve kefalet sigortasının banka risklerini azaltacağını belirtmişlerdir.

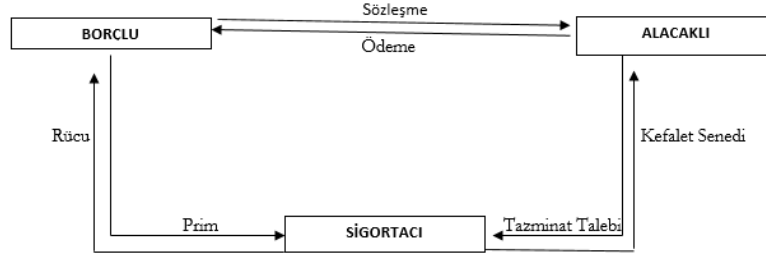
Alqahtani ve diğerleri (2024) çalışmalarında Suudi Arabistan inşaat sektöründe önemli yer tutan kefalet sigortası poliçelerini incelemiş, poliçelerdeki temel eksiklikleri ve engelleri belirlemek ve sigorta sektöründe mali kayıplara, mesleki sorumluluğa, kusur sorumluluğuna, gizli ayıplara karşı sigorta ile ilgili iyileştirmeye yönelik bir yol haritası sağlamayı amaçlamışlardır.

Hem ulusal hem uluslararası literatüre bakıldığında mevcut çalışmamız, diğerlerinden farklı olarak sigorta şirketlerinin uygulamada yaşadığı sorunlar ve eksiklikler tespit edilerek çözümler ve öneriler oluşturulması ve bu sigortanın gelişimi açısından yapılacak düzenlemelere ışık tutulması açısından önem arz edecektir.

3. Kefalet Sigortasının Özellikleri

Kefalet sözleşmelerinde, borçlu (sigorta ettiren), alacaklı (lehdar) ve sigorta şirketi (kefil) olmak üzere üç taraf söz konusudur. Kefalet sigortası hukuki açıdan bir kişisel teminat sözleşmesi özelliğini taşımaktadır. Nitekim kefalet sigortası poliçesiyle kapsama alınan riziko gerçekleştiği durumda, sigorta şirketi poliçe limiti ile alacaklıya karşı sorumlu hale gelir. Sigortacı anılan poliçe veya sözleşme kapsamında üstüne aldığı sorumlulukları gereğince ilgili tarafa (lehdara) tazminat ödemesi yapmaktadır. Kefalet sigortasında, sigortacı öncelikle alacaklıya karşı sorumludur. Diğer sigorta sözleşmelerinin aksine,

borçlunun yanlış beyanda bulunması veya prim ödeme borcunu yerine getirmemesi gibi hallerde dahi sigortacının alacaklıya karşı sorumluluğu devam etmektedir. Borçlunun sözleşmeden kaynaklanan yükümlülüğünü yerine getirememesi halinde sigorta şirketi sözleşmede yazan tutarı alacaklıya ödemekte, buna karşın borçluya rücu etme yoluna gidebilmektedir. Zarar hesaplaması yapılan sigorta türlerinde sigortalı tarafa teminat verilirken, kefalet sigortasında ise esas itibarıyla alacaklı tarafa teminat sağlanmaktadır. Bu özelliği ile de diğer sigorta türlerinden ayrılmaktadır. Kefalet sigortasının işleyişi Şekil 1'de verilmiştir.



Şekil 1.

4. Kefalet Sigortasının Teminatları

Kefalet sigortası teminat türleri farklı şekillerde uygulanabilmektedir. Uluslararası uygulamalar incelendiğinde ağırlıklı hizmet ve yönetim sektörleri, mahkeme, atık inşaat alanları, tedarik zinciri, gümrük ve vergi sektörleri gibi çeşitli teminatlarla karşılaşmaktadır (Yeşilyaprak & Polat, 2018). Kefalet sigortası ile teminat verilen rizikolara yönelik hazırlanan belge, bir kefalet senedi niteliğinde olup tam olarak kefalet sigortası poliçesi değildir. Teminatı talep eden kurum, senedin veya sigortanın kullanıldığı sektör gibi çeşitli kriterlere göre kefalet sigortasının farklı şekillerde sınıflandırılması mümkündür (Gözüşirin, 2014). Kefalet sigortası kapsamında bu türlerle sınırlı olmamak kaydıyla uygulamada aşağıdaki teminat türleri sunulmaktadır.

4.1. Avans Ödeme Teminatı

İhale ile proje alanı, hizmet ve mal işlemi süreçlerinde avans alan ilgili tarafın, alacaklı lehdeye yönelik yükümlülüklerini yerine getirmeme veya avansı geri ödememe rizikosuna yönelik teminat sağlayan bir kefalet sigortası türüdür.

4.2. Performans Teminatı

Sözleşme şartlarına uygun olarak proje sahibinin yükümlülüklerini sağlayamaması rizikosuna yönelik teminat sunmaktadır. Sigorta ettirenin veya sigortalının sorumluluklarını yerine getirmemesi durumunda, sigorta şirketi farklı bir üstlenici firma ile anlaşarak kalan işin bitirilmesini isteyebilir (Frakes, 2002). Bu anlamda bankalardaki teminat mektubundan önemli ölçüde ayrılmakta ve işin tamamlanmasını sağladığından bina tamamlama sigortası ile benzer özellik taşımaktadır.

4.3. Onarım ile İmalat ve Bakım Teminatı

İnşaat ve mühendislik gibi alanlarda, iş tesliminden sonra performansın analiz edildiği durumlarda, iş tesliminden itibaren belirli bir süre işçilik kusurundan kaynaklanan zararlara karşı teminat sağlamaktadır.

Performans teminatı, işin teslimi sırasında işin tamamlanmasını ve belirlenen standartlara uygun olarak yapılmasını güvence altına alırken, bakım/onarım teminatı işin tesliminden sonra eserde oluşabilecek kusurları teminat altına alır. Bu iki teminat türü, birbirini tamamlayıcı nitelikte olabilir (Gözüşirin, 2014).

4.4. Emniyet-i Suistimal Teminatı

Kefalet sigortasında adı geçen işçilerin, hile ve dolandırıcılık şeklindeki yüz kızartıcı eylemleri sonucunda şirket veya işverenin zarar etmesine yönelik teminat sunmaktadır.

Ayrıca yürüttükleri görev sebebiyle kendisine güvenilen kişilerin (vasi, yediemin, kayyım gibi) vereceği zararlar da teminat altına alınmaktadır (Denecke, 1958).

4.5. Gümrük ve Mahkeme Teminatı

Bir davanın açılabilmesi, malın gümrükten çekilmesi veya gümrükleme işlemlerinden kaynaklanan hatalar nedeniyle oluşabilecek kamu alacaklarının tazmin edilmesi bakımından sigortalıdan istenen kefalet sigortası teminat şeklidir. Bu tür sigortada gümrük idareleri, vergi daireleri ve mahkemeler lehdar durumundadır.

4.6. İhaleye Katılım (Geçici) Teminat

Sigorta ettiren tarafından ihalenin tamamlanmasından önce çekilmesi, ihaleyi kazanması durumunda poliçeyi veya sözleşmeyi imzalamaktan geri çekilmesi veya ihale çerçevesinde vermesi gereken teminatların verilmemesi gibi rizikolara yönelik teminat sağlar.

İhaleyi kazanan kişinin, hukuki olarak geçerli bir neden olmaksızın sözleşmeyi imzalamaması halinde ihaleye katılım teminatı devreye girer ve sigortacının sorumluluğu söz konusu olur. İhaleye katılım teminatının birçok türü mevcuttur. Sigortacı, borçlu tarafından belirlenen ücret ile verilen ikinci en iyi fiyat teklifi arasındaki farktan yükümlü olabileceği gibi, ihale sözleşmesinde yer alan yaptırım (cezai) tutar kadar da yükümlü tutulabilir. Bu türde ise borçlunun (sigortalının) temel sözleşmeyi imzalamaması veya istenen diğer kefalet sözleşmelerinin sağlanamaması sebebiyle oluşan asıl zarar istenilmektedir (Russel, 1999).

Kamu ihaleleri bakımından ise kamu ihale mevzuatında, ihaleye katılım için banka teminat mektupları yerine kefalet senetlerinin de kabul edilebilmesine yönelik değişiklik yapılması gerekmektedir.

4.7. Ödeme Teminatı

İhale sonrası anlaşılan tüm alt taşeronlara ve çalışanlara verilecek ücretlerde sorun çıktığında bu ücretlerin verilmemesine yönelik teminat sağlayan bir türdür. Türkiye'de uygulanan kefalet sözleşmesinin bu şeklinin 4721 sayılı Türk Medeni Kanunu'nda yer alan inşaat firmaları veya yapı ipoteği şeklinde bilinen ipotek türü için yararlanabileceği değerlendirilmektedir. Performans senetlerinin yanı sıra müteahhitten ayrıca istenen ödeme senedi ile tüm taşeronlara ve çalışanlara yapılacak ücret ödemelerinin herhangi bir şekilde yapılmaması durumuna yönelik teminat verilmekte ve bu sayede taşınmazın mülkiyeti rehinsiz bir şekilde kazanılmaktadır (Russel, 1999).

4.8. Kamu İhaleleri Teminatı

4734 sayılı Kamu İhale Kanunu ve ilgili diğer düzenlemeleri bağlı olarak yapılan ihalelerde, kefalet sözleşmesinin gelir şeklinde kayıt altına alınmasına sebep olabilecek risklere karşı asli ve kesin, kayıtsız şartsız, sigortalının sorumluluğundan ayrı bir şekilde, süreli ve ilk talepte ödeme esasını içeren bir teminat şeklidir. Bu teminat türü, poliçeye ek olarak verilen özel şartlar (klozlar) dâhilinde sunulmaktadır.

4.9. Kamu Alacakları Teminatı

6183 sayılı Amme Alacaklarının Tahsil Usulü Hakkındaki Kanuna istinaden sigortalının herhangi bir şekilde kamu alacağına karşı sorumluluğunu yerine getirememesi veya ödememesi rizikosuna yönelik yine asli ve kesin, kayıtsız şartsız, sigortalının sorumluluğundan ayrı bir şekilde, süreli ve ilk talepte ödeme esasını içeren bir teminat şeklidir.

2016 yılında Genel Şartlarda yapılan değişiklikle kamu ihaleleri ve kamu alacakları teminatları kefalet sigortası genel şartlarına eklenmiştir. Bu değişiklikle birlikte, kefalet senetlerinin bankalardaki teminat mektubuna benzer olarak ilk talepte ödemeli olarak da düzenlenebilmesi imkânı sağlanmış ve kefalet senetleri artık asli ve kesin, kayıtsız şartsız, sigortalının sorumluluğundan ayrı bir şekilde, süreli ve ilk talepte ödeme esasını içeren bir yapıda düzenlenebilir hale gelmiştir. Söz konusu düzenleme, yeni bir teminat türünün oluşturulmasını değil anılan Kanunun değiştirilmesi sonrasında talep edilecek kefalet senetlerinin içeriğinin belirlenmesini amaçlamaktadır. Başka bir deyişle, Kanunun değiştirilmesiyle kefalet senetlerinin teminat olarak kabul edilebilir hale gelmesi durumunda, 6183 sayılı Kanun uyarınca her bir kamu idaresinin talep edeceği kefalet senetlerinin standart hale getirilmesinden ibarettir. Bu değişiklikle kefalet sigortası, banka teminat mektuplarının işleyiş mekanizmasına benzer bir yapıya sahip hale getirilmiştir.

5. Yöntem

Anılan özelliklerde ve türlerde sunulan kefalet sigortasının mevcut durumunu, eksikliklerini ve sorunlarıyla birlikte çözümlerini ortaya koymak bakımından uygulayıcılar olarak sigorta şirketleriyle bir nitel araştırma yöntemi olan yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Zira bu sigortanın finansal özelliği ve içerdiği yüksek riskler itibarıyla acente, broker gibi araçlardan ziyade daha çok sigorta şirketleri ürünleri sunmakta ve bilgilendirme yapmaktadırlar.

Görüşmeler Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Etik Komisyonu'nun 10.10.2023 tarih 215930 sayılı izni ile gerçekleştirilmiştir.

5.1. Görüşme Soruları

Görüşme sorularının hazırlanmasında, sigortacılık piyasasına yönelik bir araştırma olmasından kaynaklı Gönen ve Kaya (2023)'nin çalışmasından faydalanılmış, görüşme soruları çalışmanın temel araştırma soruları doğrultusunda kefalet sigortasının özellikleri dikkate alınarak yeniden düzenlenmiştir. Yarı-yapılandırılmış görüşmelerde yöneltilen sorular aşağıdadır:

- 1) Kefalet sigortasını sunuyor musunuz? Sunulan bu sigortayı bireylere mi yoksa firmalara mı sunuyorsunuz?
- 2) Kefalet sigortasını talep eden bireylerin/firmaların yerine getirmesi gereken şartlar var mıdır? Sigortayı sunmaya yönelik ön koşullarınız/kriterleriniz nelerdir?
- 3) Kefalet sigortası fiyatlandırma süreciniz hakkında bilgi verebilir misiniz? Örneğin, fiyatlandırma sürecinde hangi veri ve/veya parametreleri kullanıyorsunuz?
- 4) Kefalet sigortası kapsamında sunduğunuz teminatlar nelerdir? İsteğe bağlı teminatlar bulunuyor mu? Bu ürünün müşteriye sunduğu avantajlar (vergi, teşvik vb.) var mıdır?
- 5) Covid-19 dönemi sonrasında bu sigortada/üründe ciddi bir talep artışı yaşandı mı?
- 6) Türkiye'de kefalet sigortası sigorta pazarı büyüklüğü ve pazar payınız ne kadardır? Bu sigortaya ilişkin poliçe sayınıza, toplam prim üretimimize, sunulan sigorta bedeline, teminat tutarına ve ödenen hasar tutarına ilişkin bilgi verebilir misiniz?
- 7) Türkiye'de kefalet sigortasının yaygınlaştırılmasına engel teşkil eden sorunlar nelerdir? Bu sorunların aşılmasına yönelik ne gibi önlemler alınmaktadır ve/veya alınması gereklidir?
- 8) Kefalet sigortasının yaygınlaşması bakımından (sigorta şirketleri, sigortalılar ve kamu otoritesi bakımından ve varsa diğer yönlerden) önerileriniz nelerdir?

5.2. Veri Toplama Yöntemi

Çalışmamızda nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Bu kapsamda, nitel araştırmalarda sıkça kullanılan veri toplama metodlarından olan görüşme tekniği kullanılmasına karar verilmiştir. Görüşme yönteminin çeşitli türleri bulunmakla birlikte, genellikle görüşmedeki kontrol düzeyine göre, yapılandırılmamış görüşme tekniği ile yarı yapılandırılmış görüşme tekniği ve yapılandırılmış görüşme tekniği olarak sınıflandırılmaktadır (Berg & Lune, 2019). Nitel görüşmelerin temel amacı, araştırma konusunu katılımcıların bakış açılarıyla ele almaktır. Bu nedenle, nitel görüşmelerin daha az yapılandırılmış ve açık uçlu sorularla yürütülmesi gerektiği belirtilmektedir.

Veri elde etme yöntemi olarak yarı-yapılandırılmış görüşme yönteminden faydalanılarak yapılan çalışmamız, Gönen ve Kaya (2023) tarafından yapılan sigortacılık sektörüne yönelik çalışmayı takip etmektedir. Yarı-yapılandırılmış görüşme yöntemi, araştırmacıya görüşme rehberi doğrultusunda ilerleme olanağı sağlarken aynı zamanda gerektiğinde daha derinlemesine konuları ele alma imkânı da sunmaktadır.

Finansal sigortalar piyasasıyla ilgili doğrudan deneyimlerin ve görüşlerin edinilmesi amacıyla Türkiye'de hayat dışı branşta faaliyet gösteren ve kefalet sigortası ürününü sunan sigorta şirketlerinin finansal sigortalar alanında uzman yöneticileriyle yarı-yapılandırılmış görüşmeler yapılmıştır.

Türkiye Sigorta Birliği (TSB) verileri ve hayat dışı branşta faaliyet gösteren sigorta şirketlerinin kurumsal internet siteleri incelenerek kefalet sigortası ürününü sunan sigorta şirketleri tespit edilmiştir. Kefalet sigortası ürünü sunduğu tespit edilen şirketler ile telefon ve e-posta aracılığıyla iletişime geçilmiştir. Toplam 12 sigorta şirketi ile iletişime geçilmiş ve 5 sigorta şirketi görüşmeyi kabul etmiştir. Görüşme yapılan şirketler, kefalet sigortası prim üretiminde sektörün %51,4'ünü oluşturmaktadır. Örneklemin, evreni temsil gücüne sahip olduğu düşünülmektedir.

Yapılan 5 görüşmenin tamamı gerçek zamanlı (on-line) görüşme olarak yapılmıştır. Görüşmelerin tamamına her iki yazar da doğrudan katılım sağlamıştır. 5 görüşmede 5 şirketten 7 katılımcı ile görüşme gerçekleştirilmiştir. Görüşmelerde öncelikle katılımcılara şirket ve katılımcı bilgilerinin gizli tutulacağı bilgisi verilmiştir. Görüşülen kişiler ilgili sigorta şirketinde genel müdür yardımcısı, başkan yardımcısı, müdür, direktör ya da uzman pozisyonlarındaki kişilerdir. Her bir şirket yetkilisi ile ortalama 1 saat süren görüşmeler yapılmıştır. Görüşme yapılan şirket ve kişi bilgilerinin gizli tutulması amacıyla çalışmamızda şirketler; Şirket 1 (Ş1), Şirket 2 (Ş2), Şirket 3 (Ş3), ..., olarak kodlanmıştır. 2 şirket görüşme sonrasında e-posta yoluyla görüşme sorularına ilişkin cevaplarını yazılı olarak iletmışlerdir.

6. Bulgular

Çalışmanın bu bölümünde, taraflara yapılan görüşmeler neticesinde ulaşılan bulgular paylaşılacaktır.

6.1. Türkiye'de Kefalet Sigortası'nın Mevcut Durumu

Katılımcılar ile yapılan görüşmeler sonucunda elde edilen veriler incelendiğinde, Türkiye'de kefalet sigortası ürününün, finansal sigortaların yapısı gereği ticari ve finansal bir ürün olması sebebiyle çoğunlukla şirketlere yönelik sunulduğu görülmüştür. Bu kapsamda kefalet sigortası ürünü sunulan şirketlerin şahıs şirketleri, limited şirketler ve anonim şirketler olabileceği ifade edilmiştir. Ş2, bireylere de bu ürünün sunulabileceğini ifade ederken, Ş1, Ş3, Ş4 ve Ş5 yalnızca şirketlere sunulabileceğini ifade etmiştir. Ş1, Ş2, Ş4 ve Ş5, kefalet sigortası ürününü aktif olarak sunduklarını ifade ederken; Ş3 ürünün sektörde yeni sunulduğu, yasal düzenlemelerin tam olarak oturmamış olduğu dönemde kefalet sigortası sunan şirketlerden birinin hasar sonucu çok yüksek tutarda tazminat ödemek durumunda kaldığı, bu kadar büyük bir riski şirketin kendi üzerinde tutmuş olduğunu, dolayısıyla bu hasarın şirketin tazminat/prim dengesini bozduğunu, zararın uluslararası piyasalarda duyulması neticesinde kefalet sigortası ürünü için reasürans desteği bulamadıklarını ve bu sebeple çok fazla talep olmasına rağmen kefalet sigortası ürününü sunamadıklarını ifade etmiştir. Ayrıca yasal mevzuatta düzenlemeler yapılması halinde reasürans tarafında gelişmeler yaşanabileceğini, böylece bu ürünü sunmaya devam edebileceklerini dile getirmişlerdir. Ş3 şirketinin anılan sigortada ruhsatlarının bulunduğu ancak bu ürünü aktif olarak sunmadıklarını ifade etmesi sebebiyle çalışmanın devamında yer alan sorular Ş3 şirketine yöneltilmemiştir.

Görüşme yapılan şirketlerin tümü bu ürünün sunulabilmesi için sigortalının belli koşulları sağlaması gerektiğini ve bu koşullara uygunluğunun çeşitli veriler incelenerek belirlendiğini belirtmişlerdir.

Ş1, sigortalıyı ve sigortalının yaptığı işi anlamak amacıyla firma ne zaman kurulmuş ne kadar zamandır sektörde bulunuyor, hangi alanda çalışıyor, bugüne kadar hiç problem yaşadığı bir ihale ya da ödeyemediği bir çeki olmuş mu gibi firmanın geçmişine ve mevcut finansal durumuna yönelik detaylı soruları içeren bir formları olduğunu ve sigortalıların öncelikle bu formu doldurması gerektiğini ifade etmiştir. Gerekli bilgileri temin ettikten sonra bu bilgiler çerçevesinde bir finansal analiz çalışması yapıldığını ve analiz sonucu çerçevesinde uygun olarak değerlendirilen sigortalılar için teklif çalışıldığını ifade etmiştir. Ş2, yeni bir finansal hizmet platformu olan bireylerin Findex risk ve çek raporları, firmaların ise mizan, kurumlar vergisi beyannamesi, bilanço gibi verileri içeren son 3 yıllık finansal verilerini inceleyerek karar verdiklerini, sistem tarafında bir finansal veri skorlama algoritması kullandıklarını ve bu skorlama sonucunda mali tahlil ve istihbarat ekibinin firma ile ilgili rapor hazırlayarak onay sürecini başlatmış olduğunu ifade etmiştir. Ş4, işin doğası gereği belge ve bilgi temini gerektiğini ancak sadece bilgi ve belge üzerinden gitmenin de yeterli olmadığını, firmayla ilgili bir piyasa araştırması yapılması gerektiğini ifade etmiştir. Firmaların talep ettiği limit bazında bazı finansal verileri, Mali Suçları Araştırma Kurulu (MASAK) evrakları değerlendirilerek risk analizi ve poliçelendirme (underwriting) çalışması yapıldığı ve bu çalışma ile sigortalıya teminat verilebilir mi, ne kadar teminat verilebilir, moralitesi nedir, riski nedir, istihbaratı nedir, piyasa durumu nedir gibi sorularla değerlendirmeler yapılarak bir skorlama yapıldığını ve buna göre hangi koşullarda hangi primle teminat verileceğinin belirlendiğini ifade etmiştir. Şirket portföyünün aşırı riskli unsurlardan arındırılmış bir şekilde temiz olmasının da çok önemli olduğunu, bu sebeple birçok gerekçeyle bazı taleplere olumsuz dönüş yaptıklarını ve uygun olan koşullarda karşılıklı olarak anlaşmaya varılan müşterilerle devam ettiklerini belirtmiştir. Ş5 ise talep sahibi şirketin olumlu istihbarata sahip olması, belli ciro büyüklüğü, finansal yeterliliğe sahip olması, kamu borcu bulunmaması gibi belli başlı şartları değerlendirerek iş kabulü yaptıklarını belirtmiştir.

Görüşme yapılan şirketlerin tümü fiyatlamayı, elde edilen mali veriler doğrultusunda bir risk değerlendirmesi yaparak belirlediklerini ifade etmişlerdir. Ş2 skorlamanın, istihbarat verilerinin ve firmanın borç-alacak dengesinin fiyatlamada çok önemli olduğuna değinmiştir. Skorlama sonucunda bir veri seti oluşturduğunu, bu veri setinin primi belirlemede %30'luk bir kısmı oluşturduğunu, geri kalan %70'lik kısmı ise mali takip ve istihbarat verilerinin oluşturduğunu, elde edilen veriler doğrultusunda çarpan, teminat gibi poliçe şartlarına karar verdiklerini ifade etmiştir. Ş4 fiyatlamasının doğrudan firmanın kredibilitesi ile alakalı olduğunu, borçlanma yüksekliği, özkaynak yetersizliği gibi riskli bir finansal durum söz konusu olduğunda sigorta şirketinin riski almayı tercih etmeyebileceğini ya da aldığı riskin yüksekliğine göre fiyatlamayı değişken yapabileceğini ifade etmiştir. Kredibilitesi çok yüksek olan bir sigortalının istediği teminatın çok riskli olabileceğini, böyle bir durumda sigorta şirketinin bankadan farklı olarak vade, teminat gibi riskin gerçekleşme olasılığını etkileyen unsurları da göz önünde bulundurmak zorunda kaldıklarını belirtmiştir. Ş5 ise şirketin faaliyet gösterdiği sektör, bilanço büyüklüğü ve aktif kalitesi, sigortaya konu işe yönelik tecrübesi, işin niteliği, vadesi, büyüklüğü gibi unsurlar dikkate alınarak fiyatın belirlendiğini ifade etmiştir.

Kefalet sigortasının teminat kapsamına ilişkin olarak Ş1 kefalet sigortası ürününün diğer sigorta türlerinden farklı olduğunu, nitekim teminat kapsamının tercihler doğrultusunda değiştirilemediğini, ek teminatlar bulunmadığını, kefalet sigortasının başlı başına ayrı bir finansal teminat olduğunu ifade etmiştir. Ş2 kefalet sigortası kapsamında şu anda daha çok kesin ve geçici kefalet senetleri talepleri geldiğini ve bu taleplere cevap vermeye çalıştıklarını belirtmiştir. Kamu ihale kurumu tarafından düzenlenen ihalelere elektronik ortamda kefalet senedi düzenlediklerini, bunların dışında yurtiçinde özel sektör taleplerini de karşıladıklarını ve Lisanslı Depoculuk Tazmin Fonu ve 6183 sayılı Kanunda yapılan değişiklik ile birlikte vergi dairelerine hitaben kefalet sigortası poliçesi düzenlediklerini ifade etmiştir. Ş4 kefalet sigortası üretiminde vergisel anlamda sigorta şirketlerinin de bankalarla aynı imkanlara sahip olabilmeleri için üst düzey kurumlarla görüşmeler gerçekleştirdiklerini ve harç ve vergilerle ilgili muafiyet sağlanması talepleri bulunduğunu, üst kurumların bu talepleri olumlu olarak karşıladığını ifade etmiştir. Ş5 ise ürünle bir taahhüde bağlı olarak borcun yerine getirilmemesi teminatı sunulduğunu, isteğe bağlı teminat bulunmadığını ifade etmiştir. Sigortalıya herhangi bir maddi avantaj sunmamakla birlikte, tercih edilmesi halinde teminat mektubu, nakit veya nakit nitelikli blokaj yerine geçerek müşteriye avantaj sağladığını ifade etmiştir.

Covid-19 sürecinin bu ürüne olan talebe etkisi incelendiğinde Ş1 ticarete olan yavaşlama sebebiyle Covid-19 sürecinin başında kısa süreli bir düşüş yaşandığını ancak akabinde normale döndüğünü ifade etmiştir. Ş2 ve Ş5 Covid-19 sürecinin bu ürüne hiçbir etkisi olmadığını, Ş4 ise Covid-19 sürecinde birçok işlemin elektronik ortamda yürütülmesinin kefalet sigortası üretim sürecini de hızlandırarak olumlu olarak etkilediğini belirtmiştir.

Türkiye'de kefalet sigortası sunan şirketlerin 2023 Aralık ayı itibarıyla TSB tarafından yayınlanan istatistiksel verileri Tablo 1'de verilmiştir. Kefalet sigortası toplam verileri doğrudan kefalet, dolaylı kefalet, bina tamamlama sigortası ve emniyeti suiistimal verilerini de içermektedir. Bu sebeple Tablo 1'de yalnızca doğrudan kefalet verilerine yer verilmiştir.

Tablo 1.

	Kefalet Sigortası Pazar Payı (%)	Kefalet Sigortası Poliçe Sayısı	Kefalet Sigortası Net Kazanılmış Prim (TL)	Doğrudan Kefalet Teminat Adedi	Kefalet Sigortası Net Gerçekleşen Hasar (TL)
Anadolu Anonim Türk Sigorta Şirketi	12.03	355	5.328.241	28	-15.237.718
Ankara Anonim Türk Sigorta Şirketi	1.01	159	6.072.731	146	-278.798
Türkiye Sigorta AŞ	5.07	296	19.599.330	71	-829.225
HDI Sigorta AŞ	17.47	209	72.709.969	14	-26.808.765
Bereket Sigorta AŞ	2.37	424	7.449.992	19.795	-3.844.344
Neova Katılım Sigorta AŞ	2.85	20	13.394.588	11	-299
Doğa Sigorta AŞ	0.67	396	2.772.785	259	627.169
Koru Sigorta AŞ	0.35	3.281	2.117.431	4.203	384.401
Quick Sigorta AŞ	2.78	2.243	49.744.246	2.276	1.498.047
Global World Sigorta AŞ	0.91	71	829.651	89	0

(Türkiye Sigorta Birliği, 2023)

6.2. Türkiye'de Kefalet Sigortası'nın Önündeki Fırsatlar ve Engeller

Görüşmelerde Türkiye'de kefalet sigortası ürününün yaygınlaşmasının önündeki engellerin neler olduğuna ve bu engellerin ortadan kaldırılarak ürünün yaygınlaştırılmasının sağlanmasına yönelik olarak sigorta şirketlerine, kamu otoritesine ve sigortalılara düşen görevlere ilişkin önerilere yer verilmiştir.

Ş1, sigorta şirketlerinin beklentilerinin banka teminat mektubunun geçerli olduğu alanlarda kefalet sigortasının da geçerli olması yönünde olduğunu ifade etmiştir. Banka teminat mektubu ve kefalet sigortası birebir aynı ürünler olamayacağından kefalet sigortasının bir sigorta ürünü olduğu da göz önünde bulundurularak düzenlemeler yapılması gerektiğini ifade etmiştir. Bu alanda yapıcı adımlar gerçekleştirildiğini, örneğin sahte kefalet senetleri düzenlenmesine önlem olarak kefalet sigortası poliçe bilgilerinin Sigorta Bilgi ve Gözetim Merkezine (SBM) aktarıldığını, böylece sahte kefalet sigortası ile yapılan dolandırıcılıkların önüne geçildiğini ifade etmiştir.

Ş2, Türkiye'de ruhsat sahibi sigorta şirketlerinin kefalet sözleşmesi çerçevesinde vermiş oldukları kefalet senetlerinin, lehtarlar için en az banka teminat mektupları kadar kuvvetli bir güvence sağladığını, bunun yanı sıra kefalet sigortasının sigortalılar açısından nakit blokajı ve likidite sorunlarına yol açmaksızın daha uygun maliyetlerle elde edilebilir bir ürün olduğunu, kefalet sigortalıları ile üretim ve ticaret piyasalarında risk etkili bir şekilde teminat altına alındığından gerek sigortacılık sistemi gerekse piyasa için oldukça avantajlı bir ürün olduğunu ve banka teminat mektupları ile eşdeğer bir yapıda olan kefalet sigortasının yaygınlaştırılmasının ekonomiye ve sigortacılık sektörüne önemli kazanımları olacağını ifade etmiştir. Kefalet sigortasının düzenleme olarak genel şartları olan ve hali hazırda sigorta şirketleri tarafından finansal sigortalar bağlamında düzenlenen bir sigortacılık ürünü olduğunu, bununla birlikte yurtdışı örneklerinde olduğu gibi yaygın bir kullanımının mevcut olmadığını dile getirmiştir. Bu durumun temelinde yatan en önemli nedenin, teminat olarak kabul edilebilecek değerlerin mevzuatla sınırlandırıldığı bazı durumlarda kefalet sigortasının geçerli teminatlar arasında sayılmaması olduğunu ve bu durumun giderilmesi için gerekli düzenlemelerin yapılması ve pratik ifadeyle banka teminat mektuplarının geçerli olduğu her alanda kefalet sigortasının da geçerli bir teminat olarak kabul edilmesi gerektiğini belirtmiştir.

4734 sayılı Kamu İhale Kanunu ve 6183 sayılı Amme Alacaklarının Tahsil Usulü Hakkında Kanun kapsamında yapılan değişikliklerle bu kanunlar kapsamında verilen teminatlar bakımından kefalet senetlerinin geçerli sayıldığını, kamu işlerine yönelik bu iki temel kanunda yapılan değişikliğe karşın, kefalet senetlerinin geçerliliğinin tanınması gereken iki önemli alan daha bulunduğunu, mahkemeler ve icra dairelerine verilen teminatlar ile Noterlik Kanunu uyarınca verilen teminatlar için de kefalet sigortasının geçerli sayılması gerektiğini belirtmişlerdir. 2004 sayılı İcra ve İflas Kanunu ile 1512 sayılı Noterlik Kanunu'nun teminata ilişkin hükümlerinde ve Gümrük kanununda değişiklikler yapılması gerektiği ifade edilmiştir. Bu bağlamda sigorta şirketlerinin kefalet sigortasının yaygınlaşması ve toplamda bilinirliğinin artması anlamında reklam faaliyetlerine ve sivil toplum kuruluşları ile işbirliği içerisinde girilerek bilinirliğinin artırılması için çaba sarf edilmesi gerektiğini, ayrıca sigorta şirketlerinin kendi dağıtım kanallarını da bu konuda eğitmesi ve bilgilendirmesi gerektiğini ifade etmiştir.

Kefalet sigortasının sigortacılık ürünü olmakla birlikte temelde sigorta şirketinin belirli bir borca kefil olmasını ifade ettiğinden, bu kefil olma durumunun kefalet sigortasını somutlaştırdığını, bu itibarla kefalet sigortasının uygulamada bir banka teminat mektubu olarak işlev gördüğünün anlaşıldığını belirtmiştir. Kefalet sigortalıları teminat mektupları gibi sadece bir para alacağına kefil olmayı değil aynı zamanda bir edimin ifasının da teminat altına alınmasına hizmet etmektedir. Bu yönüyle teminat mektuplarından daha geniş kullanım alanına sahip olan kefalet sigortalılarının, teminat mektuplarına alternatif bir sigortacılık ürünü olduğunu ifade etmiştir.

Sigortacılık sektöründen sorumlu kamu otoritesinin, mevzuatsal değişiklikler yanında 492 sayılı Harçlar Kanununun 123. maddesine sigorta şirketlerince düzenlenen finansal sigortalıların da eklenmesi gerektiğini, böylelikle kefalet senedi gibi finansal sigortalılar için sigortalıdan karşı teminat alınması aşamasında ipotek harçları başta olmak üzere sigorta şirketlerinin dezavantajlı durumunun giderilmiş olacağını, 488 sayılı Damga Vergisi Kanunu'nun istisna hükümlerine sigorta şirketlerince düzenlenen finansal sigortalıların da eklenmesi gerektiğini, böylelikle karşı teminat alınması aşamasında rehin sözleşmeleri için ödenen damga vergileri başta olmak üzere sigorta şirketlerinin dezavantajlı durumunun giderilmiş olacağını ifade etmiştir.

Ş4, yaygınlaşmanın eğitim, bilinirlik ve finansal ile sigortacılık okuryazarlığın artırılması ile mümkün olduğunu, sektörde çalışanların eğitiminin sertifikalandırılmasının bu konuda olumlu olacağını belirtmiştir. Mevzuat açısından vergisel muafiyetler sağlanmasının ve bankalarla aynı koşulların sağlanması gerektiğini, finansal sigortaları tamamen banka ürünü ya da tam bir sigorta ürünü gibi değerlendirmemek gerektiğini, ikisinin entegrasyonunun gerektiğini ifade etmiştir. Sigorta sektöründe teminat sunulan şirketlerin finansal bilgilerine erişim noktasında istihbarat konusunun güçlendirilmesi gerektiğini ve banka tekelinde ilerleyen bu sektörün risklerini paylaşması gerektiğini belirtmiştir.

Ş5 ise sigorta şirketlerinin çok büyük kısmının portföyünde bulunmaması, kefalet poliçeleri kapsamında düzenlenen ve banka teminat mektuplarının muadili olan kefalet senetlerinin, mevzuat gereği henüz banka teminat mektubunun kullanıldığı her alanda kullanılmaması, vergi ve harç konularında teminat mektupları ile eşitlenmemiş olması, ürünün yeterince bilinirliğe sahip olmamasının ürünün gelişimine engel olan hususlar arasında olduğunu ifade etmiştir.

Sigorta şirketleri açısından, satış kanallarına ürünün tam olarak tanıtılması gerektiğini ve hakim olunmayan ürünün satışına da mesafeli yaklaşılmasının önüne geçilmesi gerektiğini, ürün özelinde satış hedefi verilmesi ve ürüne mevcut ürünlerden daha yüksek komisyon verilerek satışa teşvik sağlanması gerektiğini, ürüne has kampanyalar düzenlenerek, müşterilere banka teminat mektubundan çok daha kolay ve çok daha kısa sürede ürüne sahip olunabileceğine, böylece banka limitlerinin başka ihtiyaçlar için kullanılabilmesine yönelik bilgilendirme yapılması gerektiğini ifade etmiştir. Sigortalılar açısından, ürünün faydalarının tam olarak anlaşılmasının sağlanması, ürünün bilinirliği ve banka teminat mektubu yerine kullanılabilmesine yönelik farkındalığın artırılması, ürün sahipliği ile banka kredi limitlerinin boş kalması sağlanarak nakit ihtiyaçlara yönelik kullanılabilmesinin vurgulanması gerektiğini belirtmiştir. Kamu otoritesi bakımından ise mevzuat düzenlemeleri ile banka teminat mektubunun kullanıldığı her alanda kefalet senedinin de teminat olarak kabulünün sağlanması, teminat sunulması açısından harç ve damga vergisi muafiyeti sağlanması gerektiğini ifade etmiştir.

7. Sonuç

Türkiye'de sigorta derinliği ve penetrasyonu her geçen gün artmaktadır. Bu artışta finansal ürünlerin payı oldukça önemlidir. Son zamanlarda gerek kamu otoritesi tarafından düzenlemesi yapılan gerekse sigorta şirketlerince rağbet gösterilen sigorta ürünlerinden birisi de finansal sigortalar içinde yer alan kefalet sigortasıdır. Kefalet sigortası, sigortalının (borçlunun) sözleşmeden ve/veya kanundan doğan yükümlülüğüne karşı alacaklıya (lehdara) sigortacı tarafından teminat sunulmasıdır. Diğer bir ifadeyle kefalet sigorta poliçesi ile sigorta şirketi, borçlunun sözleşmede belirtilen borç sorumluluğunu herhangi bir şekilde yerine getiremediği takdirde, sözleşme genel ve özel klostlarında yer alan hükümler kapsamında, borçlu tarafa kefil olmasıyla birlikte poliçede yer alan alacaklıya (lehdara) teminat sağlamaktadır. Uygulamada bankalar tarafından verilen teminat mektubuna benzerlik göstermekte ve kefillik ile senet olma niteliklerini de taşıdığından kefalet senedi olarak da bilinmektedir. Kefalet sigortasının teminatları arasında; avans ödemesi, emniyet-i suistimal, gümrük, performans, imalat ve bakım alanları, onarım, ihaleye katılım, kamu ihaleleri, kamu alacakları gibi farklı teminat türleri yer almaktadır.

Kefalet sigortasının uygulamadaki sorunları ve eksikliklerini tespit etmek ve bunlara yönelik çözüm önerilerini sunmak ve önündeki fırsatları değerlendirmek amacıyla bu branşta teminat sunan sigorta şirketlerine bir nitel görüşme yöntemi olan yarı yapılandırılmış görüşme tekniği uygulanmıştır.

Yapılan görüşmeler sonucunda, sigortacıların ticari ve finansal bir ürün olmasından kaynaklı olarak kefalet sigortasını daha çok firmalara sunduğu ve bu firmaların finansal bilgilerinin elde edilmesinin ve geçmiş yıllar verileri, finansal yeterlilik gibi unsurların riskin analiz edilmesi ve skorlama açısından önemli olduğu, dolayısıyla bazı firmaların koşulları sağlamadığı, hali hazırda sektörde çok az sayıda sigortacının teminat verdiği, zira mahiyeti gereği hasar şiddeti ve tazminat talebi yüksek olabilecek bir sigorta olduğu, diğer sigortalardan farklı olarak kefalet sigortasının özel uzmanlaşma gerektirdiği ve bu alanda finansal tablolar gibi hususlarda yeterli deneyime sahip olması gerektiği, nitekim sektörde ağırlıklı bankacılık deneyimine sahip personellerin istihdam edildiği, vergisel anlamda kefalet sigortasının diğer sigortalar ve/veya teminat mektuplarına göre dezavantajlı konumda bulunduğu, vergi ve harçlar bakımından muafiyetler getirilmesi gerektiği, hali hazırda sigortalıya bu anlamda bir avantajı bulunmadığı, Covid-19

sürecinin bu sigortayı doğrudan etkilemediği, kamu ihaleleri bakımından bir takım değişikliklerin yapıldığı ancak yeterli olmadığı, ihale mevzuatına tabi tüm kamu kuruluşların mevzuatında değişiklik yapılarak kefalet sigortasının sunulmasının ve kabul edilmesinin sağlanması gerektiği ortaya çıkmıştır.

Bununla birlikte yarım kalan işin tamamlanması bakımından kefalet sigortasının teminat mektubuna göre avantajlı konumda olduğu, ayrıca bankaların teminat mektupları üzerindeki yükün azaltılarak kefalet sigortasının yaygınlaştırılmasının finansal piyasalara ve böylece ekonomiye önemli katkısı olacağı anlaşılmıştır. Nitekim teminat mektupları firmalar için gayri nakdi bir kredidir. Şirketler gayri nakdi kredi yerine sigorta şirketlerinden kefalet sigortasını temin ederlerse bankacılık sektörü daha kârlı olan projelere ve nakdi kredilere yönelik teminat verebileceklerdir. Bununla birlikte firmalar kefalet sigortasını tercih ederek bankalardaki gayri nakdi kredilerini tüketmemiş olacaklar ve yeni yatırım imkanları için bankalardan kredi alabileceklerdir. Kaldı ki dünya uygulamalarında bu alanda teminat mektubu kullanımı yerine kefalet sigortası temin edildiği, böylece ülkemizde de dünya pratiğine uygun şekilde ilerlemesinin finansal derinlik ve sigortacılık tekniği açısından uygun olacağı düşünülmektedir.

Sonuç olarak, sigorta şirketleri ile yapılan görüşme tekniği ile uygulamada tespit edilen aksaklıklar ve sorunlar dikkate alınarak çözümler geliştirilmesi, gerekli mevzuat değişikliklerinin ivedi olarak yapılması ve bu sigortada eğitim, bilinirlik, finansal ve sigortacılık okur yazarlığının artırılması ile kefalet sigortasının yaygınlaştırılmasının sigortacılık sektörü ve ülke ekonomisi bakımından son derece önemli olduğu anlaşılmıştır.

8. Extended Abstract

Surety insurance, among financial insurances, entered into force for the first time in 2014 with the publication of its general terms and conditions, is a form of regulation specific to the insurance sector. Therefore, surety insurance, which is quite new compared to other types of insurance such as traffic, motor insurance and fire insurance. Besides, it is a type of insurance with high potential and open to development, considering the economic and financial transaction volume of our country. The insurance product is similar to the letters of guarantee commonly used in the banking sector and is also referred to as surety bonds. Surety insurance, one of the financial insurance products, is an important instrument that is widely practiced in the world and is important in terms of alleviating the financial burden of the real sector. In order to reveal the current status, shortcomings and problems and solutions of bail insurance offered in the aforementioned features and types, semi-structured interview technique, which is a qualitative research method, was used with insurance companies as practitioners.

To obtain direct experiences and opinions on the financial insurance market, semi-structured interviews were conducted with the managers specialized in the field of financial insurance of insurance companies operating in the non-life branch in Turkey and offering bail insurance products. The companies identified as offering bail insurance products were contacted by phone and e-mail. A total of 12 insurance companies were contacted and 5 insurance companies agreed to be interviewed.

All 5 interviews were conducted as real-time interviews. Both authors participated directly in all of the interviews. In 5 interviews, 7 participants from 5 companies were interviewed. During the interviews, the participants were first informed that company and participant information would be kept confidential. The interviewees were the deputy general manager, vice president, manager, director or specialist positions in the relevant insurance company. Interviews with each company official lasted an average of 1 hour. The companies were coded as Company 1 (Ş1), Company 2 (Ş2), Company 3 (Ş3), ..., in order to keep the information of the interviewed companies and individuals confidential. 2 companies sent their answers to the interview questions in writing via e-mail after the interview. As a result of the interviews, insurers offer surety insurance mostly to companies due to the fact that it is a commercial and financial product and obtaining the financial information of these companies and factors such as previous years' data and financial competence are important in terms of analyzing the risk and scoring, therefore, some companies do not meet the conditions, very few insurers currently provide coverage in the sector, because it is an insurance that may have high damage severity and compensation demand due to its nature, unlike other insurances, surety insurance requires special expertise and should have sufficient experience in issues such as financial statements in this field, In fact, personnel with banking experience are predominantly

employed in the sector; in tax terms, surety insurance has a disadvantageous position compared to other insurances and/or letters of guarantee, exemptions should be introduced in terms of taxes and fees, there is currently no advantage to the insured in this sense, the Covid-19 process does not directly affect this insurance, some changes have been made in terms of public tenders, but they are not sufficient, it should be ensured that surety insurance is presented and accepted by amending the legislation of all public institutions subject to tender legislation.

In addition, understood that surety insurance has an advantage over letters of guarantee in terms of completing unfinished work, and that reducing the burden on banks' letters of guarantee and expanding surety insurance will make a significant contribution to financial markets and thus to the economy. As a matter of fact, letters of guarantee are a non-cash loan for companies. If companies obtain surety insurance from insurance companies instead of non-cash loans, the banking sector will be able to provide collateral for more profitable projects and cash loans. In addition, by choosing surety insurance, firms will not exhaust their non-cash loans in banks and will be able to obtain loans from banks for new investment opportunities. Moreover, it is thought that surety insurance is provided instead of the use of letters of guarantee in this field in world practices, and thus, it would be appropriate in terms of financial depth and insurance technique to proceed in line with the world practice in our country.

As a result, understood that developing solutions by taking into account the shortcomings and problems identified in practice through interviews with insurance companies, making the necessary legislative amendments urgently, increasing education, awareness, financial and insurance literacy in this insurance, and making surety insurance widespread are extremely important for the insurance sector and the national economy.

Keywords: Financial insurance, Surety insurance, Auditing, Semi-structured interview, Penetration.

Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı / Contribution of Authors

Yazarların çalışmadaki katkı oranları Muharrem UMUT %50/ Merve Emircan GÜLERYÜZ %50 şeklindedir.
The authors' contribution rates in the study are Muharrem UMUT %50/ Merve Emircan GÜLERYÜZ %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.

Kaynakça

- Alqahtani, F. K., Alsaud, M., Al-Dossary, S., Sherif, M., Abotaleb, I. S., & Mohamed, A. G. (2024). Evaluation of insurance policies in the Saudi Arabian construction contracts. *Heliyon*.
- Awad, A., & Fayek, A. R. (2012). A decision support system for contractor prequalification for surety bonding. *Automation in Construction*, 89-98.
- Beg, M. A. (2019). Default insurance and Surety bonds: The difference and how they operate. *International Journal of Law*, 30-32.
- Berg, B. L., & Lune, H. (2019). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Eğitim Yayınevi.
- Çetin, A., & Alpay, S. (2019). Sigorta Hileleri: Türk Sigorta Sektörüne Yönelik Bir Değerlendirme. *Management and Political Sciences Review*, 7-28.
- Denecke, A. H. (1958). Surety And Fidelity Bonds . *Oregon Law Review* , 95.
- Euler Hermes A.Ş. (2017). Kefalet Sigortası. T.C. Başbakanlık Hazine Müsteşarlığı.
- Frakes, A. J. (2002). *Surety Bad Faith: Tort Recovery For Breach of a Construction Performance Bond*. U. Ill. L. Rev. 497.
- Gönen, N. V., & Kaya, E. Ö. (2023). Türk Sigorta Sektöründe Siber Sigortalara İlişkin Değerlendirme: Sektörel Bir Araştırma. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*, 708-726.
- Gözüşirin, M. (2014). *Teminat Sisteminin Parçası Olarak Kefalet Sigortası*. Ankara: T.C. Başbakanlık Hazine Müsteşarlığı.
- Kefalet Sigortası Genel Şartları. (2014). *Türkiye Sigorta Birliği*. <https://www.tsb.org.tr/tr/mevzuat/sigortacilik/genel-sartlar/finansal-sigortalar> adresinden alındı
- Kefalet Sigortası Genelge. (2015). *Türkiye Sigorta Birliği*, : <https://ms.hmb.gov.tr/uploads/2018/11/Kefalet-ve-Tek-Risk-Sigortalar%C4%B1na-%C4%B0li%C5%9Fkin-Genelge-20153.pdf> adresinden alındı
- Kochenburger, P., & Salve, P. (2012). An Introduction to Insurance Regulation. *Research Handbook on International Insurance Law and Regulation*, 221-251.
- Özoğlu, M. S. (2020). Kefalet Sigortası Sözleşmesi. *Selçuk Üniversitesi Adalet Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 223-243.
- Özoğlu, M. S. (2020). Kefalet Sigortası Sözleşmesi. *Selçuk Üniversitesi Adalet Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 223-243.
- P.Dwyer, G., Hasman, A., & Samartín, M. (2022). Surety bonds and moral hazard in banking. *Journal of Financial Stability*.
- Resmi Gazete. (2017). <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2017/12/20171205.htm> adresinden alındı
- Russel, J. S. (1999). *Surety Bonds for Construction Contracts*. The University of Wisconsin—Madison.
- Soyadı, A. (2020, Temmuz). Çalışma Başlığı. *Selçuk İletişim*, 13(2), 1-12.
- Tamer, Ş. (2021). Bina Tamamlama Sigortası. *İstanbul Medeniyet Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 155-199.
- Türkiye Sigorta Birliği. (2023). *Türkiye Sigorta Birliği*. <https://www.tsb.org.tr/> adresinden alındı
- Yeşilyaprak, M., & Polat, A. (2018). Kefalet Sigortası'nın Türk Finansal Kesiminde Uygulanması ve Muhtemel Etkileri. *Maliye ve Finans Yazıları*, 135-160.

Görüşmeler Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Etik Komisyonu'nun 10.10.2023 tarih 215930 sayılı izni ile gerçekleştirilmiştir.

Mekânın Anlamsal Eşiği: Tanpınar'ın 'Beş Şehir'inde Kapıların Anlamı

Güler KARABEKİR* 
Emre DEMİREL** 

ÖZ

İnsanı ve insana dair birçok şeyi anlamak için bir kaynak olarak başvuru edebiyat, mekânı ve mekânın anlamını sorgulamak için de kaynak olarak başvurulabilecek bir alandır. Çalışmanın amacı, edebiyatta kurulan mekansal deneyimi kapı-eşik mekânı kapsamında fenomenolojik perspektiften göstermektir. Edebiyattaki mekân anlatıları yapılar biçimsel bir betimlemenin ötesinde deneyim bağlamında nasıl bakılabileceğine dair birtakım öneriler sunmaktadır. Bu bağlamda Ahmet Hamdi Tanpınar'ın Beş Şehir adlı eserindeki kapılar çalışmanın temel konusunu oluşturmaktadır. Bununla birlikte mekân tasarımının formalist, biçimsel kaygılarla temsiline ötesinde bir takım imkanlarla temsil edilebilirliğini edebiyat üzerinden ortaya koymak ve bu bakış açısını tasarım sürecine dahil etmek amaçlanmıştır. Mekân deneyiminin anlaşılabilmesi için yöntem olarak fenomenoloji tabanlı bir yorumlamayı kullanan bu çalışma, kültürümüzde kapıların anlamını serimlemek, gündelik varoluşta geçişi nasıl somutlaştırdığımızı anlamak üzerine bir araştırmadır. Bu bağlamda çalışmada, Ahmet Hamdi Tanpınar'ın Beş Şehir adlı eserinde kapılar üzerine yazılmış metinler analiz edilmiştir. Sonuç bölümünde irdelenen bulgulardan yola çıkarak Tanpınar'ın mekânsal bakışını ortaya koymaya çalışan bu çalışma edebiyatın gözünden mekânı anlamaya ve anlamlandırmaya yardım edecek bir sorgulama olmayı hedeflemiştir.

Anahtar Kelimeler: Edebiyatta Mekân, Mimarlıkta Anlam, Mekanda İnsan Deneyimi, Fenomenoloji.

The Semantic Threshold of Space: The Meaning of Doors in Tanpınar's 'Beş Şehir'

ABSTRACT

Literature, which is used as a source to understand human beings and many things about human beings, is also a field that can be used as a source to question the space and the meaning of space. The aim of the study is to show the spatial experience established in literature from a phenomenological perspective within the scope of the door-threshold space. Space narratives in literature offer some suggestions on how to look at structures in the context of experience beyond a formal description. In this context, the doors in Ahmet Hamdi Tanpınar's Beş Şehir constitute the main subject of the study. In addition, it is aimed to reveal the representability of space design with a number of possibilities beyond formalist, formal concerns through literature and to include this point of view in the design process. This study, which uses a phenomenology-based interpretation as a method to understand the experience of space, is a research on the meaning of doors in our culture, to understand how we embody the transition in everyday existence. In this context, the study analyses the texts on doors in Ahmet Hamdi Tanpınar's Beş Şehir. Based on the findings analysed in the conclusion section, this study, which tries to reveal Tanpınar's spatial perspective, aims to be an inquiry that will help to understand and make sense of space through the eyes of literature.

Keywords: Spatiality in Literature, Meaning in Architecture, Human Experience in Space, Phenomenology.

1. Giriş

Mekânı düşündüğümüzde ilk aklımıza gelecek yapısal öğelerden biri olarak kapı, genellikle sadece geçişin bir nesnesi olarak düşünülse de insanın mekânsal deneyiminde çok farklı rollere bürünebilen bir ara mekân olarak edebiyatta karşımıza çıkmaktadır.

Kapı kelimesi Orhon yazıtlarında 'kapıg' biçiminde, Uygur Türkçesinde 'kapag~kapıg' biçimlerinde, Kâşğarî'de 'kappa' biçiminde, Kutadgu Bilig'de 'kapuğ' biçiminde 'kapı' anlamıyla kayıtlıdır (Atmaca &

* **Corresponding Author/Sorumlu Yazar**, Arş. Gör./Res. Asist., Niğde Ömer Halis Demir Üniversitesi, Niğde, Türkiye/ Niğde Ömer Halis Demir University, Niğde, Türkiye, karabekirguler@hotmail.com

** Doç. Dr./Assoc. Prof. Dr., Hacettepe Üniversitesi, Ankara, Türkiye/ Hacettepe University, Ankara, Türkiye, emredem77@gmail.com

Makale Gönderim ve Kabul Tarihleri/Article Submission and Acceptance Dates: 17.04.2024-24.06.2024

Citation/Atf: Karabekir, G., Demirel, E. (2024). Mekânın anlamsal eşiği: tanpınar'ın 'beş şehir'inde kapıların anlamı. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 54, 325-341. <https://doi.org/10.52642/susbed.1470109>

Adzhumerova, 2010). Etimolojik köken olarak Eski Türkçe kap- “bitişmek, kapanmak” fiilinden türemiş olan ‘kapı’ sözcüğü kapamak, kapama, kaplamak, kapsamak, kapsam, kapak, kapalı, kaplamak sözcükleri de aynı kökten gelmektedir (Anonim, 2024). Kapı, sözlük anlamı olarak “bir yere girip çıkarken geçilen ve açılıp kapanma düzeni olan duvar veya bölme açıklığı” (Akalın & Haluk, 2011) şeklinde açıklanmaktadır. Kapı bir anlamda mekânın varlığının ilk işaretçisidir çünkü insan, mekana kapı olmadan dahil olamaz. Bu bağlamda mekân insandan, insan mekândan kapı aracılığı ile etkilenir.

Farsçada ise kapı ‘dar’ kelimesinden gelmektedir (Anonimb, 2024). Geniş bir mekânda ilerlerken hissedilen darlık hissi bize bir mekândan diğer bir mekana geçiş hissi vermektedir. Bu bağlamda Farsçadaki ‘dar (kapı)’, biçimsel anlamda nasıl görüldüğünden çok mekânsal olarak nasıl deneyimlendiği ile ilgilenmektedir. Daha da ötesi kapı bir eşik mekânı olarak her türlü duygusal ve sosyal deneyimin inşa edildiği yerdir. En azından bütün bu olayların oluşumuna zemin hazırlayan bir ara mekândır. Mekânda hareketin insanla birlikte ortak aktörü olan kapılar, mekânlar arası ilişkinin de bir anlamda aktörüdür denebilir. Kapı hem mekânları açan hem kapatan olması, hem içeriye hem dışarıya açılmasıyla daima çift yönlü bir anlamın taşıyıcısıdır. Mekândaki anlamları gibi gündelik yaşamda da anlamı bunlarla sınırlı olmayan kapı, Türk kültüründe edebiyattan tasavvufa uzanan geniş bir alanda önemli yer tutar.

Bu çalışma mekânı temsil etmek için performatif sanatlardan mekânı okumayı deneyen çalışmalara benzer şekilde, mekânsal deneyimi edebiyat üzerinden okumaktadır. Performatif sanatlar insanın görme ve duyma duyularına daha çok yönelirken edebiyat bu duyuların işlendiği zihni direkt olarak hedef olarak bir deneyim oluşturmaktadır. Denilebilir ki edebiyat bu duyuların hepsini birden doğrudan olmasa da dolaylı olarak hedef almaktadır çünkü algılanan ve deneyimlenen dünyayı dille ifade eden edebiyat hem anlam kuran hem anlamı aktaran bir sanattır. Aktardığı anlam ise insan zihninde mekânsal bir temsil üzerinden aktarılır dolayısıyla mekânsal deneyimin dil üzerinden de olsa insan zihninde temsile taşındığını söylemek mümkündür. Bu anlamda edebiyat, mekân tasarımına salt biçim odaklı değil, deneyim odaklı sosyal bir olgu olarak yaklaşmamızı sağlar.

Edebiyatta ana unsurlardan biri olan ‘mekân’da olaylar, eylemler ve kişiler birbirlerine mekân üzerinden bağlanırlar ve mekân, metindeki inşası ile bir temsiliyet elde eder. Edebiyatta kelimeler aracılığı ile inşa edilen mekân zihnimizde her okuyuşta yeniden kurulur, deneyimlenir ve yeniden anamlanır. Edebiyatta mekânın inşası ile tasarım pratiklerinde mekânın inşası her ne kadar ortak yönleri olsa da temsil açısından farklılaşmaktadır. Günümüzde postmodernizm etkisiyle pratik mekânsal inşa biçim merkezci bir yaklaşımla ilerlerken, edebiyatta mekânsal inşanın esnek ve deneyim odaklı olduğu gözlemlenmektedir. Edebi bir metinde yazar karakterleri ya da mekânları ayrıntılı bir şekilde tasvir etse de, okurun zihninde beliren resimleri belirginleştirmez, ancak yazarın sunduğu ayrıntılar okurun nasıl bir okuma tecrübesi elde edeceğini belirler (Mendelsund, 2015). Bu çalışmada mekâna bakışı ve mekânı okuyucunun zihninde kurma biçimi salt fiziksel bakış açısıyla sınırlı kalmaması sebebiyle Ahmet Hamdi Tanpınar’ın Beş Şehir adlı eseri ele alınmıştır. Osmanlı İmparatorluğunun son yıllarını ve Türkiye Cumhuriyetinin kuruluşunu yaşamış bir yazar olarak kültürel dönüşüme şahitlik etmesinin yazılarında büyük etkisi vardır. Bu bağlamda Beş Şehir’de ele aldığı mekânları kültürel bağlamda da derinlemesine gözlemleyen ve aktaran bir üslup kullanmıştır diyebiliriz. Eserde sırasıyla Ankara, Erzurum, Konya, Bursa ve İstanbul ele alınmıştır. Çalışma kapsamında kapılara odaklanılmasının sebebi mekânda kapılara genel olarak biçimsel ve işlevsel açıdan yaklaşılırken fenomenal yönünün ihmal edildiğinin düşünülmesidir. Neoklasizimden bu yana mekân tasarımında genellikle biçimsel ve teknik bağlamda ele alınan kapıların gündelik yaşamda mekânın anlamına etki eden fenomenal yönlerini edebi bir metindeki temsili üzerinden açığa çıkarmak bu çalışmanın ana odağıdır.

2. Fenomenal Bağlamda Mekânda Kapı

Çalışmanın detaylarına geçmeden önce çalışmanın teorik alt yapısını oluşturan fenomenoloji ve mekânsal anlatı konularına değinmek daha faydalı olacaktır. Günümüzde mekânın anlam ve deneyim alanlarına odaklanan disiplinler arası çalışmalar, insanların çevreleriyle etkileşimini derinlemesine anlamamızı sağlamaktadır. Bu bağlamda, fenomenoloji ve mekânsal anlatı gibi konular, mekânı biçimsel ve matematiksel yönden yorumlamanın ötesine geçmemize yardımcı olabilecektir. Çalışmanın teorik temellerini oluşturan bu iki kavram, mekânın ve kapı gibi önemli mekânsal öğelerin sadece fiziksel bir varlık olmanın ötesinde nasıl algılandığını ve deneyimlendiğini anlamamızı sağlar.

Fenomenoloji, Edmund Husserl tarafından geliştirilen bir felsefi yaklaşımdır ve bireylerin dünyayı nasıl algıladığını ve deneyimlediğini anlamaya yönelik bir çabadır (Husserl, 2012). Mekânın bu bakış açısıyla ele alınması, insanların mekânı nasıl yaşadığını ve anlamlandırdığını anlamamıza yardımcı olur. Mekânın fenomenolojik bir bakış açısıyla ele alınması, insanların mekânları sadece fiziksel nesnelere olarak değil, aynı zamanda anlam yüklü deneyimler olarak algıladığını vurgular ve bu bakış açısı mekânın nasıl gündelik hayatın parçası haline geldiğini anlamak için kullanılan bir araştırma yöntemidir. Bir kapının açılması veya kapanması gibi basit bir eylem bile, mekânın nasıl deneyimlendiğini ve anlam kazandığını gösterir. Bu nedenle, mekânda küçük detaylar olarak görülen kapılar bile mekânın anlam yaratma süreçlerinde önemli bir role sahiptir.

Mekan, bizim onu algılamamızdan bağımsız olarak var olan nesnel bir varlık olmaktan ziyade daha çok algımızın ve yaşanmış deneyimlerimizin bir ürünüdür. Mekan algımız ise tamamen entelektüel veya bilişsel bir süreç değil, daha çok yaşadığımız deneyimin ve çevremizle etkileşim kurma yeteneğimizin ayrılmaz bir parçasıdır. Başka bir deyişle, mekan basitçe dünyada "dışarıda" olan bir şey değil, daha çok algımız ve dünyayla somut etkileşimlerimiz tarafından sürekli olarak şekillendirilen ve oluşturulan bir şeydir. Dünyaya ve onun içindeki yerimize ilişkin deneyimimizin ayrılmaz bir parçasıdır ve bir dizi somut, nesnel özelliğe indirgenebilecek bir durum değildir. Ponty'e göre mekan deneyimimiz sabit değildir ve bu deneyim kendimizi içinde bulduğumuz çeşitli bağlamlar tarafından şekillendirilir. Örneğin, bir odayı deneyimleme biçimimiz, oturmamıza, ayakta durmamıza veya içinde hareket etmemize bağlı olarak farklı olabilir. Genel olarak, Ponty'nin mekan hakkındaki düşüncesinin, dünya algımızın dinamik ve somutlaşmış doğasını ve onunla ilgili deneyimlerimizi şekillendirmede bağlamların önemini vurguladığını söyleyebiliriz. Ponty, bedenimizin mekânda nasıl yaşadığını bir futbolcu örneği ile açıklar. Bir futbolcu, üzerinde oynadığı saha ile bir nesne olarak karşılaşmaz. Mekan olarak futbol sahası, aktif bedeni ortaya çıkan oyuna uygun olarak belirli şekillerde hareket etmeye yönlendiren ve teşvik eden, rakipler arasındaki alandır. Saha, futbolcunun aktif bedeni ile doğrudan ilişki içerisindedir. Futbolcu, sahayı bir düşünce nesnesi olarak uzaktan gözlemleyen bir bilinç değildir, aksine saha oyuncunun pratik niyetlerinin bedeni ile bütünleşen uzantısıdır. Oyuncu, bedensel hareketiyle saha ile bir olur ve hedefin yönünü vücudunun bir düzlemiymiş gibi hisseder. Oyuncu, bilinenden ziyade yaşanan bir şekilde golün nerede olduğunu anlar. Zihin oyun alanında ikamet etmez, ancak sahada "bilen" bir beden bulunur (Ponty M. M., 1968a)

Merleau-Ponty'ye göre mekân deneyimimiz sadece görsel bir algı meselesi değildir, aynı zamanda hareketimiz ve çevreyle bedensel etkileşimlerimiz tarafından da şekillendirilir. Ponty'nin bedenlenmiş deneyim hakkındaki fikirlerinin temel çıkarımlarından biri, mekânın anlamının sabit olmadığı, dünyayla etkileşimlerimiz yoluyla sürekli olarak inşa edildiğidir (Ponty M. , 1968b). Pallasmaa'ya göre, insan bedeni mekânı deneyimlemek ve anlamak için birincil araçtır ve çevreyi tanımamız ve anlamamız çevreyle bedensel etkileşim yoluyla gerçekleşir. Buradan açıkça anlayabileceğimiz gibi Pallasmaa'nın mekânsal anlam üzerine fikirleri, bireyin öznel deneyimini vurgulayan fenomenolojik gelenekten beslenmektedir. Mekân deneyimimiz yalnızca görsel biçim algısına değil, dokunma, koku ve ses gibi diğer duyarlarımız aracılığıyla topladığımız duyuusal bilgilere de dayanmaktadır. Mekân algımız, bedensel duyarlarımız ve hareketlerimize dayanan somutlaşmış dünya deneyimimiz tarafından şekillendirilir. Bu bağlamda Pallasmaa'nın mekânsal anlam üzerine fikirlerinin mimarlık pratiği için önemli çıkarımları vardır. Örneğin, mimarların insan bedenine duyarlı ve duyarlarımızı anlamlı bir şekilde harekete geçiren mekânlar tasarlamaları gerektiğini düşünen mimar, "Tenin Gözleri" adlı kitabında, mimarının sadece görsel duyarlarımızı değil, tüm duyarlarımızı harekete geçirecek şekilde tasarlanması gerektiğini savunur (Pallasmaa, 2014).

Mekân deneyiminin zenginliği, insanların mekânı nasıl algıladıklarını ve onunla nasıl etkileşimde bulduklarını da içerir. Kapılar, bu deneyimi daha da derinleştiren unsurlardan biridir. Her bir kapı, içinde barındırdığı semboller, tasarımı ve işleviyle mekânın anlamını şekillendirir. Kapılar, sadece fiziksel geçiş noktaları değil, aynı zamanda mekânın anlamını, deneyimini ve kullanımını yeniden tanımlayan sembollerdir. Kapının tasarımı, işlevi ve deneyimi, mekânın içerdiği anlamın bir yansıması olarak ortaya çıkar. Kapılar, mekânsal deneyimi sadece fiziksel boyutla sınırlamaz, aynı zamanda duygusal ve zihinsel boyutları da içine alır. Bir kapıyı geçmek, mekâna girmek veya mekândan çıkmak, sadece bedensel bir eylem değil, aynı zamanda bir anlam taşıma eylemidir. Mekânın ve kapının anlamı, tasarımından kullanımına kadar birçok faktörün birleşimiyle şekillenir.

Ahmet Hamdi Tanpınar'ın "Beş Şehir" eserindeki mekan yaklaşımı, Merleau-Ponty ve Pallasmaa'nın perspektifleriyle benzerlikler taşımaktadır. Tanpınar, mekânı sadece fiziksel bir alan olarak değil, aynı zamanda duyuların, belleğin ve deneyimlerin bir birleşimi olarak ele alır. Merleau-Ponty'nin fenomenolojik yaklaşımı, insanın dünyayı algılamasını vurgularken, Tanpınar da şehirleri sadece yapılarıyla değil, içinde yaşayan insanların duyularıyla deneyimlediği birer varlık olarak sunar. Pallasmaa'nın mimari ve duysal deneyim üzerine odaklanması, Tanpınar'ın mekânları insanın içsel deneyimleriyle birleştirme yaklaşımıyla uyumludur. Her ikisi de mekânın sadece görsel değil, aynı zamanda dokunsal, işitsel, kokusal ve duygusal yönlerini vurgularlar, bu da Tanpınar'ın şehirleri ve mekânları anlamlandırırken kullandığı çok yönlü bakış açısıyla paralellik gösterir. Bu perspektifler, Tanpınar'ın eserindeki mekânların derinliğini anlamamıza ve insan deneyiminin karmaşıklığını kavramamıza yardımcı olmaktadır. Tüm bu düşünceler ışığında mekân, kendimiz ve dünyadaki yerimiz hakkında anlam ve anlayış aktarabileceğimiz bir ortamdır. Bu anlamda kapı-eşik meselesine fenomenal anlamda bakmak kapının mekanik bir sistemden öte deneyimlenen bir unsur olarak mekân tasarımındaki yerini anlamamıza yardımcı olacaktır. Ahmet Hamdi Tanpınar'ın "Beş Şehir" eserinde olduğu gibi, kapılar mekânın geçmişini, kültürel özelliklerini ve kimliğini yansıtırken aynı zamanda mekânın kullanımını da yönlendirir. Bu çalışma, mekânın anlamını deneyimleme ve kapıların mekânsal anlatıda nasıl bir rol oynadığını anlama çabasıdır.

2.1. Anlatı ve Mekan

Mekân ve anlatı, insan deneyimini zenginleştiren öğelerdir. Mekân, fiziksel varlık ve düzenin temel taşıdır; anlatı ise bu mekânda gerçekleşen deneyimleri, olayları ve duygusal durumları ifade eden dilsel bir yapıdır. Bu iki unsur arasındaki etkileşim, mekânın anlamını şekillendirmekte ve anlatının derinliğini artırmaktadır. Mekân, anlatının bir sahnesi ve zemini olarak işlev görürken, anlatı da mekânın özelliklerini, duygusal yükünü ve sembolik anlamlarını ortaya çıkarır. Mekânsal anlatı, mekânın sadece fiziksel bir yer değil, aynı zamanda hikayelerin ve anlamların anlatıldığı bir zemin olduğu fikrine dayanır. Mekânlar, insanların yaşamlarının sahnesi olarak işlev gördüğü gibi, aynı zamanda geçmiş deneyimlerin ve kültürel anlamların izlerini taşır. Mekânın anlamı, insanların mekânla etkileşimleri ve deneyimleri yoluyla sürekli olarak inşa edilir. Bu bağlamda mekân deneyimi ve anlamı birbirinden ayrı düşünülemez. Mekân, fiziksel varlığıyla birlikte mekânsal anlatıların aracılığıyla anlam yüklendiği bir öğedir.

Anlatı, mekânda gerçekleşen olayları aktarmanın ötesine geçer. Mekânın tasarımı, yerleşimi ve atmosferi, anlatının tonunu ve duygusal rengini belirler. Örneğin, hüznü dolu bir anlatı, mekânın soğuk ve karanlık özellikleriyle bütünleşebilir; aynı şekilde, sevinçli bir anlatı, parlak ve renkli bir mekânla daha uyumlu olabilir. Mekânın detayları, anlatının ayrıntılarıyla paralellikler kurar ve okuyucunun zihinsel görselleştirmesini zenginleştirir. Ayrıca, anlatı da mekânın anlamını yeniden şekillendirir. Anlatı, mekânı kendi içinde bir yapıya oturturken, mekânın duygusal ve sembolik boyutlarını daha da vurgular. Örneğin, bir mekânın geçmişte yaşanan önemli bir olayı hatırlattığını belirten bir anlatı, o mekânın tarih yüklü anlamını artırabilir. Anlatının karakterlerinin mekânla etkileşimi, mekânın fonksiyonunu ve önemini okuyucuya daha net bir şekilde aktarabilir. Bu etkileşim, kapılar gibi sembolik mekânsal unsurlarla daha da yoğunlaşır. Kapılar, geçiş noktaları olmanın ötesinde, anlatının kritik anlarını simgeler. Bir kapının açılması veya kapanması, karakterlerin değişen durumlarını veya yeni bir başlangıç temsil edebilir. Aynı zamanda kapılar, mekânlar arası geçişi sembolize ederek anlatının akışını yönlendirebilir. Bu noktada mekân ve anlatının etkileşimi, okuyucunun hikayenin içine daha derinlemesine dalmalarına olanak tanırken, mekânın anlamını da zenginleştirir.

Kapı, mekânın deneyimini derinleştiren ve anlamlandıran önemli bir öğedir. Mekânın insanlar üzerindeki etkisi ve anlamı incelendiğinde, kapılar özel bir vurgu gerektiren kritik noktalardır. Mekan deneyimini kapılara bağlarken, kapıların sadece fiziksel geçiş noktaları olmanın ötesinde bir işlevi olduğunu görebiliriz. Kapılar, mekânın kendine özgü kimliğini yansıtan sembollerdir ve içerdikleri anlam, mekânın tarihsel, kültürel ve duygusal boyutlarını içerir. Kapı mekânının deneyimlenmesi, insanların mekânla kurduğu ilişkinin bir yansımasıdır. Kapılar, mekânın içeriğiyle dışarıdaki dünya arasında köprüler kurar ve bu köprüler, mekânın anlamını zenginleştirir. Kapının açılma ve kapanma eylemi, sadece fiziksel bir hareket değil, aynı zamanda duygusal ve sembolik bir anlam taşır. Bu nedenle, kapılar mekânın anlamını sadece işlevsel değil, aynı zamanda duygusal ve sembolik bir boyutta da derinleştirir. Kapılar, mekânın

geçmişini, kültürel değerlerini ve toplumsal yapısını yansıtan sembolik geçiş noktalarıdır. Dolayısıyla, kapıların mekan deneyimini zenginleştiren ve mekanın anlamını derinleştiren önemli öğeler olduğunu söyleyebiliriz.

Modern Türk şiirinde metafor ve imge olarak kullanılan kapı, klasik Türk şiirinde farklı benzetme ve düşünce biçimlerine konu olan mekânsal unsurlardan biridir. Klasik Türk şiirinde kapı temsil ettiği makama göre değer kazanan bir öğedir. Yaratıcının makamını temsil eden kapılar, rahmet ve bağışlanma aracı, sevgilinin kapısı ise cennet ya da gül bahçesi gibi tasavvur edilirken, şeyhin kapısı ruhani destek beklenen bir yer, sultanın kapısı ise maddi destek beklenen bir yer olarak betimlenmiştir. Bu bağlamda Klasik Türk şiirinde kapı genellikle yüceltilerek kutsal mekanlar ile aynı değerde görülmüştür (Pala, 1995). Kapı, şiirde genellikle içerdekini dışarıdakini, dışarıdakini içerdekini beklemesini anlatan bir metafor biçiminde karşımıza çıkar (Narlı, 2007). Kapının açık veya kapalı olma durumu, farklı veya karşıt imgeleri çağrıştırdığı için çift yönlü bir simgeselliği vardır (Bachelard, 1996).

Mekanda anlam, biçimsel öğelerin bir araya geliş durumlarına indirgenemeyecek kadar derin ve katmanlı bir boyuttur. Dolayısıyla referansını deneyim ve öznelikten alan anlam, genel olarak yorumlamaya dayalı fenomenolojik bir boyuttur diyebiliriz. Mekân ve anlam birbirinden ayrı düşünülemez. Mekân, fiziksel olarak var olan bir alan iken anlam, mekânı yer yapan bir etkidir. İnsanlar mekânı, kültürel, tarihsel ve kişisel faktörler gibi birçok etmenle ilişkilendirirler ve bu da insanların mekâna olan bağlılıklarını ve mekânla olan etkileşimlerini belirler. İnsanların mekâna olan bağlılıkları iki temel kavramla açıklanabilir: mekânı tanıma ve mekâna yerleşme. Mekânı tanıma, insanların bir mekânı sadece fiziksel olarak tanımaları değildir. Bu tanıma mekanın tarihsel anlatısını da içerir. Burada mekanda geçen olayların anlatılarının toplumsal belleğe etkisi mekânı tanımada önemli bir etkidir. Mekâna yerleşme ise, insanların bir mekânı kendilerine ait bir alan olarak algılamaları ve bu mekânda kalmak istemeleridir. Bu iki kavram, insanların mekânla olan bağlılıklarını ve mekâna karşı tutumlarını belirleyen önemli faktörlerdir. Yazılı anlatılarda tasvir edilen ister kurgusal mekan olsun ister gerçekten var olan bir mekan olsun metinde kelimelerle yeniden inşa edilir ve bir temsile kavuşur. Geleneksel mekan temsillerinin dışında mekan, tasarımcısının gözünden ziyade metindeki anlatıcının yani kullanıcının gözünden temsil edilir. Bu temsillerde mekan, mekânı oluşturan fiziksel boyutların yanında, deneyim ve duygusal boyutları ile içerdiği poetik anlamı da temsilde açığa çıkarır. Yazılı anlatılardaki mekan temsilleri görsel anlatılardaki mekan temsillerine göre daha geri planda gibi görünse de yazılı anlatılarda –metinsel temsillerde- göz merkezci, görselliğin baskın olduğu anlayışın yerine daha deneyim ve duygusal odaklı bir temsil biçimi kullanılarak bazı durumlarda görsel temsillerin ifade biçimlerini aşma potansiyeli taşımaktadır. Burada deneyim kavramına nasıl bakıldığı ve bunun nasıl ele alındığı da önem taşımaktadır. Bu bağlamda mekânsal deneyimi hem beş duyumuzla algıladığımız yönüyle hem tarihsel, kültürel yönüyle hem de gündelik yaşamın içinde arayan Ahmet Hamdi Tanpınar'ın anlatıda mekanın anlamını deneyimden okumak için iyi bir kaynak olduğu düşünülmektedir. Ahmet Hamdi Tanpınar'ın Beş Şehir adlı eserindeki başarısında, özellikle edebi metinlerde entelektüel açıdan dayatılan bakış açısı ile yaşama dünyasının yani gündelik hayatın deneyimlenmesinin arasında dengeyi sürdürmesinin katkısı vardır. Genel olarak Tanpınar'ın eserlerine ve özellikle Beş Şehir'e derinlik katan şey, kültürel düzlem ile gündelik yaşam arasında mekanın anlamını arayan bir eser olmasıdır.

3. Beş Şehir 'de Kapılar

Tanpınar, "Beş Şehir" eserinde mekâna özel bir bakış açısıyla yaklaşır. Mekanları sadece fiziksel yapılar olarak değil, onların içinde yaşayan insanların duyguları, hatıraları ve tarihi ile birlikte ele alır. Mekânı sadece dışsal özellikleriyle değil, içindeki yaşamın ve insan deneyiminin bir yansıması olarak görür. Tanpınar için mekân sadece bir arka plan değil, karakterlerin, olayların ve duyguların gelişiminde etkili bir unsurdur. Bu bakış açısıyla, şehirlerin sokakları, binaları ve meydanları sadece fiziksel öğeler olmaktan öte, insanların hafızalarında yer edinmiş anıların ve duyguların da taşıyıcısı haline gelir. Tanpınar'ın mekâna yaklaşımı, içindeki insanlık hikâyeleriyle birlikte bir bütün olarak ele alınmasını yönündedir.

Kapılar, mekanda sadece giriş ve çıkış noktaları değil, aynı zamanda bir mekânın karakterini, kimliğini ve kullanımını belirleyen unsurlardır. Kapılar, bir yapıya giriş yapan kişiyi karşılayan ilk unsurlardır ve bu nedenle o mekânla kurulan ilk temas noktasıdır. Tanpınar'ın eserindeki kapılar, mekanların kimliğini ve karakterini yansıtırken aynı zamanda o şehirlerin geçmişiyle de ilişkilendirilebilir. Mimari yapılar, geçmişin

izlerini taşıyor ve kapılar bu izleri simgeleyebilir. Bu bağlamda, bir şehrin tarihsel derinliği, mimari yapısındaki kapılar aracılığıyla okuyucuya aktarılabilir. Ayrıca kapılar mekânların akışını ve insanların mekânı nasıl deneyimlediğini etkiler. Her kapı farklı bir geçiş noktası sunar ve bu da mekânın içindeki farklı alanlara erişimi sağlar. Dolayısıyla, Tanpınar'ın kapıları kullanarak okuyucuya farklı şehirler arasında geçiş yapma imkanı sunması, mekânların birbiriyle ilişkisini, farklı alanların birbirine bağlanmasını da simgeler. Beş Şehirde, insanların duygusal ve zihinsel bağlantılar kurduğu, anıları hatırladığı veya yeni deneyimler yaşadığı yerler olarak kapılar, Tanpınar'ın eserinde şehirlerin ve mekânların derinliklerine olan duygusal ve sembolik bağlılığı vurgulayan ara mekanlardır.

Çalışmanın ana konusu olan Beş Şehir'de Erzurum bölümünde Tanpınar şehirde dört kapıdan bahsetmektedir. İsmi açıkça yazdığı üç kapı bulunmaktadır. Bunlar, Kars Kapı, Gürcü Kapı ve Tebriz Kapı'dır. İç kaledeki Erzincan Kapı'dan ve diğerlerinden bahsetmemiştir.

'Fakat dört kapılı şehrin kendisi yoktu. Denilebilir ki asırlarca gururunu yapan ve topluluk hayatına istikamet veren serhat şehri ruhundan başka ortada pek az şey kalmıştı (Tanpınar, 2021).'

Tanpınar, Erzurum deneyimlerini 3 aşamada anlatmaktadır çünkü şehre farklı zamanlarda farklı yollardan 3 defa gitmiştir. Dolayısıyla şehrin hem sosyal, hem mekânsal değişimini gözlemleme fırsatı olmuştur. Tanpınar, şehirde yaşanan bütün değişimlere rağmen dört şehir kapısının şehir yaşamındaki yerini koruyan birkaç unsurdan biri olduğunu belirtmektedir. Ancak bu bölümde kapıların fiziksel olarak varlıklarını sürdürmesine rağmen şehrin kendisinin yokluğuna vurgu yapmaktadır. Burada aslında fiziksel devamlılık sağlansa bile sosyal ve ekonomik düzenin değişiminin gündelik hayata ve deneyime yaptığı etkinin bir uzantısı görülmektedir. Yaşanan değişimler mekânın deneyimde var oluşunu etkilemiştir. Bir mekânda kapı, mekân ve beden arasında adeta bir köprüye dönüşerek bedensel var oluşa katılır ve öznel deneyimin mekânla cisimleşmesine aracılık eder. Kapı, deneyimleyen beden için içerisi ve dışarıyı diyalektiğinin cisimleşmiş bir halidir. Bu diyalektikte kapı, davet eden olabileceği gibi reddeden konumunda da olabilir. Tanpınar burada kapı-eşik mekânını, nesnelere insan deneyimini ve deneyimin anlamsal yönünü kuran bir fenomen olarak gören fenomenoloji bağlamında ele almıştır diyebiliriz.

'İç mahallelerde her kapı çalınışı hala heyecanla karşılanıyor (Tanpınar, 2021a).'

Tanpınar 1. Dünya Savaşı ve Kurtuluş Savaşı sonrası Erzurum'da yaşanan sosyal yıkımın etkisini anlatırken insanların hala yakınlarının savaştan dönme ihtimali ile kapılara baktıklarını her kapı çalınışını heyecanla karşıladıklarını belirtmektedir. Bu anlatıda kapı artık beklemenin ve kavuşmanın mekânına dönüşmektedir. Umudun mekânına dönüşen kapı, savaş deneyimi sonrası evlerde başka anlamlara bürünmeye başlamıştır çünkü kapılar kavuşmaların ve ayrılıkların mekânı ve tanığıdır. Beş Şehir 'de kapı, insan ile mekânın etkileşiminin ilk basamağını ve temelini oluşturduğu gibi mekâna aynı zamanda hayat veren kısımdır. Kapı, içeridekini ve dışarıdakini bir araya getirerek etkileşimi başlatır. Bu bağlamda kapı, hem mutluluğun-kavuşmanın hem de hüznün-ayrılığın mekânı olma potansiyelini ve daha birçok potansiyeli barındıran bir öğedir.

'Erzurum hatırlıyordu: gömüldüğü toz ve çamur yığının içinde canlı dününü, dört kapısından girip çıkan kervanları, çarşı pazarın uğultusunu, çalışan insanlarını...kısacası, bütün hayatını hatırlıyordu (Tanpınar, 2021b).'

Tanpınar, yaşanan savaşlar sonrası etkilenen toplumsal ve ekonomik hayatın yansımalarını mekân üzerinden okumak eğilimindedir. Erzurum'un sosyal hayatında oldukça önemli bir yeri olan şehir kapıları işlevsel ve anlamsal dönüşümler yaşamaya başlamasına rağmen Beş Şehir 'in yazıldığı dönemde toplumsal bellekte hala yerini koruduğu görülmektedir. Bu paragrafta kapı geçiş mekânı olmanın ötesinde gündelik yaşamın sosyal ve ekonomik yönlendiricisidir.

'Temenni ederiz ki Erzurumlular Gürcü Kapısı'ndaki sokaklardan birine Evliya Çelebi'nin adını verirler (Tanpınar, 2021c).'

Tanpınar, Evliya Çelebi'nin Erzurum'a ve özellikle Gürcü Kapısı'na Seyahatnamesinde geniş bir yer vermesinden dolayı sokaklardan birine O'nun adının verilmesini doğru bulmaktadır. Bu öneri Tanpınar'ın anlatıya duyduğu saygıyı ve verdiği önemi de gösteren bir durumdur. Gürcü Kapısı'nın fiziksel var oluşunun ötesinde Seyahatname anlatısında yer bulması ve bu durumun gündelik yaşamdaki yansıması Tanpınar için belirleyici olmuştur diyebiliriz.

'Halk, tatil günleri, en fakirine varıncaya kadar, cumalık elbiselerini giyerek yazlık mesire yerlerine, bilhassa varlıklı şehir halkının çadıra çıktığı Boğaz'a, cirit oyunlarına, güreşlere giderler, ayakta zıgva şalvar, belde Acem şalı, silahlık, daha üste gazeke denen cepken ile aba, hartı denen palto ile başında çok defa İstanbul'un Kandilli yazması saran esnaf, kış gecelerine de benim yetişemediğim Aynalı Kahve'de Tebriz Kapısı'nda Aşık Kerem, Battal Gazi hikayelerini okuyan, Geyik Destanı söyleyen, saz çalan, tıpkı Kerem'in zamanında olduğu gibi şiir müsabakası yapan....aşağı yukarı on asırlık bir gelenekle sürüp gelen sıra gezmelerinde kendi aralarında eğlenirmiş (Tanpınar, 2021d).'

Gündelik yaşamın mekanla nasıl iç içe geçerek ortak bir deneyim ve anlam ürettiğini açığa çıkaran Beş Şehir, oluşturduğu anlatıyla mekânsal belleğe de katkı veren bir eserdir. Özellikle Tebriz Kapısı'nın anlamının sözlü anlatıların okunduğu bir gelenekle bütünleşmesi mekan anlatı ortaklığının açık bir örneği olmuştur diyebiliriz.

'Şehir, kapılarını kapatır, kendi aleminde yaşardı; kızak üstünde siyah yamçılı, uzun konçlu çizmeli, kıvrak bıyıklı postacıların acayip kurt tipi hikayeleriyle beraber iki üç haftada bir getirdikleri gazetelerin havadisleri uzun uzun münakaşa edilir... (Tanpınar, 2021e).'

Tanpınar için kapı aynı zamanda yaşamın kendisidir. Kapı hem mekanın hem insanın dışarıya açıldığı ya da kapandığı bir alandır. Şehir kapılarını kapatır derken burada aslında iletişimin mekanı olarak tanımlanan kapı, gündelik yaşamın ve sosyal hayatın da bir göstergesidir. Erzurum'da çocuklara evden çıkarken: 'Nereye gidiyorsun?' dediğinizde cevap "Kapıya"dır. Erzurum ağzında "Kapı", dışarıyı ifade eden bir yer-yön metaforudur. Bu kullanım biçiminin yansıdığı anlatılar -gerek sözlü gerek yazılı ve görsel anlatılar-mekan algısında, deneyiminde belirleyici olabilmektedir.

'İki gün evvel Kars Kapısı'nda bütün şehir halkı ile beraber karşıladığımız adam(Atatürk), liseye gelir gelmez beraberindeki 'huzuru mutad zevatin' ardından adeta sıyrılarak aramıza girdi (Tanpınar, 2021f).'



Resim 1. Kars Kapı Rus İşgali Yılları ve Güncel Durumu.(URL:3:) <https://tr.pinterest.com/pin/472526185878998639/>(Erişim Tarihi: 01.01.2024)

Beş Şehir' de Kars Kapı, bir geçiş mekanı olmanın ötesinde bir olay mekanına dönüşmektedir. Anlatıda bu kapı sıradan bir geçişin mekanı olmanın dışında artık bir olay-zaman birlikteliğinin 'yer'idir. Yaşanan deneyimin oluşturduğu anlam Kars Kapı'nın anlamını bir geçiş mekanı olmanın ötesine taşımıştır, tarihi ve kültürel arka planının dönüşümü ile plastik bir öğeye dönüşmeye başlamıştır. Tarihsel süreçte belirli bir 'olay'ın üstünde geçtiği bir 'yer' olarak Kars Kapı, yaşanan olayın anlatısı sayesinde anlamsal bağlamı dönüşen bir 'yer' olmuştur. Kars Kapı'yı görenler anlatıyı yeniden ve yeniden deneyimlemektedirler.

'Ona(Çifte Minareli Medrese), Erzurum'un bir ucunda, şehrin bütün yarısına hükmeden ihtişamlı kapısıyla, minareleriyle, günün herhangi bir saatinde bir kere görüp de hayran olmamak kabil değildir (Tanpınar, 2021g).'



Resim 2. Çifte Minareli Medrese

(URL 4: <https://www.star.com.tr/yazar/bir-8200-3bmedrese-8200-3bbir-8200-3bminare-konyanin-iki-incisi-yazi-1082871/> (Erişim Tarihi: 07.02.2024))

Kapıların bir mekanla ilgili deneyimimizi etkilemesinin yollarından biri boyutları ve yerleşimleridir. Yüksek tavanlı ve bol doğal ışıklı geniş, görkemli bir giriş, bir açıklık ve karşılama duygusu yaratabilirken, küçük, dar bir kapı bir samimiyet veya ayrıcalık duygusu verebilir. Tanpınar, Çifte Minareli Medrese'nin kapısını ihtişamlı olarak nitelendirmektedir. Bu nitelendirmede kapının formu, boyutları, malzeme seçimi gibi etkenlerin etkisi göz ardı edilemez ancak bu ihtişam salt bu fiziksel özelliklerden değil aynı zamanda onu inşa eden düşünsel metnin bir görsel anlatısı olduğu için ihtişamlıdır. Çifte Minareli Medrese'nin kapısındaki her bir işleme ve süsleme de görsel anlatı olarak nitelendirilebilir.

'Onlar(Selçuklu Camileri), kartal süzülüşlü orduların arkasından girdikleri şehirlerin ortasında, renkli minareleriyle, endamlı kapılarıyla, dilimiz ve kılıcımız gibi ilk atalar yurdundan getirdiğimiz şekilleri, hususilikleriyle yükseldikçe, etraflarındaki bütün hayat birden bire değişir, derinden kavrayan bir arslan pençesi gibi toprak kendisine yani bir ruh, yeni bir nizam verildiğini duyar (Tanpınar, Beş Şehir, 2021h)'

Bir toplumun, kültürün meydana getirdiği her mekan arka planda bir anlatı oluşturarak hem kişisel deneyimimizi hem toplumsal belleğimizi şekillendirir. Mekanlar yükseldikçe etraflarındaki hayatın değiştiğini vurgulayan yazar, mekanın gündelik yaşamımızı nasıl şekillendirdiğini anlamlandırdığını ve yeni anlatılar inşa ettiğini belirtmektedir. Tanpınar'a göre şehir kurmak bir yere salt fiziksel anlamda yapılar inşa etmek değildir. Şehir kurmak, fiziksel varlığın ötesinde o yere insanda çeşitli duygular uyandırabilecek bir ruh vermektir. Bu duyguların paylaşımı insanları bir araya getirir ve orası şehir olur. Kapı bu dünyaya ilk adım attığımız yerdir.

'Ancak o zaman çeşmelerinden akan Çarbağ sularının teganni ettiği sırrı, zengin işlenmiş kapıların ardında sırma çarşafı içinde çömelmiş eski zaman kadınlarını andıran Selçuk abidelerinin büyüklük rüyasını, türkü ve oyun havalarının hüznünü ve bu oyunların ten yorgunluğunu duyabilirsiniz (Tanpınar, Beş Şehir, 2021i)'

Tanpınar için kapılar, sıradan geçiş noktalarının ötesinde, geçmişin ve kültürel değerlerin anlamını taşıyan sembollerdir. Bu noktada, kapıların işlenmiş ve süslü olması, geçmişin zenginliğini ve karmaşıklığını ifade ederken, "Selçuk abidelerinin büyüklük rüyasını" düşünmek, kapıların insan deneyiminde bellek ve mekan ilişkisine katkısı görülmektedir. Abideler, geçmişin büyüklüğünü ve eski medeniyetlerin izlerini taşıyan yapılar olarak kabul edilir. Beş Şehir' de kapılar, bu geçmişle bağlantı kurmanın bir aracı olarak görülebilir. "Türkü ve oyun havalarının hüznü" ise kapıların ardında yer alan duygusal katmanları ifade edebilir. Kapıların açılmasıyla, geçmişten gelen melankoli ve duygusal yük hissedilebilir. Kapılar, farklı zaman dilimlerinin ve duygusal deneyimlerin birbirine geçiş noktaları olarak da yorumlanabilir. Bu cümledeki kapı motifinin fenomenolojik yorumu, geçmişle bağlantı, sembolizm, duygu ve zihinsel deneyimlerin bir arada ele alındığı karmaşık bir anlam dokusunu ifade etmektedir. Kapılar, fiziksel sınırları aşan, duygusal ve düşünsel geçişlerin sembolleri olarak Tanpınar'ın eserindeki derin anlamları taşırlar. Burada kapının sunduğu mekânsal deneyim, zaman-mekan bağlantısını iç içe geçmiş ve ayrılmaz bir süreç gibi yaşatmaktadır.

'Sahip Ata'nın yaptırdığı İnce Minareli'nin cephesi tiftikten dokunmuş büyük bir sultan çadırına benzer. Süs olarak sadece iki Kur'an suresini(Yasin ile Sure-i Feth) taşıyan ve onların, kapının tam üstünde çok ustalıklı bir düğümle birbirinin arasından geçerek yaptıkları düz pervazla, Allah kelamının büyüklüğü önünde insan talihinin biçareliğini anlatmak ister gibi mütevazı açılan asıl giriş yerini çerçeveleyen bu kapı bütünü, nev'inin hemen hemen yegânesidir (Tanpınar, Beş Şehir, 2021j).'

Tanpınar'ın anlatımı, İnce Minareli Medrese'nin cephesinin özelliklerine odaklanmaktadır. Ancak Tanpınar cephenin özelliklerine odaklanırken teknik ya da mekanik yönler değil daha duysal ve estetik yönler vurgu yapmaktadır. Kapının özellikle sembolik anlamını öne çıkarmayı tercih etmektedir. Kapının süslemeleri, İslam inancına göre Allah'ın kelamının büyüklüğü ve insanın kırılabilirliği arasındaki dini ve dünyevi bir kontrastı temsil etmektedir. Minare ve kapı dışında yapı cephesinde herhangi bir süsleme olmayışı ve kapının ölçü- oran olarak da cephedeki vurgusu bu mekanda kapıya verilen önemin bir göstergesi gibidir. Çünkü bu mekanda kapı, her yönüyle davet eden ama aynı zamanda düşünsel arka planda mesaj veren bir mekandır. Bu kapı gerek süsleme tercihleri ile gerekse insan ölçeğinin çok üzerinde boyutları ile insanlara İslam kültüründeki dünyevi geçiciliği ve manevi kudretin kapsayıcılığını deneyimleten mekânsal bir anlatıdır.

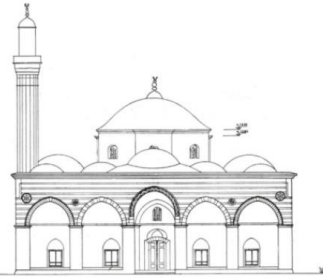


Resim 3. İnce Minareli Medrese Kapısı

(URL 5: <https://www.selcuklu.bel.tr/ilcemiz/detay/292/ince-minareli-medrese.html>(Erişim Tarihi: 10.01.2024))

'Fakat ben onu daha ziyade Bursa'da kendi küçük imaretinde ve çarşı içindeki harap camiinde tasavvur etmekten hoşlanırdım. Bazı akşam saatlerinde bu küçük caminin önünden geçer veya kapısından bakarken o kadar kalenin kapısını zorlamış ellerini, kendi yaktığı kandillere uzanmış zannederim ve içim saadetle dolar (Tanpınar, Beş Şehir, 2021k).'

Tanpınar, Orhan Gazi'nin geçmiş anılarını ve duygusal bağlarını kendi adının verildiği caminin kapısı vasıtasıyla zihninde canlandırmaktadır. Bu mekanda kapı artık yapının sadece giriş çıkış için kullanılan yapısal bir ögesi olmaktan ziyade bellek- mekan ve olay- mekan birlikteliğini gözler önüne seren bir anlama bürünmüştür. Bu anılar ve bağlar, mekanların içinde taşınan duygusal yükü ifade eder. Fenomenolojik açıdan, bu anlatım, kişinin mekanlarla bağını ve duygusal deneyimini nasıl anlamlandırdığını yansıtır.



Resim 4. Orhan Gazi Camii

(URL:6: <https://www.sanatinyolculugu.com/bursa-orhan-gazi-kulliyesi/>(Erişim Tarihi: 01.02.2024))

Mekanların ve bellek- mekan ilişkisinin insanların içsel dünyalarını nasıl şekillendirdiğini ve duygusal deneyimi nasıl etkilediğini gösteren bu paragrafta tasavvur edilen mekanlar, geçmiş anıları ve duygusal bağları canlandırarak, insanın içsel huzurunu ve saadetini yansıtan anlamlı yerler haline gelir. Fakat burada Tanpınar'ın Orhan Gazi'yi başka yerlerde değil de bu camide hayal etmesinin bir nedeni de bu yapının insan ölçeğini ezmeyen ölçü ve oran dengesi olduğu söylenebilir. Tanpınar da camiyi özellikle küçük olarak nitelendirmektedir. Yapının cephe özellikleri ve kapısına bakıldığında insan ölçeğine uygun oransal denge görülmektedir. Dolayısıyla olay-bellek ve gündelik yaşam ilişkilerinin mekandaki anlama, deneyime katkıda bulunduğunu söylemekle beraber bunun fiziksel ölçü ve oranlardan bağımsız olmadığını belirtmek gerekir.

'Kapıdan girer girmez dört yanımızı kaplayan yeşil hava içinde Neşati'nin 'turfa muamma' diye adlandırdığı insan ruhu en tabii iklimlerinden birini bulur. Burada her şey bize Bursa'yı otuz sene içinde Türk yapan ve daha dün alınan bu şehirden Süleyman Dede'nin dehasını fişkirtan kudretin sırrını anlatır (Tanpınar, Beş Şehir, 2021).'

Tanpınar, Yeşil Cami'nin kapısından girilmesinin ardından ortaya çıkan "yeşil hava"nın ve atmosferin insan ruhuna olan etkisini vurguluyor. Bu, fiziksel bir geçişin ötesinde, içsel bir deneyimi temsil eder. Bu satırlarda fenomenolojik açıdan, mekânların insanların duygusal ve zihinsel deneyimlerini nasıl etkilediğine odaklanıyoruz.



Resim 5. Yeşil Camii

(URL 7: <https://www.bursa.com.tr/tr/mekan/yesil-cami-45/>Erişim Tarihi: 07.02.2024)

"Neşati'nin 'turfa muamma' diye adlandırdığı insan ruhu en tabii iklimlerinden birini bulur" ifadesi, insan ruhunun doğal ve içsel bir deneyimle karşılaştığını belirtir. "Turfa muamma" terimi, insanın içsel derinliklerini ifade eder ve mekânın atmosferiyle örtüşen bir tanımlamadır. Fenomenolojik bakış açısına göre, bu anlatım, mekânın duygusal ve estetik özelliklerinin insan deneyimini nasıl etkilediğini gösterir.

"Burada her şey bize Bursa'yı otuz sene içinde Türk yapan ve daha dün alınan bu şehirden Süleyman Dede'nin dehasını fişkirtan kudretin sırrını anlatır" ifadesi, mekânın tarih, kültür ve kişilikle nasıl bir bağlantı kurduğunu ifade eder. Tanpınar, mekânın içinde taşıdığı anlamın Bursa'nın ve orada yaşanmış olayların bir yansıması olduğunu belirtir. Bu cümledeki anlatım, mekânın insan deneyimine nasıl etki ettiğini ve mekânların tarih, kültür ve kişisel anlamlarla nasıl bağlantı kurduğunu ifade eder. Mekânlar, insanların duygusal deneyimini şekillendiren ve geçmişin izlerini taşıyan semboller olarak kabul edilir. Genel olarak Tanpınar için kapıların mekânsal anlamda bir zaman-mekân sürekliliğinin göstergesi olduğu söylenebilir. Çünkü kapıların mekânsal olarak bellekle kurduğu ilişki bu sürekliliğin bir sonucudur. İnsanın mekânsal deneyimine zaman-mekân birlikteliği ile katkı sunan kapılar, hem bireysel hem toplumsal belleğin sürekliliğinin göstergesi gibidir.

'1572'de hocası ve hamisi Kadızade ile Halep'ten döndüğü zaman(Evliya Çelebi) elbette ki ilk Cuma namazını, bir vakitler temelleri arasında dolaştığı bu camide kılmış,(Yavuz Sultan Selim Camii) onun bitmiş kemerlerine, sütunlarına, şaşırtıcı mihrabına, Evliya Çelebi'nin kendisine has buluşu ile genişliğini, mermer döşemelerinin beyazlığını 'harem-i beyaz', 'ak yayla' diye anlatmaya çalıştığı ve billura benzettiği avlusuna, zafer kasidesi kapılarına uzun uzun bakmıştı (Tanpınar, Beş Şehir, 2021m).'

Tanpınar İstanbul'u anlatırken birkaç yerde Evliya Çelebi'ye değinir. Evliya Çelebi'nin İstanbul'a döndüğünde Kadızade hocasıyla birlikte Yavuz Sultan Selim Camii'ne gelip, burada Cuma namazını kıldığını anlatır. Tanpınar'ın kendi mekânsal deneyiminin yanında geçmiş dönemlerde aynı mekânı deneyimleyenlerin anlatılarından da yararlanması hem mekân-anlatı birlikteliğine verdiği önemi hem de zaman-mekân sürekliliğine verdiği önemi göstermektedir. Mekânın anlamını mekânsal deneyim ve zaman-mekân sürekliliğinde açığa çıkarmıştır çoğu zaman. Anlattığı mekânlarda genel olarak atmosfere, duygusal izlenimlere ve geçmişten gelen yaşanmış deneyimlere yer veren Tanpınar, fiziksel özellikler, malzeme, ölçü-oran gibi kriterlere de yer vermiştir ancak özellikle söz konusu kapılar olduğunda daha çok deneyimden ve anlatıdan süzülen anlamı ön plana almıştır denilebilir. Yavuz Sultan Selim Camii'ndeki kapıyı 'zafer kasidesi' olarak nitelendirmesi ve bu mekânı yaşanan zaferlerin şiirine benzetmesi onun mekâna bakışı

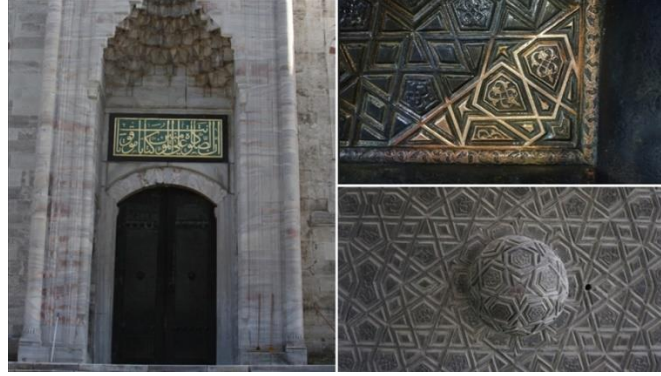
hakkında oldukça açıklayıcı bir örnektir. Bu cümlede kapı, mekânsal olarak yaşanan zaferlerin bir göstergesi olmakla beraber şiirsel bir anlam taşımaktadır.



Resim 6. Yavuz Sultan Selim Camii Kapısı

(URL 8: <https://www.fikriyat.com/galeri/tarih/istanbulun-besinci-tepesindeki-yavuz-sultan-selim-camii/3>(Erişim Tarihi: 01.02.2024))

'Evliya'nın (Evliya Çelebi) bu camiye(Sultan Ahmet Camii) saray kuyumcu başı olan kendi babası tarafından yapılan kapı için yazdığı şeyler çok önemlidir. 'Pirinç, maadin, tahtalar üzerine hurda nakışı bukalemun kalemkari zerker nakışları ile içine gömülü gümüş halka, gümüş kilit ve menteşeler ile müzeyyen bir bab-ı bi-nazirdir (Tanpınar, Beş Şehir, 2021n).'



Resim 7. Sultan Ahmed Camii Kapısı

(URL 9: <https://www.aa.com.tr/tr/kultur/sultanahmet-camisinin-400-yillik-kapisi-vakiflar-genel-mudurlugunce-restorediliyor/2747125>(Erişim Tarihi: 07.02.2024))

Sultan Ahmet Camii'ni anlatırken de Evliya Çelebi'den alıntı yapan Tanpınar, bu kısımda kapının daha çok fiziksel özelliklerine vurgu yapar ve 'bab-ı bi-nazir' yani eşsiz bir kapı olarak nitelendirir Sultan Ahmet Camii'nin kapısını. Ancak burada dikkat çeken konu yapının cephe özellikleri açısından süslemeden uzak sade bir tavrı var iken kapıda tam tersini görmemizdir. Burada aslında İslam inancında mabed kapısına atfedilen kutsallığın bir yansıması vardır diyebiliriz. İbadethanenin kapısından geçerken tüm dünyevi meşguliyetlerin bırakılarak, temizlenip affedilmek üzere bu geçiş eyleminin yapılması kapı-eşik mekanında Cennet kapısının sembolleştirilmesine neden olmuştur diyebiliriz. Mutlak güzelliğin sembolü olan cennet bu mekânsal geçişe anlamını vermektedir. Tanpınar'a göre kapı bir araç ya da alet değil, insan ve insan eylemleriyle var olan bir mekandır.

'Bu pencereler ve kapı, bu kemerler bize Neşatî'den veya Nailî'den birer gazel gibi gelirler (Tanpınar, Beş Şehir, 2021o)'

Pencerelerin ve kapıların, birer gazel gibi algılanması, yapıya dair elemanların şiirsel anlamlarla ilişkilendirilmesini ifade eder. Mekanların mimari özellikleri ve detayları, insanın hayal gücünü harekete geçirerek farklı duygusal ve estetik bağlantılar kurmasına neden olabilir. Fenomenolojik açıdan, bu anlatım, mekanların iç ve dış özelliklerinin insanın duyuşal deneyimini nasıl zenginleştirdiğini gösterir. Bu cümledeki anlatım, görsel deneyimlerin insanın içsel dünyasını nasıl etkilediğini ve mekanların müzik ve şiir

gibi diğer sanatsal ifadelerle nasıl bağlantılar kurduğunu ifade eder. Mekanlar, sadece fiziksel varlıklar değil, aynı zamanda duysal, estetik ve kültürel anlamları taşıyan semboller olarak kabul edilir. Sonuç olarak, bu cümledeki anlatım, Yeni Cami'nin cephesinin insanların duysal deneyimini nasıl etkilediğini ve mekânın tasarımının sanat ve şürlle nasıl birleştiğini ifade eder. Bu mekânda kapı, estetik, duysal ve sembolik deneyimlerin birleşimini temsil eden bir anlama bürünmektedir.

4. Bulgular

Ahmet Hamdi Tanpınar'ın "Beş Şehir" eseri, Türkiye'nin farklı coğrafyalarında yer alan beş önemli şehri - İstanbul, Bursa, Konya, Erzurum ve Ankara - ele alarak bu şehirlerin geçmişini, kültürel özelliklerini ve kimliklerini anlatır. Bu metin, Tanpınar'ın eserinde öne çıkan kapı motifini mercek altına alarak her bir şehirdeki kapıları, fenomenolojik ve anlamsal açılardan değerlendirmiştir. Tanpınar'a göre Orta Asya'dan Selçuklu'ya oradan Osmanlı dönemine uzanan serüveninde toplumsal olarak belirli deneyimler ve birikimler eşliğinde görsel bir anlatı dili oluşturmuş Türk mimarisi, Cumhuriyet'in oluşturduğu yeni toplumsal düzene paralel olarak modernizmin de etkisiyle yeni bir görsel anlatı dili edinmiştir. Beş Şehir eserinde kapılar üzerine düşündüğümüzde Ahmet Hamdi Tanpınar'ın kapıları ele alış biçimini 6 başlıkta sınıflandırmak mümkündür.

1. Vücut ve Mekân Olarak Kapı: Kapılar, Tanpınar'ın eserinde sadece fiziksel geçiş noktaları değil, aynı zamanda insan bedenine ve mekânla özdeşleşen sembolik öğelerdir. Kapıların betimlenmesi, sadece bir mekânın giriş-çıkış noktalarını değil, insanın bedensel varoluşunu da simgeler. Örneğin, kapıların yapısı ve açılışı, insan bedeninin hareketliliğiyle ilişkilendirilerek anlatılır; bu durum, insanın mekânda nasıl bir varlık olduğuna dair derin anlamlar taşır. Kapılar, aynı zamanda mekânın ruhu veya karakteriyle de bağlantılıdır. Her kapı, o şehre veya mekâna özgü bir kişiliği temsil edebilir. Farklı tarzlarda ve yapıda olan kapılar, şehrin tarihi ve kimliğiyle uyum içinde şekillenmiş gibi anlatılır. Bu da insan bedeninin farklı yönlerini temsil ettiği gibi, mekânın da farklı yönlerini yansıtır. Kapılar, aynı zamanda insanın mekânda nasıl bir izlenim bıraktığını yansıtır. Kapıların açılma biçimi, içeri adım atma veya dışarı çıkma eylemiyle bağlantılı olarak insanın mekânda bıraktığı etkiyi temsil eder. Bu açıdan kapılar, insanın mekândaki varlığını ve etkileşimini yansıtırken, aynı zamanda insanın mekâna olan duyarlılığını ve bu duyarlılığın mekânla nasıl birleştiğini ifade eder. Kısacası, Tanpınar'ın "Beş Şehir"indeki kapılar, sadece fiziksel geçiş noktaları olmanın ötesinde, insan bedenine, mekânın kimliğiyle ve insan-mekân etkileşimiyle derin bir bağlantı içerisindedir. Bu bağlamda kapılar, sadece mekânsal unsurlar değil, aynı zamanda insanın mekânda varoluşunu, etkileşimini ve deneyimini simgeler.

2. Kapı Yer ve Kimlik: Tanpınar, Beş Şehir'de yerin kimlik oluşumundaki rolüne odaklanır. Yer, insanların kendilerini tanımlama ve kendilerini ifade etme şekillerinde önemli bir faktördür. İnsanlar, kendilerini evlerinde, mahallelerinde, şehirlerinde veya ülkelerinde ifade ederler ve bu yerler, kişisel kimliklerinin bir parçası haline gelir. Kapılar, yerleşim bölgeleri ve şehrin farklı kesimleri arasındaki geçişleri de simgeler. Bu durum, kapıların sadece fiziksel bir geçiş noktası olmanın ötesinde, toplumsal ve kültürel geçişleri temsil ettiği anlamına gelir. Şehirlerin farklı semtlerindeki kapılar, o semtin karakterini, yaşam tarzını ve sosyal dokusunu yansıtır. Aynı zamanda kapılar, yerleşim bölgelerinin kimliklerini koruyan unsurlar olarak da görülebilir. Kapıların yapısı ve süslemeleri, o bölgenin geçmişinden gelen izleri ve o coğrafyanın karakteristik özelliklerini temsil eder. Bu da kapıların, şehirlerin kendine özgü kimliğini ve mekânsal bağlamını vurgulayan önemli unsurlar olduğunu gösterir. Beş Şehir'de kapılar, yerin, mekânın ve şehrin kimliğinin sembolik taşıyıcılarıdır. Kapılar, buldukları konum, tasarım ve sembolizmle şehirlerin geçmişini, kültürel dokusunu ve mekânsal kimliklerini anlatırken, aynı zamanda insanın mekânda ve yerdeki varoluşunu da temsil eder.

3. Kapı-Eşik Mekânının Sosyal ve Kültürel Yapısı: Tanpınar, mekânın sosyal ve kültürel yapıları üzerinde durur. Mekân, sosyal sınıf, cinsiyet, etnisite ve diğer faktörler tarafından şekillendirilir. İnsanlar, bu yapılar içinde belirli bir yerde bulunurlar ve bu yer, sosyal ve kültürel kimlikleriyle de ilişkilidir. Örneğin, Bursa'daki Emir Sultan Türbesi'nin kapısı, şehrin Osmanlı dönemi kimliğini ve tasavvuf geleneğini yansıtır. Bu kapılar, mekânın sadece fiziksel bir parçası değil, aynı zamanda o şehrin tarihini ve kültürel dokusunu yansıtan sembollerdir. Kapılar, Tanpınar'ın eserinde toplumsal ve kültürel dokunun mekânda bıraktığı izleri temsil eder. Kapıların betimlenmesinde kullanılan detaylar, o toplumun değerlerini, geleneklerini ve

yaşam tarzını yansıtır. Kapıların yapısı, süslemeleri ve konumu, o toplumun sosyal yapısını ve mekânsal aidiyetini yansıtır. Kapılar, bir nevi eşik mekânlarıdır; iç ile dış arasındaki sınırı temsil ederken, aynı zamanda toplumun içsel ve dışsal dinamiklerini de yansıtır. Kapının iç ve dış yüzeyi arasındaki farklılıklar, o toplumun dış dünyaya olan bakışını ve iç dünyasının gizliliklerini ifade edebilmektedir. Kapılar, sosyal sınıfların, kültürel katmanların ve farklı grupların ayrımını da gösterebilir. Örneğin, farklı mahallelerdeki kapılar arasındaki farklılıklar, o mahallede yaşayan insanların sosyal ve kültürel statülerine işaret edebilmektedir. Bu durum, mekânsal yapıların toplumsal ayrımlar ve kültürel çeşitlilik açısından nasıl bir ayna olduğunu gösterebilmektedir. Kapılar aynı zamanda misafirperverliğin, toplumsal ilişkilerin ve karşılamanın sembolleridir. Bir kapıdan içeri adım atmak, bir topluma ait olma hissini artırabilir ve aynı zamanda o toplumun kabul edici veya dışlayıcı yönlerini de gösterebilir. Sonuç olarak, Tanpınar'ın "Beş Şehir"indeki kapılar, sadece fiziksel geçiş noktaları değil, aynı zamanda toplumsal ve kültürel bağlamda derin anlamlar taşıyan eşik mekânlarıdır. Kapıların betimlenmesi, o toplumun değerleri, ilişkileri ve sosyal dokusunu mekânda görselleştirirken, aynı zamanda insanın toplumsal aidiyetini de simgeler.

4. Kapı-Eşik Mekanın Anlamı: Tanpınar, mekânın nasıl anlamlandırıldığına odaklanır. Mekânın anlamı, kültürel ve tarihsel bağlamda belirlenir. İnsanlar, mekânı belli bir anlam yükleyerek onu tanımlarlar ve bu anlam, mekânın deneyimlenmesini etkiler. Kapılar, eşik mekânlarının sembolik taşıyıcılarıdır ve insanın geçişleri, dönemleri ve deneyimleri ile ilişkilendirilirler. Kapılar, bir mekândan diğerine geçerken insanın içsel ve dışsal deneyimini temsil etmektedirler ki bu durum Tanpınar'ın eserinde sıkça vurgulanan insanın dönüşümü ve geçmişle gelecek arasındaki ilişkiyle örtüşmektedir. Beş Şehir'de kapılar, geçmişle bugün arasında bir köprü gibidir. Geçmişin izlerini taşıyan kapılar, zamanın akışını ve mekânın tarihsel derinliğini insanın deneyimine entegre eder. Bu bağlamda kapılar, insanın geçmişle olan bağını korurken, geleceğe de bir adım atmaya davet eder. Sonuç olarak, Tanpınar'ın "Beş Şehir"indeki kapılar, sadece fiziksel geçiş noktaları değil, aynı zamanda insanın içsel ve dışsal geçişlerini, toplumsal aidiyetini ve zamanın mekânla etkileşimini sembolize eden önemli unsurlardır. Bu bağlamda kapılar, insanın deneyimini ve mekânın anlamını derinleştiren sembolik eşiklerdir.

5. Kapı- Eşik Mekânının Fiziksel Yapısı: Kapılar, Tanpınar'ın eserinde sadece fiziksel bir geçiş noktası olmanın ötesinde, aynı zamanda mimari yapılarıyla da semantik bir ifade taşır. Her kapının mimari özellikleri, o mekânın karakterini ve şehrin ruhunu yansıtır. Kapıların boyutları, tasarımları, süslemeleri ve malzemeleri, o şehre özgü estetik anlayışı ve tarihsel birikimi gösterir. Kapıların fiziksel yapısı, geçmişten gelen izlerin mekânda nasıl bir varlık gösterdiğini anlatan bir göstergedir. Örneğin, Erzurum ve Bursa'daki kapılar, zamanın yıpratıcı etkilerine rağmen tarihsel derinliklerini korurlar. Bu durum, mimari yapının sadece zamanın izlerini değil, aynı zamanda insanın mekândaki varoluşunu ve tarihsel bağını da yansıtır. Kapıların fiziksel yapısı, mekân içindeki ve dışındaki dengeyi ifade eden bir unsur olabilir. Kapıların büyüklüğü, genişliği, şekli ve yerleşimi, iç ve dış arasındaki ilişkiyi anlatırken, aynı zamanda toplumun içsel ve dışsal etkileşimlerini de temsil eder. Ayrıca, kapıların fiziksel yapısı, mekânda insanın etkileşimini de yansıtır. Kapının açılma biçimi, insanın mekânda nasıl bir varlık olduğunu, içsel ve dışsal geçişlerini ve mekânın insan üzerindeki etkisini gösterir.

6. Kapı-Eşik Mekanında Olay: Tanpınar, mekânda yaşanan olayların gerek anlık olarak gerekse tarihsel anlatılarla aktarılmasıyla mekânın anlamına etki ettiğini açığa çıkarmaktadır. Geçmiş deneyimlerin ve 'olay'ın mekânda yeniden ve yeniden belleklerde yaşanması adeta olayın mekânda yankılanması mekânın anlamına doğrudan etki etmektedir. Kapıların çeşitli olaylarla ilişkilendirilmesi, Tanpınar'ın eserindeki tema ve sembollerin derinliğini artırır. Örneğin, bir kapının kapanması bir veda anı olarak algılanabilirken, aynı zamanda bir başlangıç da simgeler. Sonuç olarak, Tanpınar'ın "Beş Şehir"indeki kapılar ve eşik mekânlarında gerçekleşen olaylar, sadece karakterlerin hareketleri değil, aynı zamanda insanın içsel yolculuklarını, sembolik anlamlarını ve yaşamın dönüm noktalarını yansıtan önemli sembollerdir. Bu bağlamda, kapıların açılması veya kapanması gibi olaylar, insanın deneyimlerinin sembolik bir ifadesi olarak eserde güçlü bir rol oynar.

Tanpınar'ın Beş Şehir'deki genel bakışını yorumlayacak olursak kapılar sadece pasif nesnelere değil, bedenlenmiş mekân deneyimimizin aktif katılımcılarıdır. Hareketlerimizi, algılarımızı ve anlamlarımızı şekillendirirler ve mekânsal dünyalarımızın inşasında önemli bileşenler olarak görülebilirler. Tanpınar için mekânı deneyimleme biçimimiz her zaman bağlama bağımlı, tarihimiz, kültürümüz ve sosyal ilişkilerimiz

tarafından şekillendirilen bedensel ve zihinsel bir süreçtir. Bu zihinsel süreç kısmında ise gerek sözlü gerek yazılı gerek görsel anlatıların etkisi vardır. Kapılar sınırlar oluşturarak, giriş-çıkış noktalarını tanımlayarak, insanların ve nesnelere akışını etkileyerek mekân deneyimlerimizi şekillendirir. Kapılar mekânda nötr nesnelere değildir insan deneyimi ve anlatı ile anlam yüklenirler. Bir kapının tasarımı, kullanılan malzeme ve konumlandırılma şekli, bir mekânın anlamına katkıda bulunabilir ancak bu anlam deneyimde açığa çıkmaktadır. Deneyimde açığa çıkan bu anlam kapıların sembolik ve kültürel yönleri ile de ilintilidir. Bu sembolik ve kültürel özelliklerin oluşumunda ise anlatıların etkisi büyüktür.

5. Sonuç

Kapılar, eşik mekânlarının anlam taşıyıcılarıdır ve insanın geçişleri, dönemleri ve deneyimleri ile ilişkilendirilirler. Kapılar, bir mekândan diğerine geçerken insanın içsel ve dışsal deneyimini temsil eder. Bu geçiş, Tanpınar'ın eserinde sıkça vurgulanan insanın dönüşümü ve geçmişle gelecek arasındaki ilişkiyle örtüşmektedir. Kapılar, farklı dünyalar arasındaki geçişi sembolize ederken, aynı zamanda insanın içsel yolculuğunu da yansıtabilir. Kapıdan geçmek, kişisel büyüme, değişim veya aydınlanma gibi kavramları ifade edebilir. Bu durum, kapıların sadece fiziksel geçiş noktaları değil, aynı zamanda insanın ruhsal ve zihinsel yolculuklarına da atıfta bulunduğunu gösterir. Bununla birlikte kapılar, aidiyet duygusu ve bağlılık ile de ilişkilendirilebilir. Bir kapıdan geçmek, bir topluma veya bir yere ait olma hissini artırabilir ve insanın o mekânda varoluşunu güçlendirebilir. Bu bağlamda kapılar, insanın kendini ifade etme, kabul görme ve toplumla etkileşim kurma biçimini temsil edebilir. Kapılar, geçmişle bugün arasında bir köprü olabilir. Geçmişin izlerini taşıyan kapılar, zamanın akışını ve mekânın tarihsel derinliğini insanın deneyiminin eşlikçisi kılar. Bu bağlamda kapılar, insanın geçmişleriyle olan bağını korurken, geleceğe de bir adım atmaya davet eder.

Ahmet Hamdi Tanpınar'ın "Beş Şehir" eserindeki kapılar, eşik mekânının sembolik zenginliğini ve insan deneyiminin derinliklerini yansıtan önemli unsurlardır. Ahmet Hamdi Tanpınar'ın "Beş Şehir" eserindeki kapılar, mekânın anlamsal eşiği olarak öne çıkar. Kapılar, geçişin sembolü olmanın yanı sıra insanın içsel yolculuklarını da temsil ederler. Bu mekânlar, sadece fiziksel bir geçiş noktası değil, aynı zamanda insanın duygusal ve zihinsel dönüşümlerinin sembolik ifadesidir. Kapıların açılma veya kapanma eylemleri, karakterlerin hayatlarındaki dönüm noktalarını ve içsel kararlarını simgeler. Ayrıca, kapıların mekânın kültürel, toplumsal ve tarihsel derinliğiyle ilişkisi vurgulanmaktadır. Her kapı, o şehrin veya mekânın kimliğini taşıırken, aynı zamanda geçmişin ve kültürel değerlerin bir yansımasıdır. Kapılar, tarihsel birikimi ve insanın mekânla olan bağını anlatırken, toplumsal aidiyet duygusunu da vurgularlar.

Tanpınar, kapıları fiziksel bir nesneye indirgeyen bir bakışta değildir. Kapı, fiziksel bir nesne olarak belirli boyutlara, malzemelere sahip ölçülebilir bir 'nesnedir' ancak kendimizi nesnelere olan ilişkimiz aracılığı ile tanırız. Dolayısıyla mekânda kapı ile olan ilişkimiz ve kapı deneyimimizin anlamı kapının anlamı ile eşdeğer sayılabilir. Mekan yalnızca maddi kullanım nesnesi olarak görüldüğünde varoluşsal anlamı göz ardı edilmiş olur. Fenomenolojik araştırmalar, mekânın deneyiminde meydana gelen varoluşsal anlamını açığa çıkaran çalışmalardır. İnsan yaşamında anlam ifadesi olarak geniş bir yelpazede değerlendirilebilecek olan kapı, mekânda anlam ile biçimi bir araya getirebilen bir fenomendir. Kapılar birçok açıdan çift yönlü bir anlamsallıkla çalışır diyebiliriz çünkü bir kapı başkalarına ve dünyaya hem açılmanın hem kapanmanın nesnesidir, hem kavuşmanın hem vedalaşmanın yeridir. Bu yönüyle kapı aynı zamanda özneler arasıdır.

Bu analiz, Tanpınar'ın eserinde kapıların sadece fiziksel varlıklar olmadığını, aynı zamanda insanın yaşamındaki önemli dönemeçleri, kültürel değerleri kapı-eşik mekânı üzerinden açığa vurduğunu göstermektedir. Kapılar, Tanpınar için insanın içsel ve dışsal yolculuklarının, toplumsal aidiyetin ve zamanın mekânla etkileşiminin derin sembollerinden biridir. Bu bağlamda, kapılar Tanpınar'ın mekâna bakışını okuyabildiğimiz, eserinde insan deneyiminin karmaşıklığını ve derinliğini okuma yansıttığı bir öğedir denilebilir. Mekan tasarımı eğitimi verilirken edebiyattan elde ettiğimiz mekân anlatılarının analiz edilerek kullanılması mümkündür. En azından böyle bir yaklaşım mekâna daha insan merkezli bir açıdan bakmamıza yardımcı olacaktır. Bunu yaparken dünya edebiyatından nitelikli örneklerin yanı sıra kendi coğrafyamız ve kültürümüze ait bir yazar olarak Ahmet Hamdi Tanpınar'ın eserleri de faydalı olacaktır.

6. Extended Abstract

This study examines the experience of space in literature, particularly the threshold space of the door, from a phenomenological perspective. It argues that spatial narratives in literature can be analyzed not only as structural descriptions but also from an experiential standpoint. In this context, the doors in Ahmet Hamdi Tanpınar's work "Five Cities" are investigated. Additionally, it is suggested that spatial design offers numerous possibilities beyond literature and that this perspective can be integrated into the design process.

The theoretical framework of the study is formed by phenomenology and spatial narrative, which constitute the basis of interdisciplinary studies focusing on the meaning and experience of space today. These concepts enable us to perceive space not only as a physical entity but also as a phenomenon perceived and experienced by humans.

The interaction between space and narrative shapes the meaning of space and enhances the depth of the narrative. While space functions as a stage and backdrop for the narrative, the narrative reveals the characteristics, emotional weight, and symbolic meanings of space. Spatial narrative is based on the idea that space is not just a physical place but also a ground for stories and meanings to be conveyed.

Doors are significant elements that deepen and contextualize the experience of space. Each door shapes the meaning of space with the symbols it contains, its design, and its function. The design, function, and experience of doors emerge as reflections of the meaning inherent in space. Doors not only limit spatial experience to the physical dimension but also encompass emotional and mental dimensions. Examining the doors in Tanpınar's "Five Cities" from a phenomenological perspective presents a viewpoint that deeply explores the ways literature gives meaning to space. Doors are not merely physical passageways but also important elements symbolizing internal and external transitions, social belonging, and the interaction of time with space. The doors in Tanpınar's work reflect the cultural, historical, and social fabric of the five different cities. Each door represents the identity, past, and social structure of its respective city. Therefore, doors are essential components that determine the meaning of a city and space.

Analyzing doors under six main headings elucidates how they represent different aspects of space. Doors reflect the unique aesthetic and historical accumulation of a space through their physical structures, locations, and designs. At the same time, doors can also indicate distinctions among social classes, cultural layers, and different groups. Approaching Tanpınar's doors from a phenomenological perspective associates the experience of space with internal and external journeys, social belonging, and temporal interaction. Doors are not merely physical passageways but also symbols reflecting the deep connection and experience of space with humans.

Doors symbolize significant aspects such as internal and external transitions, social belonging, and the interaction of time with space. In Tanpınar's work, doors are seen as symbols reflecting the meaning of space and the complexity of human experience. In this context, doors express the turning points, cultural values, and social belonging in human life. From a phenomenological perspective, doors are not just physical objects but also symbols reflecting the relationship and experience of humans with space. Therefore, by examining Tanpınar's doors, a deep understanding of space experience and meaning can be developed. This analysis demonstrates that literature can offer a human-centered perspective in spatial design education and deepen the interaction between space and human experience.

In conclusion, space and meaning are inseparably linked. Human attachment to space is determined by cultural, historical, and personal factors beyond the physical properties of space. Space is shaped as part of the narrative, and the narrative reveals the characteristics, emotional weight, and symbolic meanings of space. Therefore, considering the interaction between space and narrative is important to understand the meaning and experience of space.

Keywords: Spatiality in Literature, Meaning in Architecture, Human Experience in Space, Phenomenology.

Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı / Contribution of Authors

Yazarların çalışmadaki katkı oranları Güler KARABEKİR %60/ Emre DEMİREL %40 şeklindedir.
The authors' contribution rates in the study are Güler KARABEKİR %60/ Emre DEMİREL %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.

Kaynakça

- Akalın, Ş., & Haluk, M. (2011). *Türkçe Sözlük*. Ankara: TDK Yayınları.
- Anonim. (2024, 01 12). *etimolojiturkce.com*. 01 12, 2024 tarihinde <https://www.etimolojiturkce.com/kelime/kap%C4%B1> adresinden alındı
- Anonimb. (2024, 01 12). *Microsoft Bing*. 01 12, 2024 tarihinde <https://www.bing.com/translator?from=fa&to=tr&setlang=tr> adresinden alındı
- Atmaca, E., & Adzhumerova, R. (2010). Kapı ve Eşik Kelimeleri Üzerine. *Sakarya Üniversitesi Fen Edebiyat Dergisi*, s. 28.
- Bachelard, G. (1996). *Mekânın Poetikası*. (A. Derman, Çev.) İstanbul: Kesit Yayıncılık.
- Husserl, E. (2012). *Ideas: General introduction to pure phenomenology*. (W. J. Gibson, Çev.) NewYork: Routledge.
- Mendelsund, P. (2015). *Okurken Ne Görürüz? Resimli Bir Fenomenoloji*. İstanbul: Metis.
- Narlı, M. (2007). *Şiir ve Mekan, Cumhuriyet Dönemi Türk Şiirinde Şiir Mekan İlişkisi*. Ankara: Hece Yayınları.
- Pala, İ. (1995). *Ansiklopedik Divan Şiiri Sözlüğü*. Ankara: Akçağ Yayıncılık.
- Pallasmaa, J. (2014). *Tenin Gözleri*. (A. U. Kılıç, Çev.) İstanbul: YEM Yayınları.
- Ponty, M. (1968b). *The Structure of Behaviour*. (ss.120), Boston: Beacon Press.
- Ponty, M. (1968a). *The Structure of Behaviour*. (ss.108), Boston: Beacon Press.
- Tanpınar, A. H. (2021). *Beş Şehir* (51 b.). (ss.32), İstanbul: Dergah Yayınları.
- Tanpınar, A. H. (2021a). *Beş Şehir* (51 b.). (ss.32), İstanbul: Dergah Yayınları.
- Tanpınar, A. H. (2021b). *Beş Şehir* (51 b.). (ss.33), İstanbul: Dergah Yayınları.
- Tanpınar, A. H. (2021c). *Beş Şehir* (51 b.). (ss.37), İstanbul: Dergah Yayınları.
- Tanpınar, A. H. (2021d). *Beş Şehir* (51 b.). (ss.38), İstanbul: Dergah Yayınları.
- Tanpınar, A. H. (2021e). *Beş Şehir* (51 b.). (ss.40), İstanbul: Dergah Yayınları.
- Tanpınar, A. H. (2021f). *Beş Şehir* (51 b.). (ss.45), İstanbul: Dergah Yayınları.
- Tanpınar, A. H. (2021g). *Beş Şehir* (51 b.). (ss.49), İstanbul: Dergah Yayınları.
- Tanpınar, A. H. (2021h). *Beş Şehir* (51 b.). (ss.50), İstanbul: Dergah Yayınları.
- Tanpınar, A. H. (2021i). *Beş Şehir* (51 b.).(ss.65-66), İstanbul: Dergah Yayınları.
- Tanpınar, A. H. (2021j). *Beş Şehir* (51 b.). (ss.79), İstanbul: Dergah Yayınları.
- Tanpınar, A. H. (2021k). *Beş Şehir* (51 b.).(ss.98), İstanbul: Dergah Yayınları.
- Tanpınar, A. H. (2021l). *Beş Şehir* (51 b.). (ss.106), İstanbul: Dergah Yayınları.
- Tanpınar, A. H. (2021m). *Beş Şehir* (51 b.). (ss.138), İstanbul: Dergah Yayınları.
- Tanpınar, A. H. (2021n). *Beş Şehir* (51 b.). (ss.142), İstanbul: Dergah Yayınları.
- Tanpınar, A. H. (2021o). *Beş Şehir* (51 b.). (ss.143), İstanbul: Dergah Yayınları.

Makroekonomik İstikrarın Ekonomik Büyüme Etkisi: OECD Ülkeleri Üzerine Bir Uygulama

Hüseyin Enes ERKOÇAK* 
İbrahim Erem ŞAHİN** 

ÖZ

Bu çalışmanın amacı, OECD ülkelerinde makroekonomik istikrarın, ekonomik büyüme faktörleri üzerindeki etkisini araştırmaktır. Çalışmada 2002 ile 2021 arasındaki 20 seneye ait veriler ele alınmıştır. İlgili dönemlerde, OECD üyesi 36 ülkeye ait yıllık finansal veriler, panel veri yöntemi ile analize tabi tutulmuştur. Ampirik sonuçlar, ülkelere ait makroekonomik göstergeler olan, Para Arzı ve Sanayi Üretim Endeksi ile Ekonomik Büyüme Göstergesi (GSYİH) arasında istatistiksel olarak güçlü ve pozitif bir ilişki olduğunu göstermektedir. Ayrıca, İşsizlik Oranı ve Kısa Vadeli Faiz Oranları ile GSYİH arasında ise negatif bir korelasyon olduğu sonuçlarına ulaşılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre; para arzı ve üretimdeki artışların büyümeyi hızlandırdığı, işsizlik ve faiz oranlarındaki artışın ise, ekonomik büyümeyi daralttığı görülmektedir. Ayrıca; literatürde sıkça karşılaşılan ekonomik büyümenin sadece finansal istikrara ve büyüme teorilerine bağlı olmadığını, ekonomik büyüme üzerinde makroekonomik istikrarı sağlayan faktörlerin de önemli bir itici güç sağladığı sonuçlarına ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Makroekonomik İstikrar, OECD Ülkeleri, Panel Veri Analizi.

The Effect of Macroeconomic Stability on Economic Growth: an Application on OECD Countries

ABSTRACT

The aim of this study is to investigate the effect of macroeconomic stability on economic growth factors in OECD countries. In the study, data for the 20 years between 2002 and 2021 were discussed. The annual financial data of 36 OECD member countries for the relevant periods were analyzed using the panel data method. Empirical results show that there is a statistically strong and positive relationship between the country's macroeconomic indicators, Money Supply and Industrial Production Index, and Economic Growth Indicator (GDP). Additionally, it was found that there is a negative correlation between Unemployment Rate, Short-Term Interest Rates and GDP. According to the results obtained, it is observed that increases in money supply and production accelerate growth, while increases in unemployment and interest rates contract economic growth. Moreover; It has been concluded that economic growth, which is frequently encountered in the literature, is not only dependent on financial stability and growth theories, but also the factors that provide macroeconomic stability provide an important driving force on economic growth.

Keywords: Macroeconomic Stability, OECD Countries, Panel Data Analysis.

1. Giriş

Ülkelerin gelişmişlik seviyesini gösteren ekonomik büyüme kavramı genel ifadeyle; bir ülkede üretilen toplam nihai mal ve hizmet miktarının, zamanla (seneden seneye) arttırılması olarak tanımlanabilir. Ekonomik büyüme; ülkeler açısından vatandaşlarının refah seviyeleri ve kişi başına düşen milli gelirlerinin arttırılabilmesi için en temel makroekonomik hedeflerinin başında gelmektedir. Bu sebeple, ekonomik büyümenin sürdürülebilmesi için, uygulanabilecek ekonomi politikaları ve alınması gereken finansal kararlar son yıllarda araştırılmalı konular arasındadır. Aynı şekilde, ekonomi literatüründe de; ekonomik büyümeye etki eden faktörler, ampirik çalışmalarda tartışılan konuların başında gelmektedir. Bu çalışmalara; Lichtenberg (1993), Goel & Ram (1994), Griliches (1998), Freire-Serén (1999), Black vd. (2001), Tirelli & Muscatelli (2001), Sylwester (2001), Levine & Carkovic (2002), Kumar & Pradhan (2002),

* **Corresponding Author/Sorumlu Yazar**, Doktora Öğrencisi/Ph.D. Stud., Selçuk Üniversitesi, Konya, Türkiye/ Selçuk University, Konya, Türkiye, erkocakenes@gmail.com

** Doç. Dr./Assoc. Prof. Dr., Selçuk Üniversitesi, Konya, Türkiye/ Selçuk University, Konya, Türkiye, eremsahin@selcuk.edu.tr
Makale Gönderim ve Kabul Tarihleri/Article Submission and Acceptance Dates: 24.04.2024-07.07.2024

Citation/Atf: Erkoçak, H. E., Şahin, İ. E. (2024). Makroekonomik istikrarın ekonomik büyüme etkisi: OECD ülkeleri üzerine bir uygulama. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 54, 342-356. <https://doi.org/10.52642/susbed.1472911>



Gökdeniz vd. (2003), Berber & Artan (2004), Halıcioğlu & Ghatak (2006), Değer & Emsen (2006), Zhang (2006), Falk (2007), Mohammed (2009), Yamak & Tanrıöver (2009), Ogunmuyiva & Ekone (2010), Bittencourt (2010), Kanca (2012), Wang vd. (2013), Dasve Loxley (2015), Acet vd. (2020), örnek olarak gösterilebilir. Her ne kadar üzerinde tartışılabilir da büyümeyi sağlayan faktörler; modern teknolojik altyapıya sahip, ekonomileri yüksek oranda ilerlemiş olan gelişmiş ülkeler açısından da insani gelişmişlik endeksiyle, sanayileşme oranları düşük seyreden, gelişmekte olan ülkeler açısından da benzerlik göstermektedir. Küresel çerçevede, ekonomik performansa etki eden en önemli araçların başında, fiyat istikrarı, kur istikrarı, faiz istikrarı gibi ekonomik dengeyi sağlayan makroekonomik göstergelerin geldiği görülmektedir. Bu doğrultuda, sürdürülebilir bir ekonomik büyüme için makroekonomik istikrarı sağlayabilmek büyük önem arz etmektedir.

Ekonomi literatüründe, makroekonomik istikrar kavramı; kesintisiz işleyen reel ekonomi, fiyat istikrarı, güvenilir maliye politikaları, sürdürülebilir borç oranları ve sağlıklı işleyen kamu ve özel sektör hizmetleri ile tanımlanmaktadır (Ocampo, 2005). Başka bir ifadeyle, makroekonomik istikrarı; reel faiz oranlarının piyasa koşullarına göre uygun olduğu, enflasyon oranlarının düşük ve öngörülebilir olduğu, ödemeler dengesi eşitliğinin ve mali disiplinin sağlanabildiği, döviz kuru volatilitelerinin kestirilebilir ve rekabet edilebilir düzeyde olduğu bir makroekonomik yapı olarak tanımlamak mümkündür (Fischer, 1993). Makroekonomik istikrar, ekonomik büyümeyi farklı yollardan etkileyebilmektedir. İlk olarak, piyasa faiz oranlarının önemli belirleyicilerinden biri olan makroekonomik istikrardaki bozulmalar, faiz oranlarında yükselişe neden olarak borçlanma maliyetini yükseltmektedir. Bu durum, tüketim harcamalarını ve yatırımları azaltarak ekonomik büyümeye olumsuz etki etmektedir. İkinci olarak ise; makroekonomik istikrardaki bozulmalar, finans kurumlarının ve ekonomi birimlerinin, gelecekteki finansal hareketliliklere dair öngörülerini güçleştirmektedir. Bu durumda ise; bireysel tüketicilerin, yatırımcıların ve firmaların, tüketim harcamalarını ve yatırımlarını azaltmaları suretiyle, ekonomik büyümeyi olumsuz etkilemektedir (Schinasi, 2004). Bu nedenle, istikrarlı bir makroekonomik yapı; ülke ekonomilerinde uzun dönemli bir büyüme için gerekli ortamı sağlamakta ve büyümeyi sürdürülebilir kılmaktadır. Aksi durumda, makroekonomik istikrarın sağlanmadığı bir ekonomide; üretim, istihdam, dış ticaret, yabancı sermaye ve enflasyon oranları gibi makroekonomik faktörlerin aşırı değişken olması, ülke ekonomilerindeki gelir dağılımını bozmakta ve toplumun refah seviyesinde aşağı yönlü bir ivmeye sebebiyet verebilmektedir.

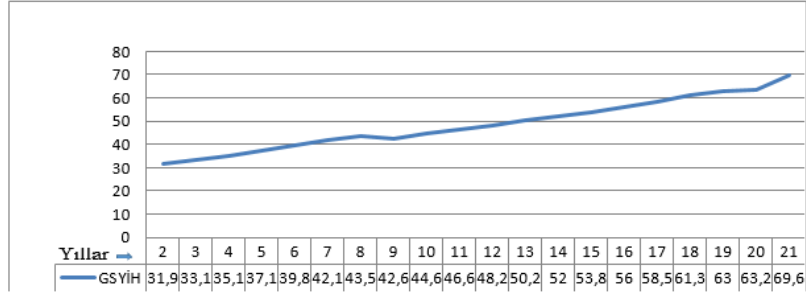
Bu çerçevede, çalışmanın amacı; OECD ülkelerinde makroekonomik istikrar düzeyinin, ekonomik büyümeyi hangi yönde ve düzeyde etkilediğini incelemektir. Çalışma yedi kısımdan oluşmaktadır. Giriş bölümünde, ekonomik büyüme ve makroekonomik istikrar ile ilgili genel tanımlamalar yapılmıştır. İkinci bölümde, OECD ülkelerinde makroekonomik durumdan bahsedilmiştir. Üçüncü bölümde, konuyla alakalı alanyazın taraması yapılmıştır. Çalışmanın dördüncü bölümünde, OECD ülkelerine ait veriler ile istatistiksel model oluşturulmuş, beşinci bölümde; oluşturulan modele ait ekonometrik analiz sonuçları açıklanmıştır. Çalışmanın sonuç ve öneriler kısmında ise; elde edilen bulgulara da dayanarak OECD ülkeleri üzerine bazı değerlendirmelerde bulunulmuştur.

2. OECD Ülkeleri ve Makroekonomik Durum

İktisadi İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı (OECD), Avrupa ülkelerinin Marshall planları dahilinde, yeniden yapılandırmak amaçlı 1948 de oluşturulan Avrupa Ekonomik İşbirliği Örgütü (OEEC) nin yerine, 1961 de ikinci dünya savaşı sonrası Avrupa ekonomilerini iyileştirmek ve desteklemek amaçlı olarak kurulmuştur. OECD'yi serbest piyasa ekonomisi ilkelerini benimseyen ve çoğu Avrupa Birliği üyesi olan, dünyanın en zengin ülkeleri oluşturmaktadır. OECD'nin kurucu üyeleri arasında bulunan 20 ülke; ABD, Almanya, Avusturya, Belçika, Danimarka, Fransa, Hollanda, İngiltere, İrlanda, İsveç, İsviçre, İspanya, İtalya, İzlanda, Kanada, Lüksemburg, Norveç, Portekiz, Türkiye ve Yunanistan'dır. Daha sonradan, Avustralya, Finlandiya, Güney Kore, Japonya, Meksika ve Yeni Zelanda da OECD ye üye olmuştur. 1990'lı yıllarda Sovyetler Birliğinin dağılmasıyla birlikte, Çekya, Macaristan, Slovakya ve Polonya, 2010 yılından bu yana ise; Estonya, İsrail, Letonya, Litvanya, Slovenya ve Şili de batı ile uyum ve ilişkileri artırmak amacıyla OECD ye dahil olmuştur. Ayrıca 2020 yılında, Kolombiya ve 2021 yılında ise Kosta Rika OECD birliğine katılmış olup, 2021 itibarıyla OECD teşkilatı, 38 üye ülkeden oluşmaktadır.

OECD üye ülkelere; sürdürülebilir ekonomik büyüme, mali istikrar, istihdam artışı ve yurttaşların yaşam standartlarının yükseltilmesi gibi konularda yardımda bulunarak, dünya ekonomisinin kalkınması için katkı sağlamaktadır. Birlik, üye ülkelerle teknoloji, yatırım, ticaret, girişimcilik ve kalkınma alanlarında işbirliği sağlayarak, ülkelerin yoksullukla mücadele ve refah seviyelerinin artırılması için destek vermektedir. Ayrıca, güncel ekonomik meseleler ve sorunların çözümü için üye ülkelere tavsiyelerde bulunmak' ta OECD'nin başlıca görevleri arasındadır (TC Dışişleri Bakanlığı, 2019).

Ülkeler açısından en temel makroekonomik göstergeler, ekonomik büyümeyi ölçen Gayri Safi Yurt İçi Hasıla oranlarıdır. OECD ülkelerine ait ortalama GSYİH büyüklükleri, 2002 yılında 31,9 trilyon dolarken, bu rakam 2021 yılında 69.60 trilyon dolar seviyelerine çıkmıştır.

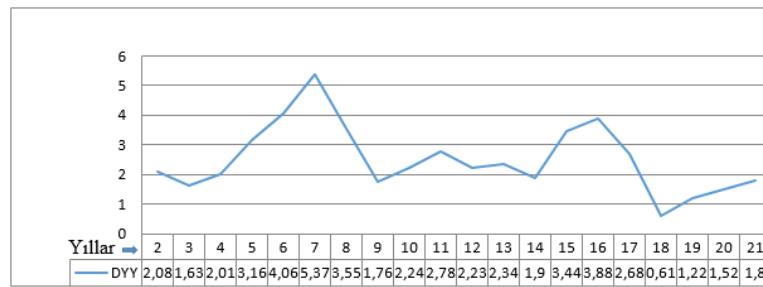


Grafik 1. OECD 2002-2021 Yılları Ortalama GSYİH Toplamı (Trilyon \$)
(Kaynak: OECD, <https://data.oecd.org/>, Erişim Tarihi:17.03.2023)

OECD 2021 verilerine göre, üye ülkeler içerisinde en yüksek GSYİH'ye sahip ülke Amerika olup, GSYİH büyüklüğü 23,3 trilyon dolardır. ABD'yi ise sırasıyla, Çin, Japonya ve Almanya takip etmekte olup, GSYİH büyüklükleri sırasıyla, 17,7, 5,6 ve 5,2 trilyon dolardır. Türkiye ise, 818 milyar dolar GSYİH ile dünyada 21. sırada yer almaktadır.

Ülkeler açısından, makroekonomik istikrarı sürdürebilmek için en önemli kaynaklardan biri doğrudan yabancı yatırımlardır. Yabancı yatırımlar, herhangi bir ülkede faaliyetini sürdüren bir firmanın sahip olduğu varlıklarını kontrol edebilmek, tedarik ve sevkiyatlarını sağlamak amacıyla yabancı ülkelerde kullanılmasıdır (Moosa, 2002). Yabancı bir ülkedeki bir firmayı satın almak, sermayesini artırmak, yabancı bir ülkede şube açmak, yabancı bir firmayla ortak girişimde bulunmak veya franchising sözleşme yapmak suretleriyle gerçekleştirilebilen DYY'lar, ev sahibi ülkelerin milli gelirini yükselterek, ekonomik büyüme ve sürdürülebilir istikrar için kilit role sahip yatırımlardır.

2002 yılında OECD ülkelerinin, doğrudan yabancı yatırım girdileri ortalaması, toplam GSYİH büyüklüklerinin %2,08 i iken, 2021 yılında ortalama doğrudan yabancı yatırım girdileri, toplam GSYİH büyüklüklerinin %1,80 seviyesine düşmüştür.



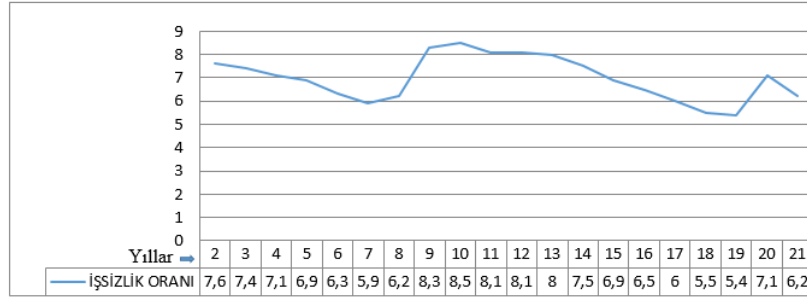
Grafik 2. OECD 2002-2021 Yılları Ortalama DYY Girdileri Toplamı (GSYİH% si)
(Kaynak: OECD, <https://data.oecd.org/>, Erişim Tarihi:17.03.2023)

OECD 2021 yılı verilerine göre, OECD ülkeleri içerisinde, ABD, 410,78 milyar dolarlık DYY girdisi ile en çok yabancı yatırım geliri elde eden ülke konumundadır. ABD'yi sırasıyla Çin ve Almanya, 344 milyar

dolar ve 46,4 milyar dolarlık DYY girdisi ile takip etmektedir. Türkiye ise; 2019 yılında 11,4 milyar dolar DYY geliri elde etmiştir.

Makroekonomik istikrarı sağlayabilmek için üzerinde durulması gereken bir unsur işsizlik oranlarıdır. Çalışma çağına bulunan, çalışmasını engelleyecek bir durumu bulunmayan ve çalışmaya istekli olan kişilerin iş arayışta bulunmamasına işsizlik denilmektedir. İşsizlik, ülkelerin ekonomik yapılarından kaynaklanmaktadır. Bu sebeple, gelişmiş veya gelişmekte olan ülkelerdeki işsizlik, ülkelerin ekonomik yapılarına göre farklı nedenlerden meydana gelmektedir. Az gelişmiş ülkelerdeki sermaye yetersizliği, gelişmiş ülkelerde ise, teknolojik yenilikler işsizliği ortaya çıkarmaktadır (Seyidoğlu, 1999).

OECD ülkelerinde 2002 yılında işsizlik oranları, toplam işgücünün %7,6 sı iken, 2021 yılında işsizlik oranları, toplam işgücünün %6,2 si seviyelerindedir.

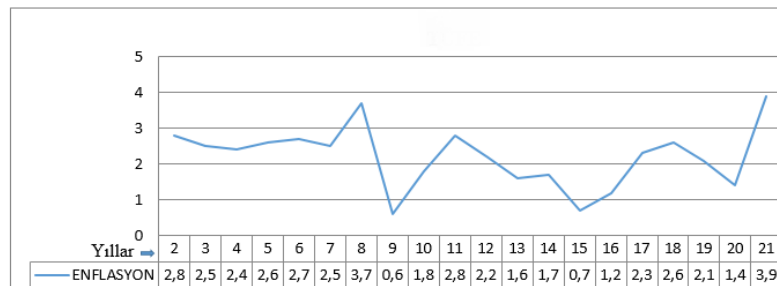


Grafik 3. OECD Ülkeleri 2002-2021 Arası İşsizlik Oranları (Toplam İşgücü % si)
(Kaynak: OECD, <https://data.oecd.org/>, Erişim Tarihi:17.03.2023)

OECD 2021 verilerine göre, üye ülkeler içerisinde işgücüne oranla en yüksek işsizlik oranına sahip ülke, işgücünün %16,4 ü ile Kosta Rika'dır. Kosta Rika' yı sırasıyla %14,8 ile İspanya ve Yunanistan, %13,4 ile Kolombiya ve %12 ile Türkiye takip etmektedir. İşsizlik oranı en düşük ülke ise işgücünün %2,8 i ile Japonya ve ÇEK Cumhuriyetidir. Tabloya göre son 20 senede en yüksek işsizlik oranlarının yaşandığı dönemlerin 2009-2010 yılları olduğu görülmektedir. Bu yıllardaki yüksek işsizlik oranlarına; 2008 yılında Amerika da başlayan ve hızla tüm dünya ülkelerine yayılarak küresel bir sorun haline gelen ekonomik kriz, gerekçe olarak gösterilebilir.

Ülkeler açısından makroekonomik ve sosyal istikrarın sağlanabilmesi için olmazsa olmaz ön koşullardan birisi de fiyat istikrarının sağlanabilmesidir. Fiyat istikrarının sağlanamadığı, yani; enflasyonist ve deflasyonist dönemlerde, finansal piyasaların finansal aracılık etkinlikleri ve hükümet politikalarına olan güven azalmakta, gelir dağılımları bozulmakta, sermaye piyasalarına erişim aksamakta, ülke risk primleri yükselmekte, ülkelerin sürdürülebilir ekonomi politikaları sekteye uğramakta ve uluslararası ekonomi piyasalarındaki rekabet güçleri zayıflamaktadır. Bu nedenle ülkeler; fiyat istikrarını sağlayabilmek için özellikle enflasyon (TÜFE) verilerini dikkate almaktadırlar.

OECD ülkelerinde 2002 yılı yıllık enflasyon artış oranı %2,8 olarak gerçekleşmişken, 2021 yılında yıllık enflasyon artışı %3,9 seviyelerindedir.

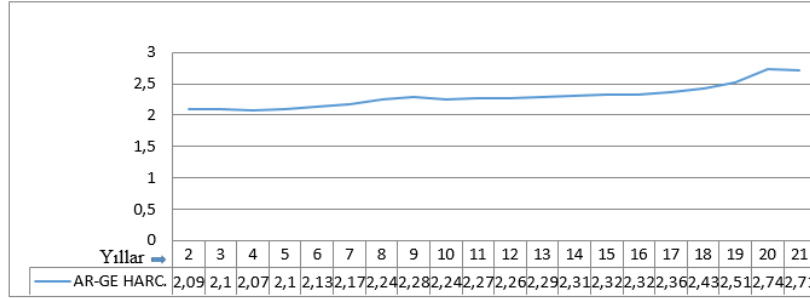


Grafik 4. OECD 2002-2021 Yıllık Enflasyon (TÜFE) % Büyüme Oranı
(Kaynak: OECD, <https://data.oecd.org/>, Erişim Tarihi:17.03.2023)

OECD 2021 verilerine göre, üye ülkeler içerisinde en yüksek enflasyon oranına sahip ülke, yıllık %19,6 artış ile Türkiye'dir. Enflasyon oranı en düşük ülke ise yıllık %-0,25 artış ile Japonya'dır.

Sürdürülebilir ekonomik büyüme ve makroekonomik istikrar için yeniliğe, yani; bilim ve teknolojiye ihtiyaç duyulmaktadır. İhtiyaç duyulan yeniliğe ulaşabilmenin koşulları ise, yabancı ülkelere teknoloji transferi veya Ar-Ge yatırımlarıdır. Ar-Ge yatırımları, milli teknolojilerin üretiminde başrol oynamakta, firmaların, dolayısıyla; ülkelerin rekabet gücünü ve pazar paylarını artırarak makroekonomik istikrara katkıda bulunmaktadır.

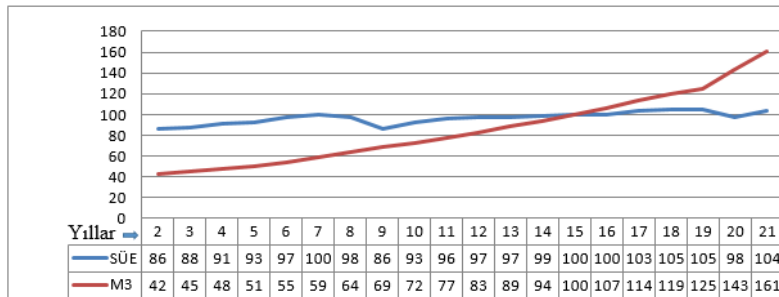
OECD ülkelerinde 2002 yılında, toplam GSYİH'nın %2,09'u, Ar-Ge yatırımlarına ayrılmışken, 2021 yılında Ar-Ge yatırımlarına ayrılan bütçe artarak toplam GSYİH'nın %2,71'ine yükselmiştir.



Grafik 5. OECD Ülkeleri 2002-2021 Arası Yıllık AR-GE Harcamaları (GSYİH % si)
(Kaynak: OECD, <https://data.oecd.org/>, Erişim Tarihi:17.03.2023)

OECD 2021 verilerine göre, üye ülkeler içerisinde Ar-Ge yatırımlarına en fazla kaynak ayıran ülkeler, 709 milyar dolar (GSYİH'nın %3,5'i) ile Amerika, 620 milyar dolar (GSYİH'nın %2,4'si) ile Çin ve 172 milyar dolar (GSYİH'nın %3,3'sü) ile Japonya'dır. Türkiye ise 37 milyar dolar (GSYİH'nın %1,4'i) Ar-Ge harcaması gerçekleştirmiştir.

Makroekonomik istikrarın sağlanabilmesi için dikkate alınması gereken diğer önemli faktörler ise, Sanayi Üretim Endeksi, Para Arzı ve Faiz Oranlarıdır. Özellikle gelişmekte olan ülkelerin ekonomik büyüme ve gelişmeleri üzerinde sanayi sektörü lokomotif görev üstlenmektedir. Ülkelerde gelişen sanayi sektörü ve artan sanayi üretim endeksi, yarattığı istihdam, küresel rekabet, katma değer ve yüksek teknolojik üretim sayesinde GSYİH'da artışa, yani; ekonomik büyümeye neden olmaktadır (Kaldor, 1968). Makroekonomide, belirli bir zaman aralığında piyasada dolaşımda bulunan toplam para miktarı olarak ifade edilen para arzındaki artış ise, tıpkı sanayi üretim endeksindeki gibi, üretim, istihdam ve büyümeyi artırmaktadır.



Grafik 6. OECD Ülkeleri 2002-2021 Arası Yıllık Sanayi Üretim Endeksi (SÜE) ve Para Arzı (M3) Değişimi (2015=100)

(Kaynak: OECD, <https://data.oecd.org/>, Erişim Tarihi:17.03.2023)

Grafikteki OECD verilerine göre, 2002-2021 arası dönemde yıllar itibarıyla para arzında istikrarlı bir yükseliş görülmektedir. Sanayi üretim endeksinde ise 2009 küresel krizinde kısa süreli bir düşüş yaşansa da, kısa sürede toparlanıp 2021 yılına kadar istikrarlı bir yükseliş trendine girdiği söylenebilir.

3. Literatür Taraması

Ulusal ve uluslar arası literatürde, makroekonomik değişkenlerin, ülkelerin ekonomik büyüme göstergeleri üzerindeki etkilerini araştıran çok sayıda ampirik araştırma bulunmaktadır. Yapılan araştırmalardan bazıları aşağıda yer almaktadır.

Lichtenberg (1993), çalışmasında; 1964-1989 yılları arasında 74 ülkenin verilerini ele alarak, finansmanı, kamu ve özel sektör tarafından sağlanan Ar-Ge harcamalarının, ayrı ayrı ekonomik büyüme etkisini incelemiştir. Çalışma sonuçlarına göre, finansmanı kamu tarafından sağlanan Ar-Ge harcamalarının, ekonomik büyümeyi etkilemediği, özel sektörün finanse ettiği Ar-Ge harcamalarının ise, verimlilik ve ekonomik büyüklüğü, pozitif etkilediği sonuçlarına ulaşmıştır. Goel & Ram (1994), 52 ülkeye ait (18' i gelişmiş, 34' ü ise az gelişmiş ülke statüsünde), 1960-1980 yılları arasındaki 20 yıllık verilerle Ar-Ge harcamalarının, büyümeyi, uzun dönemde etkilediği sonuçlarına ulaşmışlardır. Griliches (1998), ABD verilerini ele aldığı çalışmasında, Ar-Ge harcamalarında kullanılan her %10 luk artışın, ekonomik büyümeyi %7 düzeylerinde artırdığı sonuçlarına ulaşmıştır. Freire-Serén (1999), OECD üyesi 21 ülkenin 1965-1990 yılları arasındaki verilerini kullandığı uygulamasında, Ar-Ge harcamaları ile büyüme verisi (GSYİH) arasında pozitif bir korelasyon varlığını, Ar-Ge yatırımlarında %1 düzeydeki artışın, reel GSYH' yı %0,08 düzeyinde artıracığı sonuçlarına ulaşmıştır.

Black vd. (2001), çalışmalarında; Amerika da' ki 48 eyalet için 1963-1989 ve 1989-1994 yılları arasındaki dönemleri panel veri analizi yöntemiyle ele almışlardır. 1960' lı ve 70'li yıllarda, enflasyondaki artış oranlarının, ekonomik büyümeyi negatif, 1980'li yıllarda ise, pozitif etkilediği sonuçlarına ulaşmışlardır. Tirelli & Muscatelli (2001), OECD ülkelerinin 1955-1990 dönemlerinde, işsizlik düzeyleri ile büyüme verileri arasındaki ilişkileri yapısal zaman serileri ve VAR istatistik yöntemleriyle incelemişlerdir. Bulgular, işsizlik oranlarının, büyümeyi negatif etkilediğini göstermektedir. Sylwester (2001), çalışmasında; OECD üyesi 20 ülke ve G-7 ülkelerini ele alarak, Ar-Ge yatırımlarının, ekonomik verilerdeki artışı etkileyip, etkilemediğini araştırmıştır. Araştırmanın bulgularına göre, OECD ülkelerinde, değişkenlerin aralarında anlamlı bir ilişkiye rastlanmamış, ancak; G-7 ülkelerinde gerçekleşen Ar-ge harcamalarından, özellikle endüstriyel harcamalar ile ekonomik büyüklük arasında pozitif bir etkileşim olduğu sonuçlarına ulaşmıştır. Kumar & Pradhan (2002), çalışmalarında; gelişmekte olan ülke statüsündeki 107 ülkenin 1980-1999 yılları arasındaki verilerini ele alarak, DYY' ların büyüme etkilerini ele almışlardır. Bulgular; DYY' larda ki artışların, ekonomik büyümeyi artırdığını göstermektedir.

Levine & Carkovic (2002), gelişmiş ülkeler ve gelişmekte olan ülkelere ait 1960-1995 verilerini kullanarak yaptıkları çalışmalarında; Ekonomik büyüme verileriyle DYY' seviyeleri arasında anlamlı bir ilişkiye rastlamamışlardır. Gökdeniz vd. (2003), çalışmalarında; 1989-2002 yılları arasındaki Türkiye' nin verilerini, EKK Regresyon Analizi kullanarak araştırmışlardır. Elde edilen bulgular; para arzındaki artışın ekonomik büyümeyi artırdığı yönündedir. Berber & Artan (2004), Türkiye de 1987-2003 dönemlerine ait verileri zaman serisi analizlerini kullanarak, enflasyonun ekonomik büyüme üzerindeki etkilerini test etmişlerdir. Çalışmanın sonuçları, Türkiye'de enflasyon oranlarındaki artışların, ekonomik performansı ve büyümeyi azalttığını göstermektedir. Halıcıoğlu & Ghatak (2006), çalışmalarında 1991 ile 2001 seneleri arasındaki 10 yıllık süre zarfında 140 ülkeye ait makroekonomik verileri ele alarak, DYY'ların, ekonomik büyüme üzerindeki etkilerini incelemişlerdir. Sonuçlar; DYY'ların, büyümeyi anlamlı ve pozitif yönde etkilediğini göstermektedir. Değer & Emsen (2006), çalışmalarında, Doğu Avrupa ve Asya kıtasının merkezi ülkelerinin 1990-2002 yılları arasındaki döneme ait verileri, ekonometrik analiz yöntemi olan panel veri yöntemiyle test ederek, DYY'lar ile ekonomik büyüklük arasındaki ilişkileri incelemişlerdir. Çalışmanın sonuçlarına göre; Avrupa ülkelerinde, doğrudan yabancı yatırımların, ekonomik büyümeyi artırmada etkili olduğu, ancak; Asya ülkelerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı görülmektedir. Zhang (2006), çalışmasında, 1992-2004 verilerini ele alarak, Çin devletinde DYY ile büyüme arasındaki etkileşimleri araştırmıştır. Sonuçlar, DYY'ların büyüme üzerinde pozitif etkisinin olduğu yönündedir. Falk (2007), OECD üyesi olan 15 ülkenin 1970-2004 dönemlerini ele aldığı çalışmasında, Ar-Ge harcamalarında meydana gelen artışların, işçi başına ve kişi başına düşen GSYH oranları üzerinde pozitif yönlü ve güçlü etkilerinin olduğu sonuçlarına ulaşmıştır. Ali vd. (2008), Güneydoğu Asya ülkelerini ele aldığı çalışmalarında, para politikalarının ve maliye politikalarının, büyümeyi ne yönde etkilediğini ARDL sınır testi kullanarak ölçmüşlerdir. Analiz sonuçları; para arzının, ekonomik büyümeyi artırdığını göstermektedir. Mohammed

(2009) çalışmasında, Pakistan'ın verileriyle uzun dönemde, VAR analizi ile para arzı'nın ekonomik büyüme üzerindeki etkilerini araştırmıştır. Sonuçlar, değişkenler arasında pozitif yönlü bir korelasyonun varlığını göstermektedir.

Yamak & Tanrıöver (2009), regresyon yöntemini kullandıkları çalışmalarında; 1990-2006 yılları arasındaki Türkiye'de, Faiz Oranlarındaki artışın, ekonomik büyüme seviyelerini düşürdüğü sonuçlarına ulaşmışlardır. Ogunmuyiwa & Ekone (2010) çalışmalarında, Nijerya'yı ele alarak para arzı ile ekonomik büyüklük arasındaki etkileşimi, hata düzeltme ve EKK yöntemi aracılığıyla analiz etmişlerdir. Bulgular, para arzının, ekonomik büyüme üzerindeki etkisinin pozitif yönlü olduğunu göstermektedir. Bittencourt (2010), çalışmasında, 37 yıllık süreçte (1970-2007), Latin Amerika ülkeleri olan, Arjantin, Bolivya, Brezilya ve Peru'ya ait verileri, panel veri aracılığıyla analiz etmiştir. Elde edilen bulgular, enflasyonun ekonomik büyümeyi negatif yönde etkilediğini göstermektedir. Ayaydın (2010) çalışmasında, Türkiye ekonomisinde 1970-2007 arasında, DYY'ların GSMH'yi nasıl etkilediğini, VAR modeli ve Johansen-Juselius Ko-entegrasyon Testi yardımıyla ölçmüştür. Bulgular, DYY'ların, GSMH'yi pozitif etkilediğini göstermektedir. Korkmaz (2010), çalışmasında, Türkiye'de 1990-2008 dönemlerinde Ar-Ge harcamalarının, ekonomik büyümeyi uzun dönemde nasıl etkilediğini Johansen-Juselius eşbütünleşme testini kullanarak analiz etmiştir. Bulgular, uzun dönemde herhangi bir korelasyon olmadığı, ancak; kısa dönemde değişkenlerin birbirlerini etkilediğini göstermektedir. Kanca (2012), 1970-2010 arasındaki dönem için, Türkiye'de işsizlik verilerini kullanarak, ekonomik büyümeyle olan ilişkileri, Granger nedensellik ve Eşbütünleşme modelleriyle incelemiştir. Çalışma sonucunda, Türkiye'de 1970-2010 dönemlerdeki işsizlik oranlarının, ekonomik büyümeyi etkilemediği sonucuna ulaşılmıştır. Güneş (2013), 1988-2009 dönemini ele aldığı çalışmasında; Türkiye ekonomisinde, ekonomik büyümenin, para arzındaki artış ile ilgili olmadığı sonucuna ulaşmıştır. Wang vd. (2013), çalışmalarında, Tayvan ve OECD üyesi 23 ülke için 1991-2006 verileri quantile regresyon yöntemiyle analiz ederek, teknoloji sektöründe harcanan Ar-Ge yatırımlarının, ekonomik büyümeyi hangi düzeyde etkilediğini araştırmışlardır. Sonuçlar; Ar-Ge yatırımlarının, kişi başı reel gelir üzerinde önemli düzeyde ve pozitif yönde etkilediğini göstermektedir. Dasve Loxley (2015), gelişmekte olan 54 ülkeye ait (Latin Amerika, Karayipler, Asya ülkeleri ve Sahra-altı Afrika ülkeleri) 1971-2010 yılları arasındaki verileri kullandıkları çalışmalarında enflasyon oranlarındaki artışın büyüme olan etkilerini araştırmışlardır. Bulgular; enflasyon oranlarındaki belirli bir seviyeye kadar olan artışların, büyümeyi artırdığını göstermektedir. Acet vd. (2020) çalışmalarında, Türkmenistan, Özbekistan, Kazakistan, Kırgızistan ve Tacikistan gibi Orta Asya ülkelerine ait 2001- 2016 yılları arasındaki verileri kullanarak, DYY'lar ile büyüme arasındaki etkileşimleri incelemişlerdir. Çalışmada; panel veri analizi modeli kullanılmış olup, DYY'ların büyümeyi artırdığı sonuçlarına ulaşılmıştır.

4. Veri Seti ve Yöntem

4.1. Veri Seti

Araştırma OECD üyesi ülkelere ait verilerden oluşmakta ve 2002-2021 yılları arasındaki verileri kapsamaktadır. Çalışmada kullanılan veriler iki grup olup, bağımlı değişkenler ve bağımsız değişkenlerdir. Bağımlı değişken olarak kullanılan Gayri Safi Yurt İçi Hasıla (GSYİH), OECD ülkelerine ait ekonomik büyüklüğü göstermektedir. Analizde yer alan bağımsız değişkenler ise; ülkelere ait makroekonomik göstergeleri temsil eden, Sanayi Üretim Endeksi (SUE), İşsizlik Oranı (İŞS), Doğrudan Yabancı Yatırımlar (DYY), Para Arzı (M3), Ar-Ge Harcamaları (ARGE), Kısa Vadeli Faiz Oranı (KVFO) ve Enflasyon Oranı (ENF)'dir.

4.2. Yöntem

İktisadi araştırmalarda sonuca ulaşabilmek için birçok istatistiksel ve ekonometrik yöntemler kullanılmaktadır. Bu yöntemlerde ele alınan değişkenler arasındaki nedensellik ilişkilerini incelemek için; yatay kesit veriler, zaman serileri ve her iki veriyi de içinde barındıran panel veriler olmak üzere üç farklı veri çeşidi ile çalışılmaktadır. Panel veri analizi ise pek çok sayıda yatay ve zaman verilerinin birlikte kullanıldığı çalışmalar olarak isimlendirilir (Greene W. H., 2003; Woolridge, 2009). Günümüzde yapılan istatistiksel çalışmalarda, panel veri analizine artan bir ilgi duyulmaya başlanmıştır. Panel veri yönteminin, çalışmalarda oldukça sık kullanılır hale gelmesinin nedenlerinden biri, panel veri setlerinde yatay ve zaman verilerin birlikte kullanılmasıdır. Uygulamada her iki veri tipinin kullanılması, analizde kullanılan bilgi

sayısında, gözlem sayısında ve serbestlik derecesinde artışı sağlamaktadır. Böylece; istatistiksel analiz için çoklu doğrusal bağlantı sorunları çözüme ulaşmaktadır (Baltagi B. H., 2005; Hsiao, 2006; Sun & Parikh, 2001).

Dengeli panel setler ve dengesiz panel setler olmak üzere iki tür panel veri setleri bulunmaktadır. Veri gruplarında, tek bir yatay birime karşılık, aynı sayıda gözlem mevcutsa; bu veri setleri dengeli panel veri setleri olarak isimlendirilir. Ancak, her bir yatay birim için aynı sayıda gözlem bulunmuyorsa, yani; zaman serilerinde bazı veriler eksikse, bu veri setlerine de dengesiz panel veri setleri denir (Johnston & Dinardo, 1997; Matyas & Sevestre, 2008).

Bu çalışmada analizi yapılan veri setinin, zaman verilerini ve yatay kesit verilerinin her ikisini de içerdiğinden ve gözlem sayılarında herhangi bir eksiklik bulunmadığından dengeli panel veri analizi kullanılmıştır. Uygulamada kullanılan panel regresyon modelinin basit formülü aşağıda gösterilmiştir (Greene, 2002).

$$y_{it} = \alpha_i + \beta_1 X_{1it} + \varepsilon_{it} \quad i=1,2,\dots,N \quad t=1,2,\dots,T$$

Gösterilen modelde; X_{1it} bağımsız değişkenleri, y_{it} bağımlı değişkenleri, ε_{it} hata terimini, alt simge i ; yatay kesitlere ait boyutu, alt simge (t) ; zaman serilere ait boyutu ve α_i sabit kesişme katsayı oranını ifade etmektedir.

Panel veri modellerinin tahmin edilmesinde iki ayrı yaklaşımdan yararlanılmaktadır. Bunlar, Sabit Etkiler Model (FEM) ve Rassal Etkiler Modeli (REM)' dir. Analizde bu modellerden hangisinin kullanılacağını belirlemek için Hausman testi yapılmaktadır. Panel veri yönteminin kullanıldığı çalışmalarda Sabit Etkiler Modeli (FEM) daha fazla tercih edilmektedir. Arzu edilen istatistiksel özellikleri barındırması, FEM modelinin sıklıkla tercih edilmesinde etkilidir. Ancak; rassal etkiler modeli kullanılarak daha anlamlı sonuçlara ulaşılması durumlarında rassal etkiler modelinin tercih edilmesi gerekmektedir. Literatürde FEM ve REM modellerinden hangisinin kullanılacağı yapılacak olan Hausman test istatistiği sonucu belirlenmektedir (Baltagi B. , 2013). Hausman test istatistiğinin hipotezleri şu şekildedir:

H_0 : $E(\alpha_i | x_i) = 0$ (α_i) ile açıklayıcı değişkenler arasında korelasyon yok. Rassal Etkiler Modeli seçilir.

H_1 : $E(\alpha_i | x_i) \neq 0$ (α_i) ile açıklayıcı değişkenler arasında korelasyon var. Sabit Etkiler Modeli seçilir.

Yapılan testin sonucunda; sıfır hipotezinin (H_0) reddedilmesi durumunda sabit etkiler modeli, kabul edilmesi durumunda ise rassal etkiler modelinin tercih edilmesi gerekmektedir.

4.3. Araştırmanın Modeli

Ekonometrik analizde, OECD ülkelerine ait makroekonomik değişkenler ile büyüme arasındaki istatistiksel ilişkileri açıklayabilmek için kurulan regresyon modeli aşağıdaki gibidir:

$$GSYİH_{it} = \alpha_{it} + \beta_1 SUE + \beta_2 İŞS + \beta_3 DYY + \beta_4 M3 + \beta_5 ARGE + \beta_6 KVFO + \beta_7 ENF + \mu_{it} + \varepsilon_{it}$$

Regresyon modelinde bağımlı değişken olarak ülkelere ait ekonomik büyüme verisi olan (GSYİH) kullanılmıştır. GSYİH verileri OECD.org web sitesinden alınmış olup, logaritmik değeri hesaplanarak analize dahil edilmiştir.

Regresyon modelinde, analize konu olan ülkelere ait makroekonomik istikrarı temsil eden bağımsız değişkenler birisi, Sanayi Üretim Endeksi (SUE) dir. SUE verileri, OECD.org web sitesinden elde edilmiştir.

Modelde kullanılan bağımsız değişkenlerden biri İşsizlik Oranı (İŞS)'dir. İŞS verileri, OECD.org web sitesinden elde edilmiş olup işgücünün % si olarak ekonometrik analize dahil edilmiştir.

Modelde kullanılan bağımsız değişkenlerden biri Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları (DYY)'dir. Bu veriler, Dünya Bankası (data.worldbank.org) web sitesinden alınmış olup, GSYİH'nın % si olarak hesaplamalara dahil edilmiştir.

Modelde incelenen bağımsız değişkenlerden biri Para Arzı(M3) dir. M3 verileri, OECD.org web sitesinden elde edilmiş olup hesaplamalara dahil edilmiştir.

Modelde kullanılan bağımsız değişkenlerden biri Ar-Ge Harcamaları (ARGE) dir. ARGE verileri, OECD.org web sitesinden elde edilmiş olup GSYİH'nın % si olarak hesaplamalara eklenmiştir.

Modelde kullanılan bağımsız değişkenlerden biri; Kısa Vadeli Faiz Oranları (KVFO)'dir. KVFO verileri OECD.org web sitesinden alınmış olup senelik % değeri hesaplamalara eklenmiştir.

Modelde ele alınan bağımsız değişkenlerden bir diğeri ise, Enflasyon Oranları (ENF)'dir. ENF verileri, OECD.org web sitesinden elde edilmiş olup, hesaplamalarda yıllık büyüme oranı % değeri kullanılmıştır.

5. Ampirik Bulgular

Oluşturulan modelin çalıştırılmasıyla elde edilen bulgular sırasıyla; tanımlayıcı istatistikler, değişkenler arasındaki korelasyon etkileşimlerinin yorumlanması ve regresyon analizi bulguları olmak üzere aşağıdaki başlıklar altında değerlendirilmiştir.

5.1. Tanımlayıcı İstatistikler

İncelenen bağımlı ve açıklayıcı değişkenlere ait betimleyici istatistik değeri aşağıdaki tabloda gösterilmektedir.

Tablo 1. Bağımlı ve Bağımsız Değişkenlere Ait Tanımlayıcı İstatistikler

Değişkenler	Gözlem Sayısı	Ortalama	Standart Sapma	Minimum Değer	Maximum Değer
GSYİH	720	5,59	0,67	3,67	7,33
SUE	720	94,89	18,58	29,4	140,2
İŞS	720	7,53	4,05	1,07	27,49
DYY	720	5,01	10,52	-58,32	86,58
M3	720	73,78	29,4	4,6	160
ARGE	720	1,79	1,005	0,29	4,95
KVFO	720	2,86	3,23	-3	25
ENF	720	2,60	3,63	-4,5	54,9

Yukarıdaki tabloda özeti verilen istatistik sonuç verilerine bakıldığında, standart sapması en yüksek olan değişkenin, modelde açıklayıcı değişken olarak incelenen Para Arzı (M3), standart sapması en düşük olan değişkenin ise modelde, bağımlı değişken olarak incelenen Gayri Safı Yurt İçi Hasıla (GSYİH) olduğu görülmektedir. Ortalamasının en yüksek olduğu değişken Sanayi Üretim Endeksi (SUE), ortalaması en düşük olan değişken ise Ar-Ge Harcamaları (ARGE) olduğu sonuçlarına ulaşılmıştır.

5.2. Değişkenler Arasındaki İlişkilerin Yorumlanması

Kurulan regresyon modelindeki bağımlı değişken olan GSYİH'ı açıklayan, bağımsız değişkenler arasındaki ilişkileri inceleyen korelasyon matrisi Tablo 2' deki gibidir.

Tablo 2. Korelasyon Tablosu

	GSYİH	SUE	İŞS	DYY	M3	ARGE	KVFO	ENF
GSYİH	1.000							
SUE	0.2847	1.000						
İŞS	-0.0878	-0.1616	1.000					
DYY	-0.1539	-0.0995	-0.0325	1.000				
M3	0.1781	0.4430	-0.0397	-0.1059	1.000			
ARGE	0.2159	0.1052	-0.3544	-0.0788	0.1857	1.000		
KVFO	-0.2114	-0.4626	-0.0805	0.0428	-0.6290	-0.2757	1.000	
ENF	-0.0870	-0.2891	-0.0156	-0.0083	-0.2812	-0.2662	0.6293	1.000

Tablo 2 deki sonuçlara göre, bağımlı değişken olarak analize dahil edilen Gayri Safı Yurt İçi Hasıla (GSYİH) ile bağımsız değişkenlerden, Sanayi Üretim Endeksi (SUE) ile arasında pozitif (0,2847), İşsizlik Oranı (İŞS) ile negatif (-0,0878), Doğrudan Yabancı Yatırımlar (DYY) ile negatif (-0,1539), Para Arzı (M3) ile pozitif (0,1781), Ar-Ge Harcamaları (ARGE) ile pozitif (0.2159), Kısa Vadeli Faiz Oranları (KVFO) ile negatif (-0.2114) ve Enflasyon Oranı (ENF) ile aralarında ise yine negatif (-0.0870) yönlü bir korelasyonun varlığı görülmektedir.

5.3. Model Uygulamasına Ait Regresyon Sonuçları

OECD ülkelerinde, makroekonomik istikrarın ekonomik büyüme üzerindeki olumlu ve olumsuz etkilerini ölçmek için yapılan ekonometrik analize ait bulgular, aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 3. Panel Veri Analizi Bulguları

Modeldeki bağımlı değişken GSYİH' dir.	MODEL Rassal Etkiler Modeli (REM)
GSYİH	5.2744*** (0,000)
SUE	0.0011*** (0,000)
IŞS	-0.0029** (0,044)
DYY	-0.0005 (0,121)
M3	0.0030*** (0,000)
ARGE	0.0119 (0,356)
KVFO	-0.0049** (0,018)
ENF	-0.0004 (0,744)
Grup Sayısı	36
Gözlem Sayısı	720
Wald χ^2 (Prob)	1291.69
F Testi	184.17
F Testi (Prob) Olasılık	0.0000
Hausman Testi (Prob) Olasılık	0.5087

***, ** ve * sırasıyla %1, %5 ve %10 düzeyinde istatistiksel anlamlılığı göstermektedir. Parantez aralığında belirtilen değerler ise p- anlamlılık değerlerini ifade etmektedir.

Panel veri testinde, zaman seri verileri ve değişken kümeleri arasında, anlamlı istatistiksel bir sonuca ulaşabilmek için yapılan Hausman testinin bulgularına göre H_1 hipotezi reddedilmiş, H_0 hipotezi kabul edilmiştir. Bu sonuca göre, analizde Rassal Etkiler Modeli (REM) uygulanmıştır.

Ekonometrik modelin çalışmasıyla, bağımlı değişken olan GSYİH'yi açıklayan model için aşağıdaki denklem elde edilmiştir.

$$GSYİH_{it} = 5.2744 + 0.0011SUE - 0.0029IŞS - 0.0005 DYY + 0.0030M3 + 0.0119ARGE - 0.0049KVFO - 0.0004ENF$$

Çalışmada, veri seti olarak ele alınan OECD ülkelerine ait makroekonomik göstergelerden, Sanayi Üretim Endeksi (SUE) ile Ekonomik Büyüklük verisi (GSYİH) arasında, istatistiksel olarak %1 seviyede anlamlı ve pozitif yönlü, Para Arzı (M3) ile (GSYİH) arasında, %1 seviyede pozitif yönlü, İşsizlik Oranı (IŞS) ile (GSYİH) arasında %5 seviyede negatif yönlü ve Kısa Vadeli Faiz Oranları (KVFO) ile (GSYİH) arasında ise, yine, %5 seviyede negatif yönlü bir korelasyon olduğu sonuçlarına ulaşılmıştır.

Analizde incelenen bağımsız değişkenlerden OECD ülkelerine ait, Doğrudan Yabancı Yatırımlar (DYY), Ar-Ge Harcamaları (ARGE) ve Enflasyon Oranları (ENF) ile GSYİH değişkeni ile aralarında ise anlamlı bir ilişkinin varlığına rastlanılmamıştır.

6. Sonuç ve Değerlendirme

Ülkeler açısından, büyüme kavramı; ekonomi literatürünün en önemli konuları arasındadır. Bir ülkede, gayrisafı milli hasılda ki artış ve kişi başı milli gelirdeki yükseliş olarak nitelendirilebilen ekonomik büyüme ile makroekonomik istikrar arasında yakın bir ilişki bulunmaktadır. Basit bir ifadeyle, ekonomideki devresel döngülerin çok kırılğan olmaması olarak tanımlanır. Makroekonomik istikrarın sürdürülebilmesi, fiyat istikrarını sağlayacak olan para politikalarına, sıkı maliye politikaları olarak ifade edilen mali disipline, istikrarlı sürdürülebilen kur rejimine ve yenilikçi yapısal reformlara bağlıdır. Düşük enflasyon oranları,

düşük faiz oranları, düşük işsizlik oranları, ar-ge yatırımları, yüksek istihdam ve yüksek üretim oranları, makroekonomik istikrarın temel unsurları olarak sayılabilir.

Ülke ekonomileri açısından iç ve dış dengeyi sağlayan temel makroekonomik faktörlerdeki istikrarın sağlanabilmesi, ülkeler tarafından planlanan yüksek oranlı büyüme hızlarının yakalanabilmesi için gerekli zemini hazırlamakta ve ulaşılan büyüme hızlarının uzun dönemli ve sürdürülebilir olmasına imkan tanımaktadır. Makroekonomik istikrarın sağlanamadığı ekonomilerde ise, büyüme oranları daha düşük seviyelerde seyretmektedir.

Literatürde, makroekonomik istikrarın, ekonomik büyüme üzerindeki etkilerini konu alan çalışmalarda, genellikle; makroekonomik göstergelerin ayrı ayrı ele alınarak incelendiği görülmüştür. Ancak bu çalışmada, seçili ülkelere ait makroekonomik istikrarı gösteren bağımsız değişkenler olan; sanayi üretim endeksi, işsizlik oranı, ar-ge harcamaları, doğrudan yabancı yatırımlar, faiz oranları, para arzı ve enflasyon oranlarının, bir bütün olarak ekonomik büyüme üzerindeki etkileri araştırılmıştır. Araştırmada, seçilen ülkelere ait 2002-2021 yılları arasındaki finansal veriler OECD web sitesinden elde edilmiş olup, panel veri analizi yöntemiyle incelenmiştir.

Uygulanan ekonometrik analiz ile OECD ülkelerinde, makroekonomik göstergelerden olan sanayi üretim endeksi ve para arzı ile ekonomik büyüme arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif bir ilişki olduğuna, işsizlik oranı ve faiz oranları ile ekonomik büyüme arasında ise, negatif yönlü bir korelasyonun varlığına ulaşılmıştır. Yani; para arzı ve üretimdeki artışların, büyümeyi hızlandırdığı, işsizlik ve faiz oranlarındaki artışın ise, ekonomik büyümeyi daralttığı görülmektedir. Elde edilen bu bulgular, literatürdeki çalışmalarla kıyaslandığında, Tirelli & Muscatelli (2001), Gökdeniz vd. (2003), Ali vd. (2008), Mohammed (2009), Yamak & Tanrıöver (2009), Ogunmuyiva & Ekone (2010), ulaşılan sonuçları destekler niteliktedir. Ancak; Gümüş (2013) ve Kanca (2012) çalışmalarıyla benzer sonuçlara ulaşamamıştır.

Sanayi üretim endeksi ve para arzındaki artışın, ekonomik büyümeyi artırması teorik olarak şu şekilde açıklanabilir. Para arzındaki artış, toplam talebi artırarak, ekonominin tam kapasite çalışmasını teşvik etmekte, faiz oranlarını düşürerek, kredi erişimini artırmakta ve buna paralel olarak tüketici harcamalarını yükseltmektedir. Sanayi üretimindeki artış ise; yatırımların artmasına, dış ticaret dengesini artırarak, ihracatın yükselmesine ve iş gücüne olan talebi artırarak, istihdamın artmasına zemin hazırlamaktadır. Tüm bu sayılan faktörler ise, ekonominin büyümesini teşvik etmektedir.

İşsizlik ve faiz oranlarındaki artışın, ekonomik büyümeyi olumsuz etkilemesi ise teorik olarak şu şekilde açıklanabilmektedir. İşsizlik oranlarındaki artış, tüketim harcamalarını azaltarak, toplam talebin düşmesine, istihdamın azalmasına, işverenlerin yeni çalışanları işe almada tereddüt etmelerine ve dolayısıyla üretkenliğin azalmasına neden olmaktadır. Faiz oranlarındaki yükseliş ise, işletmelerin borçlanma maliyetlerini yükselteceğinden, yeni yatırım kararlarının azalmasına veya ertelenmesine, iç ve dış talebin azalmasına, işletmelerin üretim kapasitelerinin düşmesine ve ihracat oranlarının azalmasına sebebiyet vermektedir. Tüm bu sayılan faktörler ise, ekonomik aktiviteleri sınırlayıcı veya baskı altına alıcı etkilere sahip olduğu için ekonomik büyümeyi olumsuz etkilemektedir.

Çalışmada ulaşılan sonuçlar dikkate alındığında; ekonomik büyümenin sadece, finansal istikrara ve büyüme teorilerine bağlı olmadığı, ekonomik büyüme üzerinde, makroekonomik istikrarı sağlayan faktörlerin de önemli bir itici güç sağladığı söylenebilir. Konu ile ilgili, gelecekte yapılacak olan çalışmalara; ekonometrik yöntemlerin yerine yapay zeka modelleri gibi farklı metodolojilerin kullanılması, kriz dönemleri, durgunluk dönemleri ve yüksek büyüme dönemleri gibi farklı ekonomik dönemlerin ve koşulların incelenmesi, sektörel veya bölgesel verilerin dikkate alınması ve makroekonomik istikrarın sağlanmasına olanak tanıyan, para politikaları, maliye politikaları veya finansal düzenlemelerin de analize tabi tutulması önerilebilir.

7. Extended Abstract

In today's, factors influencing the growth of country economies and ensuring financial stability are among the most debated topics in economic literature. Many macroeconomic indicators are utilized to measure the size of country economies. However, at the forefront of these macroeconomic indicators is Gross Domestic Product (GDP). Gross Domestic Product (GDP) is defined as the total value of goods and services produced by a country within a specific time period. In studies in the literature discussing

sustainable and long-term economic growth, an increase in the GDP rates of countries is taken into account.

In this context, the study examines the effects of macroeconomic stability on economic growth in OECD countries. In the study, financial data of 36 member countries, which are OECD member countries and whose data can be accessed, during the 20-year period between 2002 and 2021, were discussed. These countries are, respectively, America, Germany, Austria, Belgium, Denmark, France, Netherlands, Ireland, England, Spain, Sweden, Switzerland, Italy, Iceland, Luxembourg, Norway, Portugal, Turkey, Greece, Japan, Finland, Australia, New Zealand, Mexico, Czech Republic, Hungary, Poland, South Korea, Slovenia, Chile, Estonia, Slovakia, Israel, Latvia, Lithuania and Canada. During the relevant periods, financial data of 36 member countries were examined using the Panel Data Analysis method, an econometric method. Panel data analysis was tested using STATA 14 software program. In the study, Gross Domestic Product (GDP), Inflation (CPI) Data, Unemployment Data, Industrial Production Index Data, Foreign Direct Investments, Money Supply (M3) Data, R&D Expenditures Data and Interest Rates Data of 36 countries were used. Literature was used to select the model created for panel data analysis and the variables used in the model. In the regression model created to explain the statistical relationship between macroeconomic variables and economic growth of OECD countries, the GDP variable, which is an indicator of the economic size of the countries, was used as the dependent variable. GDP data was taken from the OECD.org website and its logarithmic value was calculated and included in the analysis. In the created regression model, one of the independent variables representing macroeconomic stability of the countries under analysis is the Industrial Production Index. Industrial Production Index data were obtained from the OECD.org website. One of the independent variables used in the model is the Unemployment Rate (İŞS). Unemployment data was obtained from the OECD.org website and included in the econometric analysis as a percentage of the workforce. One of the independent variables used in the model is Foreign Direct Investments (DYY). Foreign Direct Investment (FDI) data were obtained from the World Bank website (data.worldbank.org) and included in the calculations as a percentage of GDP. One of the independent variables examined in the model is Money Supply (M3). M3 data were obtained from the OECD.org website and included in the calculations. One of the independent variables used in the model is Research and Development Expenditures (ARGE). Research and Development Expenditures (RDE) data were obtained from the OECD.org website and included in the calculations as a percentage of GDP. One of the independent variables included in the model is Short-Term Interest Rates (KVFO). Short-Term Interest Rates (STIR) data were obtained from the OECD.org website and included in the calculations as an annual percentage value. Another independent variable considered in the model is Inflation Rates (ENF). Inflation data was obtained from the OECD.org website and used in the calculations as the annual growth rate percentage value.

In panel data analysis, the Hausman test is used to reach a statistical result between time series data and variable sets. Based on the results of the Hausman test, it was observed that using the Random Effects Model (REM) would lead to more accurate results, and therefore, the Random Effects Model (REM) was applied in the regression analysis. Through the study of the econometric model, the following results were obtained for the model explaining the dependent variable, GDP.

With the applied econometric analysis, it was seen that there was a statistically significant and positive relationship between the industrial production index and money supply, which are macroeconomic indicators, and economic growth in OECD countries. However, a negative relationship has been identified between the unemployment rate and interest rates, and economic growth. There was no significant relationship between Foreign Direct Investments (FDI), R&D Expenditures (R&D) and Inflation Rates (INF) and Economic Growth (GDP), which are among the independent variables examined in the analysis.

According to the findings; When the effects of macroeconomic stability on economic growth are compared with the results in the literature, it is seen that they support the results obtained in the literature. In other words, increases in money supply and production accelerate growth, while increases in unemployment and interest rates narrow economic growth.

Keywords: Macroeconomic Stability, OECD Countries, Panel Data Analysis.

Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı / Contribution of Authors

Yazarların alışmadaki katkı oranları Hüseyin Enes ERKOAK %50/ İbrahim Erem şAHİN %50 şeklindedir.
The authors' contribution rates in the study are Hüseyin Enes ERKOAK %50/ İbrahim Erem şAHİN %50 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 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.

Kaynakça

- Acet, H., & Ashurov, E. &. (2020). Doğrudan Yabancı Yatırımlar ve Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişki: Orta Aysa Ülkeleri Örneği. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 43, 391-402.
- Ali, S., Irum, S., & Ali, A. (2008). Is Effective For Economic Growth In Case Of South Asian Countrie The Pakistan Development Review. *Whether Fiscal Stance or Monetary Policy*, 791-799.
- Ayaydın, H. (2010). Doğrudan Yabancı Yatırımlar ile Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Türkiye Örneği. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 26, 1-13.
- Baltagi, B. (2013). *Econometric Analysis of Panel Data (5 edition)*. Chichester: West Sussex: Wiley.
- Baltagi, B. H. (2005). *Panel Data: Theory and Applications*. Heidelberg: Physica-Verlag 2nd ed.
- Berber, M., & Artan, S. (2004). Enflasyon ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Türkiye Örneği. *Turkish Economic Association Discussion Paper*, 21, 1-14.
- Bittencourt, M. (2010). Inflation and Economic Growth in Latin America: Some Panel Time-Series Evidence. *University of Pretoria Department of Economics, Working Paper Series*, 11, 11-20.
- Black, D., Dowd, M., & Keith, K. (2001). The Inflation/Growth Relationship: Evidence From State Panel Data. *Applied Economic Letters*, 8, 771-774.
- Carkovic, M., & Levine, R. (2002). *Does Foreign Direct Investment Accelerate Economic Growth?* Working Paper (University of Minnesota Department of Finance, available at: www.ssrn.com/abstract=314924).
- Das, A., & Loxley, J. (2015). Non-linear Relationship Between Inflation and Growth in Developing Countries. *Economic & Political Weekly*, 1(37), 59-64.
- Değer, M., & Emsen, Ö. (2002). Geçiş Ekonomilerinde Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları ve Ekonomik Büyüme İlişkileri: Panel Veri Analizleri (1990-2002). *Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7(2), 121-137.
- Falk, M. (2007). R&D Spending in The High-Tech Sector and Economic Growth. *Research in Economics*, 61, 140-147.
- Fischer, S. (1993). The Role of Macroeconomic Factors in Growth. *Journal of Monetary Economics* 32(3), 487-488.
- Freire-Serén, M. (1999). *Aggregate R&D Expenditure and Endogenous Economic Growth*. UFAE and IAE Working Papers, No:WP 436.99.
- Gahatak, A., & Halıcıoğlu, F. (2006). *Foreign Direct Investment and Economic Growth: Some Evidence from Across The World*. MPRA Paper, No: 3565.
- Goel, R., & Ram, R. (1994). Research and Development Expenditures and Economic Growth: A Cross-Country Study. *Economic Development and Cultural Change*, 42(2).
- Gökdeniz, İ., Erdoğan, M., & Kalyoncu, K. (2003). Finansal Piyasaların Ekonomik Büyüme Etkisi ve Türkiye Örneği. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1, 107-117.
- Greene. (2002). *Econometric analysis*. New York: Prentice Hall.
- Greene, W. H. (2003). *Econometric Analysis, 5th Edition*. New Jersey: Prentice Hall.
- Griliches, Z. (1998). Introduction to "R&D and Productivity: The Econometric Evidence. *NBER Chapters, in: R&D and Productivity, The Econometric Evidence, 1-14*. National Bureau of Economic Research, Inc.
- Güneş, S. (2013). Finansal Gelişmişlik ve Büyüme Arasındaki Nedensellik Testi Türkiye Örneği. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 14(1), 73-85.
- Hsiao, C. (2006). *Analysis of Panel Data. Cambridge University Press Second Edition*.
- Jonhston, J., & Dinardo, J. (1997). *Econometric Methods*. New York: McGraw-Hill.
- Kaldor, N. (1968). Productivity and Growth in Manufacturing Industry: a reply. *Economica* 35, 385-386.
- Kanca, O. (2012). Türkiye'de İşsizlik ve İktisadi Büyüme Arasındaki Nedenselliğin Ampirik Bir Analizi. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21(2), 1-18.
- Korkmaz, S. (2010). Türkiye'de Ar-Ge Yatırımları ve Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişkinin VAR Modeli İle Analizi. *Journal of Yasar University*, 20(5), 3320-3330.
- Kumar, N., & Pradhan, J. (2002). *Foreign Direct Investment, Externalities and Economic Growth in Developing Countries*. RIS Discussion Papers 1.

- Lichtenberg, F. R. (1993). *R&D Investment and International Productivity Differences*. NBER Working Paper Series, 4161.
- Matyas, L., & Sevestre, P. (2008). *The Econometrics of Panel Data, Fundamentals and Recent Developments in Theory and Practice, 3rd Ed.* Verlag Berlin: Heidelberg: Springer.
- Moosa, I. A. (2002). *Foreign Direct Investment Theory, Evidence and Practise*. Antony Rowe Ltd. Chippenham, Wiltshire.
- Muscattelli, V., & Tirelli, P. (2001). Unemployment and Growth: Some Empirical Evidence From Structural Time Series Models. *Journal of Applied Econometrics*, 33, 1083-1088.
- Ocampo, J. (2005). A Broad View of Macroeconomic Stability. *DESA Working Paper 1*. 02 05, 2021 tarihinde http://www.un.org/esa/desa/papers/2005/wp1_2005.pdf adresinden alındı
OECD.org, <https://www.oecd.org/> [Accessed: 17.01.2023].
- Ogunmuyiwa, M., & Ekone, A. (2010). Money Supply-Economic Growth Nexus in Nigeria. *Journal of Social Sciences*, 22(3), 199-204.
- Schinasi, G. J. (2004). *Defining financial stability*. IMF Working Paper 4/187.
- Seyidoğlu, H. (1999). *Ekonomik Terimler*. İstanbul: Güzem Can Yayınları.
- Sun, H., & Parikh, A. (2001). Inward Foreign Direct Investment (FDI) and Regional Economic Growth in China Regional Studies. *Exports* 35(3), 187-196.
- Sylwester, K. (2001). R&D and Economic Growth, Knowledge. *Technology & Policy*, 13(4), 71-84.
- TC Dışişleri Bakanlığı. (2019). https://www.mfa.gov.tr/iktisadi-isbirligi_ve-gelisme-teskilati_oecd_tr.mfa adresinden alındı
- Wang, D., Tiffany, H., KuangYu-H, & Quan, L. (2013). Heterogeneous Effect of High-Tech Industrial R&D Spending on Economic Growth. *Journal of Business Research*, 66 (10), 1990-1993.
- Wooldridge, J. M. (2009). *Introductory Econometrics A Modern Approach*. USA: South Western Cengage Learning.
[worldbank](https://databank.worldbank.org/home.aspx), <https://databank.worldbank.org/home.aspx> [Accessed: 16.01.2023].
- Yamak, N., & Tanrıöver, B. (2009). Faiz Oranı, Getiri Farkı ve Ekonomik Büyüme, Türkiye Örneği (1990-2006). *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 24(1), 43-58.
- Zhang, K. (2006). *Foreign Direct Investment and Economic Growth in China: A Panel Data Study for 1992-2004*.

Analysing Corporate Identity in Office Design With a Case Study Model

Mehmet NORASLI* 

Hatice ÇINAR** 

ABSTRACT

Considering the historical process, many commercial enterprises today use the concept of corporate identity to raise awareness. The concept articulates the expression of the armies' identity during the hot war period with pictogram-based and symbolic elements. Corporate identity is now one of the most crucial aspects of reputation management for many businesses, owing to the intensifying competition in the global commercial market. Beyond graphic design, which contains business cards, logos, ads, etc., corporate design now includes the interior design of buildings, which highlights implementing interior design in office spaces by creating a context with corporate identity.

Analysing office interior design with corporate identity is the study's goal. The methodology involved the results of student-made interior architecture projects with an office theme from Selçuk University's Faculty of Architecture and Design, Department of Interior Architecture's Project-III course to look at interior architecture projects. The context of the design phases and outputs in process with the corporate identity was established using a case study model. The findings indicate that office interior designs are more qualified when incorporating visual components that accentuate the institution's brand and image value. It is therefore advised that corporate identity be integrated into the office interior design process.

Keywords: Case Study Model, Interior Design, Corporate Identity, Office Spaces.

Ofis Tasarımında Kurumsal Kimliğin Durum Çalışması Modeli ile Analiz Edilmesi

ÖZ

Tarihsel sürece bakıldığında, sıcak savaş dönemindeki orduların piktograma dayalı ve simgesel öğelerle benliğinin dış vurumunu ifade eden kurumsal kimlik kavramı, günümüzde birçok ticari işletme tarafından farkındalık oluşturmak amacıyla kullanılmaktadır. Dünya genelinde ticari piyasadaki rekabetin atması sebebiyle kurumsal kimlik, birçok işletme için itibar yönetiminin en önemli parçalarından birisi haline gelmiştir. Kurumsal tasarım, sadece reklam, logo, kart vizit vb. grafiksel tasarım anlayışının ötesine geçerek kurumların faaliyet gösterdikleri mekânların tasarımına kadar ulaşmıştır. Bu durum, ofis mekânlarında kurumsal kimlik ile bağlam kurarak iç mekân tasarımının gerçekleştirilmesi gereğini ortaya koymaktadır.

Yapılan çalışmada, ofislerdeki iç mekân tasarımının kurumsal kimlik bağlamında incelenmesi amaçlanmaktadır. Çalışmanın yönteminde, iç mimari projelerin kurumsal kimlik bağlamında incelenmesi için Selçuk Üniversitesi, Mimarlık ve Tasarım Fakültesi, İç Mimarlık Bölümü Proje- III dersi kapsamında öğrenciler tarafından yapılan, ofis konulu iç mimari projelerin çıktıları ele alınmıştır. Proje sürecindeki tasarım aşamaları ve tasarım çıktılarının kurumsal kimlik ile bağlamını kurmak için durum çalışması modeli kullanılmıştır. Yapılan çalışmanın sonucunda, ofislerin iç mekân tasarımında kurumun marka ve imaj değerini ön plana çıkaracak görsel öğelerin kullanımının, tasarımları daha nitelikli hale getirdiği görülmektedir. Ofislerin iç mekân tasarımında kurumsal kimliğin esas alınarak tasarım süreciyle bütünleştirilmesi önerilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Durum Çalışması Modeli, İç Mekân Tasarımı, Kurumsal Kimlik, Ofis Mekânları.

1. Introduction

For expressing the distinctive qualities of institutions, corporate identity is the most crucial tool. Institutions can express their individuality and consider how they want to be remembered while still adhering to the corporate identity theme. In this situation, institutions can preserve their corporate identity by taking steps to raise awareness and set themselves apart from competitors. One of the most crucial components of reputation management for organizations today is corporate identity,

* **Corresponding Author/Sorumlu Yazar**, Asst. Prof, Selçuk University, Konya, Türkiye, mehmetnorasli@selcuk.edu.tr

** Asst. Prof, Selçuk University, Konya, Türkiye, haticecinar@selcuk.edu.tr

Makale Gönderim ve Kabul Tarihleri/Article Submission and Acceptance Dates: 28.04.2024-20.07.2024

Citation/Atf: Norasli, M., Çınar, H. (2024). Analysing corporate identity in office design with a case study model. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 54, 357-370. <https://doi.org/10.52642/susbed.1475035>



which originated with the symbols used on machinery and vehicles during the hot war eras to manage perception. As a result of globalization, corporate identity has become more widely accepted in the industry and is being utilized as a powerful tool for institutions to communicate with their constituents (Balta Petekoğlu, 2022, s. 269).

Saying that corporate identity is a concept that is only studied in relation to communication, promotion, or visual elements would be a reductionist approach. To ensure that the intended audiences notice and remember the components that will propel the institution ahead in the future, they must be viewed as a whole. Within this framework, corporate identity ought to be viewed in tandem with corporate behaviour, communication, philosophy, and design components. Corporate design, on the other hand, plays a crucial role in the creation and evolution of an institution's identity because it gives institutions a distinct advantage and guarantees their success in inter-institutional competition. One of the most crucial aspects of corporate design is interior design. An original concept study makes interior design possible within the parameters of corporate identity (Yazıcıoğlu & Meral, 2011, s. 113).

These days, offices are one of the most significant spaces where companies actively use corporate identity and corporate design to set themselves apart in the competitive environment. All types of businesses and industries are experiencing an increase in the themes of unity, connection, communication, sharing of information, speed to market, and quick decision-making. The modern office needs to facilitate all of these corporate objectives while fostering a welcoming and pleasurable atmosphere that consistently prioritizes productivity. In this regard, office interior design should be unique, promote a feeling of belonging, and be dynamic to establish a context that aligns with the corporate identity. Specializing in information-based work, offices house an extensive number of documents, accounts, and visual materials that are gathered, saved, shared, and distributed. As a result, office spaces are where the company's active transactions take place. It is crucial to design offices in this context in a way that highlights the institution's brand and image values (Noraslı, Kurumsal imaj bağlamında Konya Meram'da bulunan tasarım ofislerinin analizi, 2016, s. 59).

Numerous techniques are employed in interior design to assess whether project outputs meet the required quality standards. These can come from design-based techniques, or they can be taken from other disciplines and modified for use in the interior architecture design process (Evcil, 2014, s. 112). The current research employed the case study model as a methodology to scrutinize the interior architecture projects under discussion and their design process in relation to corporate identity. A social science-based research technique, case studies have been employed by numerous academic fields throughout history to examine various scientific fields. A case study is a type of research methodology that can be applied when there is a clear boundary between a phenomenon and its context or when the phenomenon is related to its own context. It utilizes a methodological approach in which data is gathered via various systems and then thoroughly analysed to show how a phenomenon operates. A case study also allows the researcher to thoroughly investigate a phenomenon over time to gather data methodically and ascertain what is occurring in the real world. This way, it can provide light on the causes of the findings and suggest improvements for subsequent research (Salminen, Harra, & Lautamo, 2006, s. 4). In this context, the project processes in the research were conducted through a case study.

Analysing office interior design in light of corporate identity is the study's goal. The study's methodology involved discussing the results of student-made interior architecture projects with an office theme from Selçuk University's Faculty of Architecture and Design, Department of Interior Architecture's Project-III course to look at interior architecture projects in relation to corporate identity. The context of the design phases and design outputs in the project process with the corporate identity was established using a case study model. According to the study's findings, office interior designs are more qualified when they incorporate visual components that accentuate the institution's brand and image value. It is advised that corporate identity be integrated into the office interior design process.

1.1. Corporate Identity in Office Spaces

Corporate identity evolved to demonstrate its might and to tell the enemy army who it is. The symbols employed by the armies during the kingdom eras to be recognized by their allies and to visually

communicate with the enemy highlighted their sense of identity and belonging. Countries have used military uniforms that represent their cultural and social values to send their armies into battle over time, creating a visual perceptual effect. As a result, institutional differences started to be seen. The idea of corporate identity has previously been used to describe buses, passenger wagons, ships, and airplanes (Balta Petekoğlu, 2022, s. 113)

Names, logos, and business cards of commercial companies have enhanced corporate identity through sophisticated graphic designs that are part of the graphic field. This trend can be attributed to factors like population growth, technological advancements, globalization, trade network expansion, and competition. The idea of corporate identity is now widely applied in the interior spaces of all commercial, public, and social institutions, transcending the simple representation of graphical images. Studies of corporate identities in interior environments define the goals and objectives of organizations with distinct boundaries, which leads to qualified developments (Norash, Kurumsal imaj bağlamında Konya Meram'da bulunan tasarım ofislerinin analizi, 2016, s. 52).

Institutions have identities that set them apart from one another with their own features, just as individuals. One of the most crucial instruments for facilitating communication with society is corporate identity (Uzoğlu, 2001, s. 338). Within this context, corporate identity refers to the visual and intellectual representation of an institution, business, organization, etc. based on the work that it produces. Corporate identity is the sum of an organization's positions and actions, both within and outside of it. Over time, a positive perception of a company is created in the minds of society by a strong corporate identity (Göktepe, 2013, s. 18).

Understanding the ideas of identity and collective identity enriches the definition of the term "corporate identity." Identity is a characteristic that sets individuals apart from one another, even though it is essentially a human-specific concept. In terms of the emotions and self-consciousness of the community, collective identity is a distinct sense of belonging. Therefore, unlike individual identity but like collective identity, corporate identity refers to the identity of an institution, business, or organization (Ülker Kaya, 2006, s. 27).

As long as communication is taken into consideration—which is the most crucial way to convey the distinctive qualities of institutions and how they express their unique sides and stick in people's minds—corporate identity satisfies the theme of corporate identity. Depending on how it serves this purpose, corporate identity can be viewed as a collection of understandings that help an organization identify itself and how it should be remembered, defined, and described (Hepkon, 2023, s. 179).

Saying that corporate identity is a concept studied within the framework of communication, promotion, or visual elements is a reductionist approach. For the specified target audiences to notice and remember the components that will propel the institution ahead in the future, they must be designed in line with the corporate identity and taken into consideration as a whole (Silsüpür & Erdiñ, 2021, s. 1129). According to (Yazıcıoğlu & Meral, 2011, s. 112), there are four primary areas in which the components of corporate identity are analysed: corporate philosophy, corporate communication, corporate behaviour, and corporate design. Since corporate design puts institutions in a distinct position and guarantees their success in inter-institutional competition, it becomes one of the most crucial components in the formation and development of an institution's identity (Melewar & Saunders, 2000, s. 542).

One of the key components in the creation of corporate design is interior design (Perry & Winsom, 2003, s. 42). An original concept study makes interior design possible within the parameters of corporate identity. Concept is one of the most noteworthy stages of shaping in the design process. A location can become uniquely its own by developing its concept. According to (Gündüzlü & Erçevik Sönmez, 2021, s. 244), a concept in this context is a phenomenon that embodies the atmosphere intended to be reflected in the space and arises from the visuals obtained with unique approaches by concretizing the design principles. Understanding the perceptual cues conveyed by the environmental elements that comprise a space is essential to determining whether an interior design is appropriate for a corporate identity (Yazıcıoğlu & Meral, 2011, s. 113). When the person using the space is impacted by the visual effects of every element—including colour, texture, accessories, furniture, floor, and wall covering—and gives

significance to each of them, the interior design is in keeping with the corporate identity (Akkaş & Mutdoğan, 2021, s. 32)

Office spaces are the primary visual representation of corporate identity in interior design. By using their interior designs to create visual messages for the public in the places where they operate, commercial enterprises raise awareness. Office design in accordance with user needs was the first step in the development process. Since its inception in the 19th century, the office concept has evolved to meet changing needs and keep up with technological advancements (Köse Doğan, 2008, s. 38; Riewoldt, 1994, s. 37). The office, a term with French roots, refers to a dedicated space for information-based work where a vast number of accounts, documents, and visual materials are gathered, saved, shared, and distributed (Dalga, 2007, s. 16; Mitchell, 1995, s. 47).

With the expansion of business volume, office designs have become different. Three distinct types of offices—closed (traditional), open (free), and mixed—are arranged spatially within them. It is evident from the development of office types that open (free) offices have gradually supplanted the widely used closed (traditional) office layouts (Harris, 1991, s. 56). Factors related to commerce and communication have led to an increase in the number of departments within the office. As a result, over time, office types with mixed layouts took the place of closed (traditional) and open (free) office concepts, which proved to be insufficient. With the rise in expectations and competition, as well as the advancement of technology and design knowledge, offices have taken on new significance in today's world. A variety of topics, including rentable offices, flexible offices, prestigious offices, environmentally friendly offices, mobile offices, and home offices, are covered when discussing modern office types (Noraslı, 2016, s. 61).

Both fictional and operational attributes, such as corporate identity, customer image, spatial comfort, aesthetics, teamwork, project-oriented business activity, and the capacity to complete numerous tasks quickly, are significant in the offices analysed using the current approach criteria. Furthermore, according to (Noraslı & Köse Doğan, 2020, s. 4; Mullin, 1976, s. 51). Corporate image formation, flexible, privileged interior design, and the internal reflection of that image, all play significant roles in modern offices. In this sense, interior architecture projects' handling of office building interior design raises awareness among businesses regarding corporate identity and sets them apart from rivals.

1.2. Case Study Model

A case study is a research method based on social sciences, which has been employed as a method in many scientific fields, including law, sociology, anthropology, medicine, and psychology over time (Salminen, Harra, & Lautamo, 2006, s. 4; Vural & Cenkseven, 2005, s. 28). Case studies have been handled by many disciplines. When a phenomenon is connected to its own context or when it's unclear where the boundaries are between the phenomenon and the context, these kinds of studies are useful research methods (Yin, 2003, s. 133). A case study employs a methodological approach in which data is gathered via various systems and a thorough analysis is conducted to uncover the workings of a phenomenon (Chimlar, 2010, s. 528). A case study also allows the researcher to thoroughly investigate a phenomenon over time to gather data methodically and ascertain what is occurring in the real world. In this sense, it can shed light on the causes of the observed outcomes and suggest improvements for subsequent research (Davey, 2009, s. 2).

(Aytaçlı, 2012, s. 3) explains the eight different types of case studies created by Bogdan and Biklen based on the theoretical framework as follows:

- Observation-Based Case Study: This type of study uses a data collection tool to gather particulars about the group being studied.
- Life History: These are in-depth interviews used to gather information about an individual's narrative. Oral history is also included in this form if a historian conducted the interviews.
- Documents: Described as the primary data sources, these materials serve as a supplement to participant observation and interviews. They include images, audio, video, diaries, clinical condition records, and some recollections. Three categories of documents are examined: documents from popular culture, official documents, and personal documents.

- Case Studies Analysing Organizational History: These studies track the evolution of organizations by concentrating on particular organizations. Organizations are found through conducting interviews with individuals about the organization, observing the event as it is happening, and looking through previously published written materials.

- Situation analysis: This is an additional type of case study. It occurs when an individual who is impacted by an event pattern has an indirect impact on those around him.

- Micro-ethnography: This type of case study involves examining a small portion of an organization or a particular activity within it.

- Multi-Case Studies: In these studies, two or more subjects or events are examined.

- Comparative Case Studies: Comparing and contrasting two or more case studies. To make comparisons, another study is done. To indicate whether the first study is extended, a field needs to be chosen.

The stages of a case study are a crucial consideration in addition to its type. These steps are followed and the research is planned in studies that use case studies. The case study's phases ought to be followed in a straight line, starting at the beginning and ending at the end. The stages of the case study were categorized by (Taghisoylu, 2020, s. 1164) under the following six headings:

- Planning phase: The questions to be asked define the content of the research. By contrasting it with prior research, the appropriateness of the proposed study for the case study is established. Following the decision, the research starts by offering reliable details regarding the rationale behind the use of the case study. Recording the positive or negative aspects comes next.

- Design phase: Depending on the goals of the research to be done, a case study type is chosen at the start of the design phase. The chosen type must be taken into consideration when designing the analysis method. Once the definitions are established, the research methodology needs to be decided upon to convey the essence of the study.

- Phase of preparation: The researcher must next receive training and develop competence for this type of research. Preparations are being made for the protocol. The implementation phase starts after receiving approval from the units where the application will be used. This stage also includes the pilot study phase. The preparation stage is finished once the pilot study is completed.

- Collection phase: The application must adhere to the previously created application protocol. This protocol leads to the application of multiple sources and techniques. Different data sets are created as a result of different data results. The obtained data must be made in line with the corporate database in the application section.

- Analysis phase: During this phase, the data reliability principle needs to be followed. To ensure that the research meets the reliability criteria, it is necessary to create data that contradicts the data that was obtained. It is imperative to move forward with objectivity in the case study. The researcher must present the conclusions and observations independently of one another.

- Sharing phase: All of the supporting data for the findings are now provided. The most crucial element is that participants' personal information must be kept private by adhering to the reliability principle.

Rather than being a technique as a tool, the case study incorporates a technical study focused on results and can address research in any field. Positive results are seen in the studies by correctly identifying the type of research and progressing the stages by establishing connections sequentially, regardless of whether the cases discussed in the studies are single or multiple. A case study can be used to program all designs on a large or small scale, analyze project outputs within predetermined parameters, and carry out the design process in an interior architecture project.

2. The Project Area and Method

Interior architecture is a profession that deals with areas that are intended to fulfill people's needs in terms of practical, decorative, symbolic, and functional aspects. It also oversees the process of designing and implementing areas that people use based on their actions and physical and spiritual attributes (Kaçar, 1997, s. 56). This is how a multi-parameter design process is incorporated into interior architecture project management. The interior architecture design process involves more complex dynamics (spatial

perception, privacy, texture, color, etc.) than the design process, which primarily focuses on parameters like meeting human needs, comfort, aesthetics, and originality.

Architectural design, according to Bruce Archer, is "a goal-oriented problem-solving action." Design is the answer to an issue, which is something that many disciplines address in various ways. The process of creating interior design also necessitates the capacity to combine multiple sources of inspiration, as the statement "The way of handling the problem requires the designer to think and evaluate within some rules" makes clear (Ching, 2016, s. 137). Problems can become more problematic if this multi-parameter design process is prolonged or if one becomes mired in it. In this particular context, project efficiency is enhanced through the application of scientifically validated methods during the design phase. In the study, preferred method was "case study," which is one of the techniques that helps with interior architecture projects.

A case study is a model in which one or more constrained systems are gathered comprehensively from sources and qualitatively explained (Creswell, 2013, s. 87). By identifying an event's limitations, a case study reveals research based on the system to create a structure that will enable the development of the situation related to the event (Subaşı & Okumuş, 2017, s. 2). To explore the office interior design process and its relationship to corporate identity, the case study model—which is utilized in various research methods and handled by various disciplines—was created for the Project-III course at Selçuk University's Faculty of Architecture and Design, Department of Interior Architecture.

Office spaces are locations where hierarchical relationships of various dimensions are established and where intense, constantly renewing information flow is at the forefront. The ways that office design is approached have changed due to factors like the speed at which technology is developing, the idea that time is important in business, and the desire of employees to work in more comfortable environments (Çınar, 2023, s. 2639). According to (Noraslı, 2016, s. 59), interior designs for offices should be unique, foster a sense of community, and be dynamic to establish a context that complements the corporate identity. Office spaces are the primary visual representation of corporate identity in interior design, according to (Köse Doğan, 2008, s. 38). Factory management buildings were selected as the subject of this study because they are one of the building groups where office and corporate identity are best reflected. The task involved developing the corporate identity for the office building of the 'Teksan Industrial Site' type factory projects situated in the Konya Karatay region in collaboration with the proposed company. Additionally, interior space solutions that align with the identity established in the interior design were requested Figure 1.



Figure 1. Project Area Visuals. (Reference: Personal archive, 2022)

The industrial site is made up of a regular arrangement of factories with sections opening to the workshop at the back and administrative office entrances at the front of the buildings. The factory's first floor houses executive units and open-closed offices, including administrative offices, while the ground floor has a dining hall, staff rooms, and restrooms Figure 2.

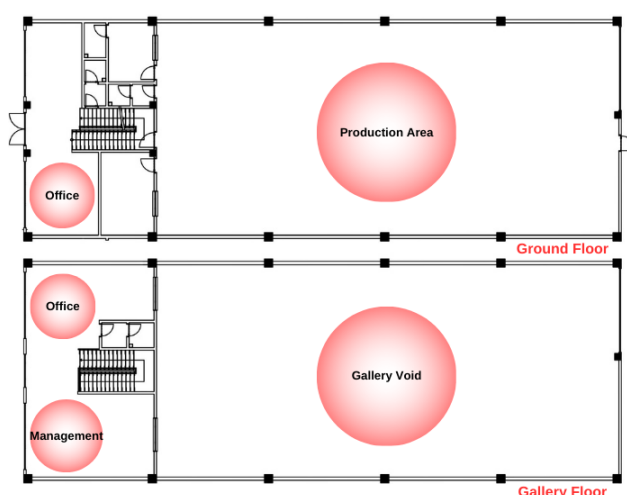


Figure 2. Project Area Ground and First Floor Plans. (Reference: Personal archive, 2022)

To create original interior designs with the created concept and set up, gallery solutions and similar stretches within the boundaries of the building's structural elements have been produced, along with corporate identity studies, which constitute the project's primary goal.

A case study is a research method that can be applied to one or more events. The type of case study to be used and the sequence in which its stages are to be followed ought to be selected based on the research that was done. Through an interior architecture project on office interior design, the purpose of this study is to explain the applicability of the interior architecture discipline in the case study's design process. The office buildings of the "Teksan Industrial Site" type factory projects were discussed, a brand was chosen by the students working on the project as material, and a situation analysis was made by adhering to the stages in the case study. There are six steps in the design process, as shown in Table 1.

Table 1. Programming the Design According to the Case Study Stages (Produced by the authors).

Stages	Content of the stages
Planning phase	Experience of the project area by the authors. Holding a project meeting regarding the students' working style and what is desired. Determining the process in the project.
Design phase	Studying current examples on the subject, conducting literature research and conveying these examples to students. Organizing technical tours by visiting similar building examples on site and selecting the right materials and design elements for office buildings.
Preparatory phase	Taking survey of the project area. Deciding on the design concept according to the data obtained, carrying out corporate identity studies and developing concept studies.
Collection phase	Observation in the sampling area and verbal interviews with the management unit and employees. Correlating initial design studies based on observations and opinions. Development of moodboard/materialboard and plan solutions.
Analysis phase	Designing office interiors within the developed concept and corporate identity.
Sharing phase	Presentation of the space designed as a preliminary project in line with all data, with project detail solutions and approximate cost quantity calculations.

(Reference: Personal archive, 2022)

Following the phases that make up the case study—planning, design, preparation, collection, analysis, and sharing—the interior architecture project phase of the space in question was finished. Analyzing the project phase process by relating it to the case study stages allowed us to determine how the case study affected the interior architecture project's particular design process.

3. Findings

The research findings are based on 3 sample projects: 'Delsac' project of Zeynep Bayrak and Fadime Çukur in Example 1, 'Pel Care' project of Başak Yazgan and Merve Nur Çukuryer in Example 2, Ramazan




Musaoğlu in Example 3. and Melik Doğan's 'Aspilsan' project was discussed with case study method stages.

As the first stage of the case study method, planning is actually the part of the project process where choosing the case study model shapes the design process. At this point, the writers made their first visit to the project site, had initial meetings with the managers, and discussed the project's future course of action. Following the meeting, a list of requirements for the project was created and the requirements were established in general terms. The data used in the project's development process were linked to the case study stages and the stages of the case study model, respectively, as a consequence of the initial visit and preliminary interviews. The students received the information and were given an explanation of the requirements and work schedule for the process.

A thorough literature review on office structures and corporate identity studies was carried out during the project's second phase, design. In this context, the authors and the students analyzed and discussed examples at the national and international levels within a studio setting. On-site visits to similar building examples were arranged, along with technical tours. The literature, case studies, and estimated cost information presented during the planning stage guided the students' individual research on the materials to be used in the space. Materials were categorized in the research along with their substitutes, and technical visits were arranged to various Konya-based businesses that sold the categorized materials.

The project area was visited and a survey of the area was taken by the students during the preparation phase, the third step of the project. The building's office and workshop section plans were created, and the front and rear facade surveys were finished. Students selected the companies based on the project's criteria, and they developed the concept by conducting a corporate identity study Table 2.

Table 2. Concept and Corporate Identity Studies.

	Company	Concept	Notion	Corporate Logo
Example 1	Delsac 'Perforated Sheet Production Company'	The shapes of the sheets that underwent the perforation process served as inspiration for the concept approach created for the company that produces perforated sheets. Minimalist lines and practical ideas were prioritized in the interior design, and metallic hues and yellow highlights were used in combination.	Corner Light-Shadow Sharpness Linear Metallic	
Example 2	Pel Care 'Cosmetics Production Company'	The brand was created with a focus on naturalness and healing. It was established by a woman entrepreneur and utilized plant-based products and recyclable packaging. Natural stones, which are the brand's distributor, served as an inspiration for interior material selections.	Eco-Friendly Naturalness Soft Organic Softness	
Example 3	Aspilsan 'Battery Manufacturing Company'	The energy and dynamic concepts served as inspiration for the design of the battery manufacturing company, which embraced the environmentalism concept. Environmentally friendly material choices and a safe design philosophy have been incorporated into the interior design.	Speed Contrast Sustainability Performance Movement	

(Reference: Personal archive, 2022)

The project's fourth step involved returning to the project area and making observations. The management team and staff members were surveyed and subjected to verbal interviews. The developed design elements were presented to the office staff during the meeting phase, and the office users were mentally prepared for the design. It was also mentioned in the interviews that creative and practical interior designs for office users, as well as designs that create a context with corporate identity, are unique, and give you a sense of belonging, will be sought after in today's innovative office design approach

elements. Table 3 displays the plan solutions and moodboard/materialboard studies that were made in light of the data gathered for the studies on connecting corporate identity with the interior.






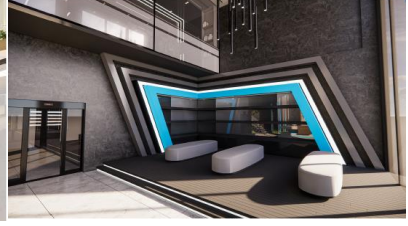









Table 3. Reflection of Corporate Identity in the Concept.

	Moodboard	Materialboard	Ground and 1st Floor Plans
Example 1			
Example 2			
Example 3			

(Reference: Personal archive, 2022)

The project's fifth step, the analysis phase, involved analyzing and correlating design elements with the concept that had been developed in the step before. Every office space was equipped with corporate identity elements that were integrated into the interior design Table 4.

Table 4. Reflection of Corporate Identity in the Interior.

	Example 1	Example 2	Example 3
Consultation Area			
Foyer			
Open Office			
Meeting Area			
Executive Office			

(Reference: Personal archive, 2022)

Project details for the space were created using approximations of cost and quantity calculations and presented to managers and staff during the project's final phase, sharing, which was designed as a preliminary project following all the data. The office design, which was carried out through the stages of the case study, was followed by planning, design, preparation, collection analysis, and sharing sections, respectively. As a result, preliminary interviews were conducted and the design process was linked to the case study's stages in the sample area where it was initially encountered. A review of the literature was done, and examples of modern office design were looked at. After that, a survey of the area was used to develop the design concept. In the sample area, observations were made, and managers and staff members

were interviewed. Office interior designs and corporate identity studies were created based on the concept that emerged from the analysis of the collected data.

4. Discussion and Conclusion

If the issue raised during the design phase isn't resolved, it leads to more issues. In the discipline of interior architecture, which is a vital component of the design universe as a whole, adhering to a specific method when carrying out the design process guarantees the production of high-quality outcomes. The primary components of the design process that make up parameters in an interior architecture project are the ability to read the thoughts and feelings of users, the method of approaching design, concepts developed with corporate identity, the conversion of concepts into design, the ability to accurately determine which environmental factors in the space to focus on, and the ability to transform the image created in the designer's mind into a legible visual element.

The process of an interior architecture project involves addressing a wide range of spaces in the field of interior architecture. Factory management buildings were selected as the subject of this study because they are one of the building groups where office and corporate identity are best reflected. Office spaces, materials, design principles, and other similar aspects all serve as a reflection of the culture of the organization in which they are housed. As a result, there are numerous considerations when developing corporate identity projects and identity-related interior design for businesses. It is rather challenging to handle such structures during the interior architecture project process without following specific programming or methods, which also hinders the production of qualified designs.

Scientifically validated techniques must be linked to the design and incorporated into the process to improve the interior architecture project's efficiency and positively impact its final result. One of the scientifically validated approaches that has been applied in numerous fields and can be applied in the design discipline is the case study method. The interior architecture process benefits from the integration of the case study system, which guarantees timely design advancement, organized workflow, and prompt resolution of unforeseen issues. This study has shown how the case study method—which is employed in many fields—contributes to the interior architecture project process by virtue of its application in the design field.

The interior architecture project process was integrated with the case study, resulting in a six-stage design process. The project process has been referenced for each step that was completed in chronological order. The study's form was made clear during the planning phase. Examples relevant to the project were evaluated and literature was researched during the design phase. During the preparation phase, the design concept was developed and the designs were made clearer in accordance with the observations and analyses made during the collection phase. During the sharing phase, the planned space was put into practice, and the materials and design elements chosen during the analysis phase were analyzed by connecting them to the design.

The process was programmed by talking about the completed design and the case study together. By reducing potential disruptions, following a method when carrying out the design process has given the designer a source of motivation. The space taken into consideration in the design is brought to a result that is compatible with its environment and can create a context with other data as the process moves forward in a specific order. As a result, it made it possible to create a more qualified process within the given constraints. It is advised that these studies be integrated with case studies or other carefully thought out, empirically validated techniques.

Consequently, it was found that the use of visual elements in the interior design of the offices that would emphasize the institution's brand and image value made the designs more qualified for the case study project. It is advised that corporate identity be incorporated into the office interior design process.

Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı / Contribution of Authors

Yazarların alışmadaki katkı oranları Mehmet NORASLI %50/ Hatice INAR %50 şeklindeğir.
The authors' contribution rates in the study are Mehmet NORASLI %50/ Hatice INAR %50 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.

References

- Akkaş, E., & Mutdoğan, A. S. (2021). Otelde kurumsal kimlik tasarımları: Bir otel örneği Konya Novotel. *Yakın Mimarlık Dergisi*, 4(2), 30-53.
- Aytaçlı, B. (2012). Durum çalışmasına ayrıntılı bir bakış. *Adnan Menderes Üniversitesi Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 1-9.
- Balta Petekoğlu, F. (2022). *Halkla İlişkiler Nedir?* İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Chimlar, I. (2010). *Multiple- case design*. Kaliforniya: Sage Publishing.
- Ching, F. (2016). *İç mekân tasarımı*. İstanbul: Yem Yayınları.
- Creswell, J. W. (2013). *Nitel araştırma yöntemleri, beş yaklaşıma göre nitel araştırma ve araştırma deseni*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Çınar, H. (2023). An example of an application project on contemporary office design. *Turkish Journal Agriculture- Food Science and Technology*, 1(1), 2637-2641.
- Dalga, P. (2007). *Geçmişten günümüze ofislerin gelişimi*. Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi: Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İç Mimarlık Anabilim / Anasanat Dalı.
- Davey, L. (2009). The application of case study evaluations. *Elementary Education Online*, 8(2), 1-3.
- Evcil, N. (2014). *Herkes için tasarım*. İstanbul: Bağaziçi Yayınları.
- Göktepe, I. G. (2013). *Gerçek mekân, sanal mekân ve kurumsal kimlik ilişkisi*. Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi: İstanbul Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İç Mimarlık Tasarım Anabilim Dalı.
- Gündüzlü, E. B., & Erçevik Sönmez, B. (2021). İç mekân tasarımında özgünlük ve konsept: Özgün ve özgün olmayan mekânların karşılaştırılması. *Sanat ve Tasarım Dergisi*, 243-267.
- Harris, D. (1991). *Planning and designing the office environment*. Singapore: Tİmes Publishing.
- Hepkon, Z. (2023). Kurumsal kimlik inşasını belirleyen faktörler: Bir literatür taraması. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Dergisi*, 195-220.
- Kaçar, H. T. (1997). *İç mimari ve resimde mekân kavramının irdelenmesi ve de stil grubu içinde etkileşimleri*. Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi: Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Köse Doğan, R. (2008). *Yönetici bürolarında mekân örgütlemesi*. Yayımlanmış Doktora Tezi: Selçuk Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Mimarlık Anabilim Dalı.
- Melewar, T. C., & Saunders, J. (2000). Global corporate visual identity systems: Using an extended marketing mix. *European Journal of Marketing*, 34(5), 538-550.
- Mitchell, W. (1995). *City of bits*. Cambridge: MIT Press.
- Mullin, S. (1976). *Planning Office Space*. London: The Architectural Press.
- Noraslı, M. (2016). *Kurumsal imaj bağlamında Konya Meram'da bulunan tasarım ofislerinin analizi*. Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi: Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İç Mimarlık ve Çevre Tasarımı Anabilim Dalı.
- Noraslı, M., & Köse Doğan, R. (2020). Çağdaş ofis tasarımları üzerine bir inceleme. *Artium*, 8(1), 1-10.
- Perry, A., & Winsom, D. (2003). *Before the brand: Creating the unique dna of an enduring brand identity*. New York: McGraw-Hill.
- Riewoldt, O. (1994). *New Office Design*. New York: Lawrence .
- Salminen, A. I., Harra, T., & Lautamo, T. (2006). Conducting case study research in occupational therapy. *Australian Occupational Therapy Journal*, 53(1), 3-8.
- Silsüpür, Ö., & Erdinç, İ. E. (2021). Üniversitede kurumsal kimlik: 2018 yılında kurulan devlet üniversitelerinin web sayfaları üzerinden bir çalışma. *Selçuk İletişim Dergisi*, 14(3), 1126-1150.
- Subaşı, M., & Okumuş, K. (2017). Bir araştırma yöntemi olarak durum çalışması. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(2), 1-3.
- Taghisoylu, R. (2020). Nitel bir araştırma tekniği olarak: Durum çalışması. *Social Mentality and Research Thinkers Journal*, 6(33), 1161-1167.
- Uzoğlu, S. (2001). Kurumsal kimlik, kurumsal kültür ve kurumsal imaj. *Kurgu Dergisi*, 18(18), 337-353.
- Ülker Kaya, F. B. (2006). Kurum kimliği ve kurumsal tasarım. *Tasarım + Kuram*, 4(4), 27-37.
- Vural, R., & Cenkseven, F. (2005). Eğitim araştırmalarında örnek olay (vaka) çalışmaları: Tanımı, türleri, aşamaları ve raporlanması. *Burdur Eğitim Fakültesi Dergisi*, 25-38.

- Yazıcıoğlu, D. A., & Meral, P. S. (2011). İ mekân tasarımının kurum kimliğine uygunluğunun ölçülmesine yönelik yöntem önerisi. *Yalova Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(1), 111-131.
- Yin, R. K. (2003). *Case study research*. Kaliforniya: Sage Publishing.

Rus İmparatorluk Jeopolitiğinin ve İdeolojisinin Tahayyülü Olarak Yeni Avrasyacılık

İbrahim KURNAZ* 

ÖZ

Yeni Avrasyacı jeopolitik düşünce uluslararası politikada temel aktör olarak her daim genişleme arzusunda olan imparatorlukları görmektedir. Çünkü Yeni Avrasyacılık Rusya gibi imparatorluk geçmişine sahip güçlerin hayatta kalabilmelerinin yolunun imparatorluklarının genişlemesinden geçtiğini iddia etmektedir. Bu düşüncenin en başta gelen iki temsilcisi Alexandr Dugin ve Alexandr Panarin dünya tarihine yön veren sürecin hâlihazırda iki zıt güç arasında jeopolitik hâkimiyet mücadelesinden neşet ettiğini dile getirmektedir. Bu bağlamda Rusya'nın Avrupa'dan ve Batı'dan ayrı olarak kendine özgü toplumsal ve jeopolitik yolunu izlemesi gerektiği fikrine dayanan Yeni Avrasyacı yeni jeopolitik, kendini Avrasya'nın önde gelen devleti olarak gören Rusya'ya SSCB sonrası alanda özel bir rol vermektedir. Geleneksel jeopolitik kimliğini yeniden inşa etmeye yönelik doktrinel temellendirmelere sahip olan Yeni Avrasyacılık Rusya'nın jeopolitik ve coğrafi düzlemde temel ideolojilerinden biri olarak tanımlanmaktadır. Bu ideoloji ekseninde Yeni Avrasyacılar Rusya'nın en önemli amacının, Rusya'nın emperyal yönetimini kültürel ve coğrafi argümanlar yoluyla meşrulaştırmak olduğunu iddia etmektedirler. Dolayısıyla esas olarak büyük bir güç olarak kalmak istediği sürece Rusya'nın jeopolitik ve stratejik eksenini olarak kalması gerektiği görüşünü benimsemektedirler.

Çalışmada Avrasyacı küresel düzen vizyonu ve çok kutuplu bir dünya arayışı çerçevesinde Yeni Avrasyacıların bir Rusya-Avrasya imparatorluğu kurma fikrini hangi temeller üzerinden jeopolitiğe dayandırarak geliştirdikleri üzerinde durulacaktır. Bu kapsamda çalışmanın amacı klasik jeopolitik ile Yeni Avrasyacılık arasındaki bağlantıyı ortaya koyup Dugin ve Panarin nezdinde Yeni Avrasyacı jeopolitik ve ideolojinin küresel hegemonya ve Rusya'nın imparatorluk tahayyülünü hangi açılardan bir araç olarak sunduğunu ortaya koymaktır.

Anahtar Kelimeler: Yeni Avrasyacılık, Rusya, Jeopolitik, Alexandr Dugin, Alexandr Panarin.

Neo Eurasianism: As the Imagination of a Russian Imperial Geopolitics and Ideology

ABSTRACT

Neoeurasian geopolitical thought sees empires that always desire expansion as the main actors in international politics. Because Neoeurasianism claims that the way for powers with an imperial past, such as Russia, to survive is through the expansion of their empires. The two leading representatives of this idea, Alexandr Dugin and Alexandr Panarin, state that the process that shapes world history currently arises from the struggle for geopolitical dominance between two opposing powers. In this context, Neoeurasian geopolitics, based on the idea that Russia should follow its own social and geopolitical path, separate from Europe and the West, has given Russia a special role in the post-Soviet space. Neoeurasianism, which has doctrinal foundations aimed at reconstructing its traditional geopolitical identity, is defined as one of Russia's fundamental ideologies on a geopolitical and geographical level. On the axis of this ideology, neoEurasianists claimed that Russia's most important aim was to legitimize Russia's imperial rule through cultural and geographical arguments. Essentially, they take the view that Russia should remain the strategic axis of Eurasia as long as it wants to remain a great power.

The study will focus on the basis on which Neo-Eurasianists developed the idea of establishing a Russian-Eurasian empire based on geopolitics, within the framework of the Eurasianist vision of global order and the search for a multipolar world. In this context, the aim of the study is to reveal the connection between classical geopolitics and Neo-Eurasianism and to reveal in what ways Neo-Eurasianist geopolitics and ideology serve as a tool for global hegemony and Russia's imperial imagination in the eyes of Dugin and Panarin.

Keywords: Neo Eurasianism, Russia, Geopolitics, Alexandr Dugin, Aleksandr Panarin.

* **Corresponding Author/Sorumlu Yazar,** Dr. Öğr. Üyesi/Asst. Prof, Selçuk Üniversitesi, Konya, Türkiye/ Selçuk University, Konya, Türkiye, ibrahimkrnz@selcuk.edu.tr

Makale Gönderim ve Kabul Tarihleri/Article Submission and Acceptance Dates: 29.04.2024-03.06.2024

Citation/Atf: Kurnaz, İ. (2024). Rus imparatorluk jeopolitiğinin ve ideolojisinin tahayyülü olarak yeni avrasyacılık. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 54, 371-391. <https://doi.org/10.52642/susbed.1475395>

This work is licensed under Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License



1. Giriş

Post-Sovyet dönemde Yeni Avrasyacılık emperyal bir kıta düzeyinde ulusal bir ideoloji ve jeopolitik teori olarak geliştirilmiştir. Elbette bu tezinin Rusya’da çok daha derin tarihsel kökleri bulunmaktadır (Mangır, 2020) (İşyar, 2010).¹ 1980’lerin sonlarından itibaren klasik Avrasyacılığı yeniden canlandıran Rus jeopolitik okulunun Yeni Avrasyacı eğilimi, Rusya’nın coğrafi kıtanın merkezi Avrasya’ya hükmetmeye yönelik tarihsel olarak geliştirmiş olduğu emperyal hırslarını haklı çıkarmaya çalışmaktadır. Avrasyacılara göre Rusya ya bir Avrasya milleti yani bir imparatorluk olmalı ya da hiçbir şey olmamalıdır (Dugin A. , 2005). Yeni Avrasyacılara göre Rusya imparatorluk olmadan tahayyül edilemez. Marksist dogmaları, ateizmi ve materyalizmi küçümsemelerine karşın Avrasyacıların Sovyet sisteminin kurulmasını memnuniyetle karşılamalarının sebebi de nitekim bu tahayyüldür. Sovyet sistemi Rusya’nın gücünü ve topraklarını önemli ölçüde artırmış ve bu da onların SSCB’nin bir Avrasya Devleti’ne dönüşmesi için reçeteler önermelerini mümkün kılmıştır (İsmailov & Papava, 2010, s. 21).

Bununla birlikte Soğuk Savaş sonrası dönemde uluslararası sistemdeki yerini ve rolünü tanımlamak, SSCB’nin yıkıntılarında oluşan en büyük devlet olan Rusya nezdinde derin bir ideolojik ve kimlik krizi yaratmıştır. SSCB’nin dağılımının akabinde jeopolitik, Rusya’nın bu kategorilere yönelik politikalarında özel bir yer edinmiştir (Şwider, 2019). Bu dönemde Rusya, siyasi ve ekonomik olarak krizlerle boğuştuğundan, büyük ölçüde Batı’nın ekonomik yardımına bağımlı hale gelmiştir. Bu yardımı alma isteği Rusya’yı Batı’ya ve Batılı değerlere eğilim göstermeye itmiştir. Öte yandan bu eğilim Rusya’da kayıp imparatorluğa duyulan nostaljiyi de fazlasıyla güçlendirmiştir (İsmailov & Papava, 2010). Aleksandr Dugin ve Alexandr Panarin gibi yayılcı ve saldırgan Yeni Avrasyacıların kavramlarında tanımlanan jeopolitik, bu açmaza yanıt vermek için ortaya çıkmıştır. Klasik yaklaşımıyla bu alan, Rusya’nın Wallerstein’in kuramlaştırdığı bağlamda ‘çevre’ konumunu ortadan kaldırarak (Wallerstein, 2005), bu ülkeyi dünyanın coğrafi merkezi olan Kalpgâh’ın (*Heartland*) merkezine yeniden taşımıştır. Rusya’nın bir dünya merkezinin işlevlerini edinme yönündeki emperyal ya da imparatorluk tahayyüllerinin, Batılı devletlerin Kalpgâh’taki nüfuzlarını artırma arzusuyla bağlantılıdır. Ancak bu, Mackinder’in Kalpgâh’ı kontrol eden devletin rolü hakkındaki teorisini de doğrular niteliktedir (İsmailov & Papava, 2010). Çünkü Mackinder’in Kalpgâh teorisi ile Rus jeopolitik okulunun Avrasyacı eğilimi arasındaki benzerlik, her ikisinin de emperyal hırsları haklı çıkarmaya yardımcı olduğu gerçeğinde yatmaktadır. Yeni Avrasyacılara göre coğrafi açıdan Pivot Bölge ve Rusya tek ve aynı şeydir.

Rus Avrasyacılığı, gelenekçilik felsefesine, jeopolitik anlatıya ve Rusya’nın özel tarihsel misyonu fikrine dayanan muhafazakâr bir siyasi ideoloji olarak düşünülebilir. Temel varsayımlardan biri, Rusya’nın ne Avrupalı ne de Asyalı olduğu, aksine hem Avrupa’nın hem de Asya’nın özelliklerini harmanlayan eşsiz bir ülke olduğu üzerinedir. Aynı zamanda tarihsel misyonu çerçevesinde Rusya’nın Avrasya coğrafyasındaki Cengiz Han’ın Moğol İmparatorluğu’nun ve Moskova mitinde “Üçüncü Roma” olarak ifade edilen Bizans İmparatorluğu’nun mirası gibi iki imparatorluk mirasına sahip olduğu da iddialarının temel motivasyonudur (Boliachevets, 2017).

Yeni Avrasyacılık bir jeopolitik kuram çerçevesinde Rusya’daki diğer ideolojik eğilimlere göre, dünyayı Rus zihnine kapsamlı bir şekilde anlatan yeni bir evrensel ideoloji haline gelmiştir. Geleneksel anlamda, Jeopolitik bir bilim, bir araştırma paradigması ya da uluslararası durumu analiz etmenin özel bir yöntemi olmayı amaçlamışken, Rusya’da buna ek olarak bir ideolojiye dönüştürülmüş, jeopolitiğe Rus merkezli bir karakter kazandırılmış ve onu birçok Mesihçi yönle donatmıştır. Rus jeopolitiği, imparatorluk sonrası travmayı etkisiz hale getirmenin, Rusya’nın birbirini takip eden imparatorluk formasyonları arasında siyasi ve coğrafi bağlantı kurmanın ve önemli kırılmaların olduğu zamanlarda sıklıkla sorgulanan Rus tarihine süreklilik kazandırmanın postmodern bir yöntemi haline gelmiştir. Bu noktada Avrasyacı jeopolitik, SSCB’nin çöküşünün sonucu olan travmatik kimlik tükenmesi ve siyasi yoksunluk duygusunu Rusların zihninden silmede önemli bir enstrüman olarak ortaya çıktı. Bu, Rus kaderini yeni mitler ve tarihi misyonlarla donatarak, Rusya’nın imparatorluk sonrası koşullar altında açıklanması ve rasyonelleştirilmesine yönelik bir girişim veya yöntemdir (Şwider, 2019).

¹ Rusya-Avrasya imparatorluğu kurma fikrinin ilk Avrasyacıların çalışmalarından kaynaklandığını ve kendilerini Yeni Avrasyacı olarak adlandıran çağdaş takipçileri tarafından daha da geliştirildiğini belirtmekte fayda var.

İşte Dugin ve Panarin liderliğindeki yayılmacı Avrasyacı grup gibi politik özlemleri olan entelektüel çevreler, jeopolitiği tüm yaşam alanlarını belirleyen bütüncül bir Rus dünya görüşü olarak yaratmaya çalışmaktadır. Gerçekten de Yeni Avrasyacılara göre jeopolitik geleneğin bilimidir. Avrasya'nın, Rusya'nın ve Avrupa'nın bazı bölgelerinin halkları aynı zamanda ebedi bir ahlaki ve kültürel paradigmanın kutsallığını da temsil etmektedir. Onlar geleneklere sahip insanlardır ve geleneğin temellendirilmesi ve işlevselleştirilmesi jeopolitiğin başlıca rollerinden biridir. Kavramsal ve söylemsel pratik düzeyinde bu, hem Rus tarihini yöneten yasaların temel bir yorumu hem de Rus tarihi kimliğinin en uygun yorumu olarak kutsal coğrafya yaratma ve hatta dayatma girişimidir de bir bakıma. Rus jeopolitiği, neo-emperyal veya mesihçi varyantlarıyla Rusya'yı bir uygarlık olgusu olarak ele almakta ve bu ülkeye, sınırlarının ötesine geçen ve Rus yetkililerin üstlendiği uluslararası eylemlerin ahlaki olarak meşrulaştırılmasını sağlayan özel bir siyasi ve kültürel misyon dayatmaktadır (Świder, 2019). Aslında Post-Sovyet Rus jeopolitik determinizmi (tarihsel süreçteki komünizm dâhil evrenselci-emperyal doktrinler gibi) Rusya'nın yalnızca coğrafi değil, aynı zamanda uygarlığa dayalı 'çevre'liğini de aşma girişimidir (Tsygankov, 2003) (Smith, 1999).

Araştırmanın yöntemine yönelik vurgulanması gereken husus çalışmada ortaya konan değerlendirmeleri yapabilmek için Dugin ve Panarin'in çalışmalarının değerlendirilmesini içeren söylem analizi yöntemi tercih edilmiştir. Bu noktalardan hareketle, Yeni Avrasyacılığın genel olarak farklı sayıda yorumu olsa da Avrasyacılığı hem Batılı liberal-demokratik değerlere karşı küresel bir meydan okuma hem de Rusya merkezli neo-emperyal bölgesel entegrasyonun bir aracı olarak okuyan Dugin ve Panarin tarafından savunulan aşırı sağ yorum ve yayılmacı Avrasyacılık bu çalışma nezdinde ele alınacaktır. Çalışmanın amacı da Yeni Avrasyacılığın nasıl bir ideoloji olduğunu, amaç ve hedeflerinin neler olduğunu araştırmaktır. Müşahede edileceği gibi Avrasyacılık, ampirik kanıtlarla desteklenmeyen normatif, dogmatik ve öznel bir anlatı da dahil olmak üzere ideolojilere özgü pek çok özelliğe sahiptir. Araştırmada bu kapsamda özellikle Aleksandr Dugin ve Panarin'in Yeni Avrasyacı ideolojisini incelemeyi amaçlamaktadır. Çünkü bu ideoloji Avrasyacılık konusundaki en kapsamlı, sistematik ve yapılandırılmış teorileştirmelerden birini temsil etmektedir. Bu minvalde çalışmanın birinci bölümünde klasik jeopolitiğin doğuşu ve gelişimine kısaca değinildikten sonra Heartland teorisi üzerinde durularak Avrasya kıtasının stratejik önemini vurgulayan jeopolitik şemalar açıklanacaktır. İkinci bölümde Yeni Avrasyacı düşüncenin jeopolitik ile olan bağlantısına ve yorumuna ve dolayısıyla konuyu Yeni Avrasyacılıkla nasıl ilişkilendirdiğine değinilecektir. Son olarak üçüncü bölümde ise Dugin ve Panarin gibi yayılmacı düşünürlerin Yeni Avrasyacılığın çok kutupluluk, medeniyet ve alter-küresellik ilkelerine dayalı olarak küresel hegemonya ve Rusya'nın imparatorluk ideolojisi açısından kurmak istedikleri uluslararası düzeni tasvir etmeye çalışılacaktır.

2. Klasik Jeopolitik

Uluslararası İlişkiler'de (Uİ) sosyal ve siyasi olgulara yönelik çözümlenelerde jeopolitik üzerinden coğrafyanın ele alınması eski olsa da Soğuk Savaş bitimine değin hem askeri, ulaşım ve iletişim teknolojilerinde ortaya çıkan yeni gelişmelerin hem de uluslararası politikada cereyan eden değişimlerin tesir etmesiyle bu alanda pratiğe dökülen araştırmalarda coğrafya ikinci planda kalmıştı. Bununla birlikte SSCB'nin dağılması sonrası Avrasya olarak nitelendirilen coğrafya üzerinde yaşanan politik, askeri ve iktisadi gelişmeler ve tüm bunların yansıması olarak jeopolitik rekabetler jeopolitik kavramının Rus ve ABD dış politika ajandasında en üst sıralarda yer almasını sağlamıştır.

Klasik manada Jeopolitik, siyasi güç ile coğrafi alan arasındaki ilişkileri inceler. Uluslararası güç arayışında siyasi ve fiziki coğrafyanın stratejik önemini ortaya koymayı arzulayan uluslararası ilişkilerin mekânsal ve coğrafi bir perspektiften incelenmesi olarak düşünülebilir. Jeopolitik teoriler de, coğrafyanın somut ve sabit bir gerçekliği cisimleştirdiği gerçeği göz önüne alındığında, Uİ'nin en istikrarlı unsurlarından birini temsil ettiğine inanarak, uluslararası sistemdeki jeopolitik faktörün analizine ayrıcalık tanır (Crikemans, 2022). Tarihsel süreçte de jeopolitik, 19. yüzyılın sonlarında bir Uİ konusu olarak ortaya çıkmaya başlasa da uluslararası ilişkileri yorumlamak için tartışmalı ve tartışılabilir bir araç konumundadır.

Jeopolitik terimi muğlak anlamlar taşıma eğiliminde olduğundan kelimenin tanımından ziyade tarihsel süreç içerisindeki semantiği ve söylemsel biçimleri anlamak daha faydalı olacaktır. Her ne kadar literatür Herodot ve Thukydides dönemlerine kadar jeopolitik akıl yürütmeyi götürmüş olsa da (Berryman, 2012) jeopolitik terimi 1899'da Rudolf Kjellen tarafından ortaya atılmıştır. Cohen, Kjellen'in jeopolitik teorisini

coğrafya ile politika arasındaki ilişkiye referans verecek şekilde bir devlet teorisi olarak tasvir etmiştir (Cohen, 1975). Elbette 19. yüzyılın siyasi ve tarihi politik bağlamında bu şekilde tasvir edilen jeopolitik 20. ve 21. yüzyılın dünya siyasetinin pratiklerine eş zamanlı olarak dönüşebilmiştir (Cohen, 2008). Modern küresel jeopolitik, devletlerin coğrafi özelliklerinin ve onların göreceli mekânsal konumlarının uluslararası politika üzerindeki sonuçlarına dikkat çekmektedir (Østerud, 1988).

Bu noktalardan Jeopolitik, stratejik unsurlara ağırlıklı bir bakışla coğrafi faktörlerin devletlerin dış politikası üzerindeki ilişkisini araştırmaktadır. Bir başka deyişle, UI'nin mekânsal ve coğrafi açıdan incelenmesi olarak tanımlanabilir. Temel amacı uluslararası güç arayışında coğrafyanın siyasi ve stratejik önemini özetlemektir. Bir başka tanımlamada jeopolitik, coğrafyanın ne anlattığı ve bu anlatının neden anlamlı olduğuyula ilgili varsayımlardan oluşan, her bir analizin birbirini totolojik olarak desteklediği bir düşünce sistemidir ve siyaseti değişmez mekânsal kategorilere (merkez alan, kalpgâh, kenar kuşak gibi) indirgeyen özcü bir düşünce biçimidir (Yeşiltaş, 2014). Lacoste'ye göre jeopolitik, iki veya daha fazla devletin rekabet ettiği bölgelerdeki veya farklı siyasi gruplar veya silahlı hareketler arasındaki güç rekabetlerinin incelenmesidir (Lacoste, 2020).

Konu olarak jeopolitik aynı zamanda bölge, nüfus, stratejik konum ve doğal kaynaklar gibi faktörlerin farklı devletlerarasındaki ilişkileri ve dünya üstünlüğü mücadelelerini nasıl etkilediğini de sorgular. Uluslararası siyasi davranış; yer, büyüklük, iklim, demografi, doğal kaynaklar ve teknolojik gelişmeler ve potansiyeller gibi coğrafi değişkenler aracılığıyla anlamaya, açıklamaya ve öngörmeye çalışan bir dış politika analizi yöntemi de olmaktadır. Evans ve Newmham'ın da ifadesiyle siyasi kimlik ve eylemler neredeyse coğrafya ile belirlenme durumuna gelmiştir (Evans & Jeffrey, 2001). Kavramı bir başka açıdan ele alan Marcinaka göre Rusya'da jeopolitik, bilimsel bir teori veya siyasi doktrinden çok daha fazlasıdır; bir dünya görüşüdür veya en azından dünyanın küresel bir resmini oluşturabileceğiniz ve ona karşı kendi tutumunuzu şekillendirebileceğiniz oldukça evrensel bir kavramdır (Świder, 2019). Bu tanımlamalar çerçevesinde jeopolitiği değişmeyen bir alanda değişken güç sistemlerinin incelenmesiyle ilgilenen bir bilgi alanı olarak tanımlamak mümkündür. Haliyle jeopolitik, coğrafya ilkelerini uluslararası politikaya uygulama bilimidir; coğrafyanın doğal unsurları ile devletlerin politikaları arasındaki karşılıklı ilişkilerin incelenmesiyle ilgilenir varsayımını doğrular niteliktedir.

Jeopolitik teoriler ise, tüm devletlerin sabit bir coğrafi alan içinde yer aldığı gerçeği göz önüne alındığında, daha önce de ifade edildiği üzere coğrafyanın uluslararası ilişkilerin en istikrarlı unsuru olduğunu göz önünde bulundurarak, uluslararası sistemi analiz ederken coğrafi faktöre öncelik verme eğilimindedir. Siyasi, ekonomik veya stratejik eksende her türlü sosyal ve siyasal birimlerin fiziksel ortamı olarak tanımlanabilecek coğrafi unsur, somut ve sabit bir gerçekliği temsil etmesi nedeniyle politika oluşturmayı etkileyen en önemli faktör olarak değerlendirilebilir. Spykman'ın tabiriyle "Coğrafya dış politikada en temel faktördür çünkü en kalıcıdır" (Spykman, 1969). Cohen de bu kalıcılığı coğrafyanın üç tanımı üzerinden somutlaştırır; Alan farklılaşması bilimi, mekânsal ilişkiler ve etkileşim bilimi ve dağılım bilimi (Cohen, 2008). Bu nedenle Cohen uzay, topoğrafya ve iklim gibi fiziksel faktörleri inceleyerek bunları birbiriyle ilişkilendirir. Bu bağlamda jeopolitik, tüm bu dalları kapsayan ve uluslararası siyasi gücü coğrafi ortamla ilişkilendiren bir coğrafi akıl yürütme biçimidir sonucuna varmaktadır.

Bir başka açıdan kavram değerlendirildiğinde ise Jeopolitik kavramının bir ihtiyaç dâhilinde ortaya çıktığı ortadadır. Geoffrey Parker, 19. Yüzyılın sonlarından 1980'lerin başlarına kadar jeopolitik düşüncenin kronolojik bir açıklamasını sunduğu çalışmasında jeopolitiğin tarihte emperyal tahakkümün küresel siyasi haritayı tamamladığı çıkarımını yapmıştır. Parker, jeopolitiğin köklerinin, Darwinizm'den türetilen biyolojik analogilerin ve emperyalist rekabetteki göreceli konumlarla bağlantılı ulusal eğilimlerin damgasını vurduğunu iddia etmiştir (Parker, 1988). Nitekim kavramı 19. yüzyılın sonu ve 20. yüzyıl boyunca emperyalist jeopolitikçiler fiziksel çevre ile politika arasındaki ilişkiyle ilgilenen Batı emperyal paradigmasının bir aracı olarak inşa etmişlerdir. Harol ve Margaret Sprout jeopolitiğin bu açıdan ulusal bir rejimin amaçlarına hizmet etmek için bilginin işletilmesi olarak tercüme edilmesi gerektiğini ifade eder (Sprout & Margaret, 1968). Bir başka anlatımla jeopolitik devletin ulusal çıkarlarında araçsallaştırılma adına tasarlanmış açık ve öznel bir kavramdır. Dolayısıyla jeopolitik coğrafya ile siyaset arasındaki ilişkiyi anlamak için kullanılan bir devlet teorisi olarak doğmuştur. Bu bakımdan jeopolitik düşünce biçimi devleti aşkın bir varlık şeklinde düşünür ve devletin gücünü maksimize etmek uğruna çabalar (Yeşiltaş, 2014). Örneğin,

jeopolitik genellikle Nazi stratejilerine ilham vermeye suçlanan iki savaş arası Alman versiyonunda Karl Haushofer'in Lebensraum'una (yaşam alanı) ilham vermiştir ve İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra da Amerikan yorumuyla kavram yapısal değişimler geçirmiştir. Nitekim özellikle Hitler'in yayılcı ve saldırgan politikalarına verdiği söz konusu ilham nedeniyle jeopolitik ABD'de "coğrafya faktörünü ulusların gücünü ve dolayısıyla kaderini belirleyeceği varsayılan bir mutlak haline getiren sahte bir bilim" olarak Soğuk Savaş döneminde etiketlenildi (Morgenthau, 1978). ABD'nin İkinci Dünya Savaşı sonrası komünist bloğu çevreleme stratejisi için entelektüel bir enstrümandan daha fazlasını sağladığı görülen Mahan ve Mackinder'in indirgemeci jeopolitik kavramları da SSCB içinde "yanlış bilim" olarak reddedilmişti (Bassin & Konstantin, 2006). Ancak 1972'de ABD'nin Çin ile yakınlaşması ve Soğuk Savaş rekabetinin Üçüncü Dünya'ya yayılması ABD'de jeopolitiğe olan ilginin yeniden canlanmasına neden oldu (Avcı, 2020). Bu tarihi politik bağlamda Kissinger da jeopolitiği, kendi deyimiyile "küresel dengenin duygusal olmayan realpolitigi" arayışıyla eşanlamlı olarak kullanmaya başlarken (Kissinger, 1994), Brzezinski, Colin Gray ve NATO destekli çalışma grubunun çalışmaları Soğuk Savaş'ın jeopolitiğine odaklandı (Gray, 1977) (Brzezinski, 1986). SSCB'nin dağılması sonrasında ise yeni politik ve coğrafi bağlamın ortaya çıkmasıyla tebarüz eden ulusal rekabetler nedeniyle, Rusya kendisini daha önceki döneme göre jeopolitik manevralarla dolu değişken bir ortamda faaliyet gösterirken buldu (Petro & Rubinstein, 1997) (Morozova, 2019).

Bu açıdan jeopolitik kavramı Uİ'nin merkezinde önemli bir yer tutmaktadır. Jeopolitik kimi zaman mekânsal boyutu olan bir siyasi araştırma, bazen normatif-stratejik bir doktrinin etiketi, bazen analitik bir düşünce biçimi, bazen de devletlerin gelişimi ve gücüne dair iddialı bir bilimsel teori olarak çeşitli şekillerde kullanılsa da devletlerin coğrafi niteliklerinin ve onların göreceli mekânsal konumlarının güç politikaları üzerindeki sonuçlarıyla ilgilendiği belirgindir. Zira Jeopolitik fikri, devletlerin gelişimi ve şekillenmesi bilimi olarak tasarlanmış ve yayılmıştır. Bu nedenle klasik jeopolitik anlatı da her daim mekânsal bir öz arayışı vardır. Bu mekânsal öz arayışı bütün jeopolitik kuramların yaklaşımlarının temelini oluşturur (Yeşiltaş, 2014). Bu nazariyeden klasik anlamda jeopolitik, emperyalist rekabetin bir ifadesi olarak da okunur. Yeni Avrasyacı siyasi doktrini jeopolitik analiz üzerine inşa eden Dugin de jeopolitiği gücün dünya görüşüdür ve gücün bilimdir şeklinde tasvir etmiştir. Çalışmaya da konu olduğu üzere Jeopolitik Dugin'in entelektüel ufkunu ortaya çıkaran temel alandır. Rus jeopolitikçi araştırmalarının konusunu kendine özgü bir şekilde tanımlamaktadır. Ona göre jeopolitik daha ziyade, gerçekliğin yeni ve olağanüstü bir yönünü bilmenin vesilesiyle birbirine bağlanan bir dizi tarihsel sezgidir. Özet olarak, jeopolitik geleneksel olarak siyasi güç ile coğrafi alan arasındaki bağlantıları ve nedensel ilişkileri belirtir ve somut anlamda, genellikle dünya tarihinde kara gücünün ve deniz gücünün göreceli önemine dayanan belirli stratejik reçeteler taşıyan bir düşünce bütünü olarak görülür (Dugin A. , 2015). Klasik manada Jeopolitik, siyasi güç ile coğrafi alan arasındaki ilişkileri incelendiğinde uluslararası güç arayışında siyasi ve fiziki coğrafyanın stratejik önemini ortaya koymayı arzulayan uluslararası ilişkilerin mekânsal ve coğrafi bir perspektiften incelenmesi olarak düşünülebilir.

3. Jeopolitik ve Avrasyacılık Arasındaki Bağlantı

İdeolojik ve partizan doğası göz önüne alındığında Avrasyacılık da jeopolitik normların küresel gücün özünü ortaya çıkarmak için geçerli olduğunu dile getirmektedir (Neumann, 1997). Yeni Avrasyacılık doktrinel inançlarının kahır ekseriyetini jeopolitik analizler üzerinden ortaya koyduğundan onun ideolojisini karakterize eden jeopolitik faktörleri açığa çıkarmak önem arz eder. Bugün modern Rus jeopolitik düşüncesinin gelişiminde görülen Yeni Avrasyacılık jeopolitik bir kavram olarak yorumlanmaktadır (Quy, 2022) (Brzezinski, 1986). Rusya'nın SSCB sonrası dış politika tartışmasının belirli bir özelliği birbiriyle ilişkili ve birbirini güçlendiren Avrasyacılık ve jeopolitik gibi iki söylemin ortaya çıkışı ile olmuştur. Avrasyacılık ile jeopolitiğin söylemsel birleşimini Rusya'nın, SSCB'nin çöküşü ve bunun sebep olduğu uluslararası düzen ile hesaplaşmaya yönelik en kapsamlı girişimini oluşturur. Birbiriyle yarışan çok sayıda fikir, plan ve ideolojiye rağmen, görece jeopolitik Avrasyacılık "Rusya nedir ve Rusya'nın meşru olduğu yerde Rus olmak ne demektir? Rusya'nın ulusal çıkarlarını neyin oluşturduğu? ve Rusya'nın güvenliğine en büyük tehdidi neyin oluşturduğu" soruları üzerinden Rusya'nın Post-Sovyet dönemde yüzleştiği soruların kahır ekseriyetini ele almayı başardı. Rus dış politikasının yeni ve teoriye dayalı bir planı

olarak jeopolitiğin, Rusya'nın Sovyet sonrası siyasetinin dinamik siyasi ikliminde karşılık görmesi bu yüzden şaşırtıcı değildir (Morozova, 2019).

SSCB'nin dağılmasının ardından Rusya'da jeopolitik teoriler, jeopolitik üzerine geniş bir düşünce yelpazesi de dahil olmak üzere güçlü bir şekilde gelişmiştir. Yeni Avrasyacılık temelinde "Büyük Avrupa", "Rus Dünyası" ve "Avrasya" gibi fikirlerin hepsi uluslararası düzende devlet için farklı roller ve farklı dış politika yönelimlerini teşvik etmiştir. Jeopolitik tahayyüllerin her biri Soğuk Savaş sonrası Rusya'nın uluslararası kimliğindeki, öncelikle kayıp duygularından kaynaklanan (Çarlık İmparatorluğu ve SSCB tarafından kontrol edilen bölgelerden emperyalist geri çekilme ve küresel bir süper güçten Avrupa'nın çevresindeki bölgesel bir güce doğru statünün düşmesi) temel zorlukları ele almaya çalışmıştır. Bu nedenle her mekânsal proje, Rusya'nın Soğuk Savaş sonrası sınırları ve büyük güç statüsü arayışıyla ilgili mekânsal zorluklarına değinmeyi, Rusya'nın şartlarına göre Batı ile bir uzlaşma arayışını Büyük Avrupa ya da Batı etkisinin artık hoş karşılanmadığı Rusya merkezli "Büyük Avrasya" mekanları ile tasvir etmeyi vaat etmiştir (Karaganov, 2016) (Marina & Thomann, 2022).

Jeopolitik mekânsal tahayyüller, belirli politika kararlarını meşrulaştırırken bilgiyi filtreleyen ve olaylara anlam sağlayan bilişsel çerçeveler sağlar. 'Onlar' ve 'biz' arasındaki sınırların belirlenmesinde ve dolayısıyla farklılıktan oluşan ulusal kimliklerin inşa edilmesinde ve şekillendirilmesinde önemli bir rol oynarlar (Tuathail & Dalby, 1998). Dolayısıyla bu jeopolitik tahayyüllerin tanımlanması ve analiz edilmesi, Rus dış politikasının daha iyi anlaşılmasına katkıda bulunabilir. Jeopolitikte bütüncül açıklamalar ve yorumlar oluşturma, metafizik yönleri pragmatik yönlerle kendine özgü bir Rus jeopolitik meta-paradigması içinde birleştirmeye çalışan güçlü bir temayül vardır (Nadezhda, 2019). Örneğin Rusya'da ülkeyi hem jeopolitik hem de Ortodoks medeniyetinin merkezi olarak konumlandıran jeo-uygarlık kavramı bulunmaktadır. Bu kavramın, Soğuk Savaş sonrası dünyanın uluslararası gerçekliğinin analizinde son derece işlevsel ve yararlı olduğu ortaya çıkmıştır. Bu kavram uluslararası alanda meydana gelen dinamik siyasi değişimlerin erişilebilir bir tanımını ve anlaşılmasını sağlayan bir dizi kavram yaratmıştır. Aynı zamanda söz konusu kavram, modern siyaset biliminde öncelikle "medeniyetler çatışması" teorisini yaratan Samuel Huntington tarafından da popülerleştirilmiştir. Bazı sınırlılıklarına rağmen bu kavram, uluslararası ilişkilerde Soğuk Savaş sonrası dönemin analizinde etkili ve yaygın bir araştırma aracı haline gelmiştir (Świder, 2019)¹⁷. Jeo-uygarlık yaklaşımı, uluslararası politikanın ele alınmasında jeopolitikçilerin kahr ekseriyette kullandıkları metodolojik araçlardan biridir. Bu kavram, jeopolitiği mutlaklaştıran, onu bir tür ideolojik meta-sisteme ve ideolojiye dönüştüren, onu siyasi ve toplumsal yaşamın tüm alanlarına tabi kılan -Aleksandr Dugin ve Panarin'in de dâhil olmak üzere- Rus Avrasyacılarının jeopolitiğini de etkilemiştir. Ancak Rus jeopolitikçileri bu söylemi yoğun bir şekilde mistik temalarla zenginleştirmişlerdir. Aleksandr Dugin'e göre dünya siyah ve beyazdır, ancak manici anlamda beyazdan iyi olarak anlaşılan daha siyahtır (kötülüğün hâkimiyetindedir) (Dugin, 2014). Konrad Świder'in deyimiyle İyi ve kötünün mutlak kategorilerine başvurarak, bunları gezegenin jeopolitik temeline yansıtmak ve İncil'e ve hatta Marx'ın Kapital'ine atıfta bulunmak, Dugin'in kavramına metafizik bir değerden ziyade bir metafikir statüsü vermektir (Świder, 2019).

Yayılmacı Yeni Avrasyacılar Rusya'nın önde gelen bir mesihçi yani kurtarıcı bir rol oynadığı dünyanın jeopolitik modelini oluşturmak için klasik jeopolitiğin yaratıcıları Halfrod Mackinder, Karl Haushofer ve jeopolitikle ilgilenen Üçüncü Reich hukukçusu Carl Schmitt gibi düşünürlerin kavramlarını kullanmışlardır. Yeni Avrasyacıların mesihçi misyonu, Büyük Avrasya'nın ana siyasi güç merkezlerini harekete geçirerek, Atlantikçiliğin Avrasya bölgesinde yayılmasına karşı çıkacak ve bir süper imparatorluk statüsü elde edecek bir Kıta İmparatorluğu yaratmaktır. Avrasya coğrafyası ve Avrasya imparatorluğu hiyerarşik olarak organize edilecek ve Büyük Toprakların şu ana kadarki başlıca bölgesel güçleri olan Rusya, Çin, Hindistan ve İran gibi alt imparatorluklardan oluşacaktı. Nihayetinde Avrasya süper imparatorluğuna, coğrafi olarak Avrasya'ya ait olan ve ABD etkisinden kurtulmuş, Almanya ve Fransa'nın hâkim olduğu bir Avrupa katılabilecektir (Dugin A. , Rus Jeopolitiği: Avrasyacı Yaklaşım, 2005). Dikey hiyerarşide alt imparatorluklardan daha düşük olan eski devletler ve uluslar, imparatorluğun yapısıyla yapısal olarak çelişmeyen geniş bir özerkliğe sahip olacaklardı. Alt imparatorlukların, bu alanlarda benimsenen değer sistemlerine saygı duyan ayrı hukuk sistemleri olacaktır. Rusya, yukarıda adı geçen "ikincil imparatorluklardan" oluşan "Büyük alanlar konfederasyonu" olacak Yeni Avrasya İmparatorluğu'nun ana

merkezi olacak ve *Novosibirsk* onun başkenti (Avrasya'nın coğrafi merkezi olarak) olacaktı (Dugin A. , Rus Jeopolitiği: Avrasyacı Yaklaşım, 2005).

Jeopolitiğin klasik bir yorumbilim aracını takip ederek Avrasya coğrafyasının stratejik ağırlığını analiz eden Dugin ve Panarin gibi yayılcı Yeni Avrasyacılar Rusya'yı, Mackinder'dan referansla Avrasya süper kıtasının kalbi ve dünyanın pivot bölgesi olarak görmüşlerdir. Bu nedenle deniz güçleri ile kara güçleri arasındaki karşıtlık çerçevesinde Avrasya kara kütlelerinin stratejik çıkarlar açısından anlamını derinlemesine araştırmışlardır (Wehrschutz, 1998). Nitekim Panarin ve Dugin, araştırmalarından Rusya'nın "tarihin coğrafi eksenini" ve "dünyanın kalbi" olduğunu iddia ederek sonuç çıkarmışlardır. İmparatorluk ve coğrafya Rusya'nın kaderidir. Bu temel değerler ve yön işaretleri olmadan Rusya, benzersiz kimliğini kaybetmeye mahkûmdur ve bunlar olmadan var olamaz. Dolayısıyla Rusya, dünyayı, Atlantik düzen tarafından daha saldırgan bir şekilde zorlanan, açık veya gizli bir dünya hükümetine sahip bir gezegen devletinin kurulması çağrısında bulunan Mondializm (dünyanın tek merkezden idare edilmesi) tehlikesinden kurtarmak zorundadır (Dugin A. , 2005). Müşahede edildiğinde Yeni Avrasyacılık, ideolojik anlatısının kahır ekseriyetini jeopolitik analize dayandırmaktadır. Avrasyacılığın odak noktası, isminden de anlaşılacağı gibi coğrafi, temellendirmelerinden de anlaşılacağı gibi felsefi ve ideolojik bir çağrışıma tekabül eder. Yeni Avrasyacılar, bu çağrışımlara Post-Sovyet dönemde stratejik ve jeopolitik bir anlam atfetmektedirler.

Aslında Avrasya coğrafyasına ve Avrasyacılık jeopolitik eksenine vurgu çok eskilere kadar gider. Örneğin ilk jeopolitikçilerden Alfred Thayer Mahan'ın çalışma alanı deniz stratejisi ve denizcilik tarihi olarak bilinse de önemli jeopolitik çalışmalarından biri de Asya Sorununu ele alan *The Problem of Asia: Its Effect upon International Politics* başlıklı 1900 tarihli çalışmasıdır (Dennett, 1935). Mahan'a göre Asya'yı coğrafi ve siyasi olarak önemli kılan unsur, Çin'den Akdeniz'e kadar uzanan bir bölgeyi kapsamıydı. Söz konusu çalışmada Avrasya'nın devasa kıtasındaki Rusya İmparatorluğu'nun emellerine ve sınırlarına bitişik topraklar için yarattığı meydan okumaya dikkat çekmiştir. Mahan Rus politikasının özünün bölgesel genişleme ve ticari tekele dayandığını dile getirmiştir. O'na göre Rus devlet adamlarının en büyük hedeflerinden biri, Akdeniz ve Uzak Doğu'daki sıcak su limanlarının ele geçirilmesiydi. Bir diğeri ise ekonomik kazanç için rakiplerin kendi hâkimiyetleri altındaki topraklardan dışlanmasıydı (Dennett, 1935). Mahan, Rusya'nın kuzey kara gücünün uzun vadede kontrol altına alınmasının Atlantik bloğunun deniz güçlerinin ortak çabalarını gerektireceğini öngördü (Berryman, 2012).

Mahan'dan hemen sonra Mackinder, dünyanın kontrolünün Avrasya'yı kontrol eden güç veya güçlere bağlı olacağı yönündeki önermesini ortaya koymuştur. O'na göre "Doğu Avrupa'ya hâkim olan bir ülke Heartland'e (Kalpgâh), Heartland'e hâkim olan bir ülke Avrasya'ya, Avrasya'ya hâkim olan bir ülke ise dünyaya hâkim olacaktır" (Mackinder, 1904). Avrasya'yı elinde bulunduran kişi kara gücü (*tellurocracy*) ve deniz gücü (*talasokratik*) birleştirebilecek, diğer çevre kıtaları ekonomik ve stratejik olarak kendisine bağımlı ikincil aktörlere dönüştürebilecek hegemonik bir küresel imparatorluk yaratabilir. Mackinder bunu başlangıçta "tarihin coğrafi eksenini" ve daha sonra "Kalp Ülkesi" olarak adlandırmıştır. Ayrıca Mackinder, Rusya İmparatorluğu'nu "Pivot Bölge" olarak görmekteydi (Mackinder, 1904). Mackinder, dünyanın merkez bölgesinin, deniz gücüyle erişilemeyen Avrasya'nın iç kıtasındaki geniş karayla çevrili alan tarafından temsil edildiğine inanıyordu.

Bu bölünmede kara gücü, Mackinder nazariyesinde gücün en yerinde bir örneğini temsil etmekteydi. Bahsedildiği üzere Mackinder, merkez bölge için deniz gücüyle erişilemeyen Avrasya'nın iç kıtasındaki geniş karayla çevrili alana referans vermekteydi. Mackinder'ın bu bağlamda temel endişesi, Avrasya'nın merkez bölgesini dış kenarlarıyla birbirine bağlayacak ve bunu uluslararası güç dengesine ciddi bir tehdit olarak algılayacak potansiyel bir kara ve deniz gücü birleşimidir. Nitekim Birinci Dünya Savaşı'nın sona ermesinin akabinde ise, Mackinder, Kalpgâh kavramını yeni tarihi politik bağlama yeniden uyarlamıştır. Mackinder savaş sonrası, gücün Avrasya'nın merkezinde yer alan, yarım daire şeklinde hilallerle çevrili, siyasi ve stratejik kontrolü Avrasya kıtasının hâkimiyetine yol açacak olan, deniz gücüyle erişilemeyen, karayla çevrili coğrafi bir bölgeyi temsil ettiği fikrini yineledi (Pizzolo, 2020).

Dolayısıyla Mahan ve Mackinder Avrasya sorununa odaklandıklarında, Rusya İmparatorluğu, 300 yıl içinde yaklaşık 17 milyon kilometrekarelik yeni bölgeyi ele geçirmiş ve Rusya İmparatorluğu'nu dünyanın en büyük ülkesi ve tarihin üçüncü büyük imparatorluğu haline getirmişti (Burbank, Von Hagen, &

Remnev, 2007) (Wesson, 1974). Soğuk Savaş'ın başlangıcı ile beraber ABD, Avrasya'daki SSCB hegemonyasını Mackinder'in Kalpgâh kuramı çerçevesinde engellemeye çalışmıştı. Dolayısıyla Jeopolitik açıdan bakıldığında, Birinci ve İkinci Dünya Savaşı ile Soğuk Savaş'ın yaşandığı yirminci yüzyıl, bir bakıma Mackinder'in öngörüsünün gerçekleşmesini engelleme mücadelesiydi (Blouet, 2010).

Mackinder sıklıkla günümüz jeopolitiğinin babası olarak kabul edilir. Avrasya'nın dünya hegemonyası açısından stratejik önemini vurgulayan jeopolitik düşüncesinin, her ne kadar karşıt bir bakış açısıyla da olsa, Yeni Avrasyacı düşünürler tarafından temel kabul edilmesi tesadüf değildir. Örneğin Dugin, Mackinder'ı Avrasyacılığın jeopolitik kavramlarını etkileyen ve Avrasyacıların kurmaya çalıştığı yeni çok kutuplu dünya düzeninin çerçevesinin inşasına yardımcı olan başlıca düşünürler arasına yerleştirir. Dugin, çalışmalarının birçok sayfasında Mackinder'ın jeopolitik teorilerinden ve bunların Avrasya'ya yönelik çıkarımlarından alıntılar yapar. Mackinder'ı, Avrasya kara parçasının dünya hâkimiyeti açısından stratejik önemini anlayan ilk düşünürlerden biri olarak işaret eder (Dugin A. , Rus Jeopolitiği: Avrasyacı Yaklaşım, 2005).

Mackinder'in öngörülerini jeopolitikçilerin en yoğun tartışılan önermeleri arasında yer almıştır (Berryman, 2012). Mackinder ile aynı zamanda jeopolitikçi Karl Haushofer, Alman yayılcılığını desteklemek için Mackinder'in Kalpgâh teorisinden yararlandı. Haushofer, Heartland teorisinin Almanya ile Rusya arasında bir ittifak kurulmasını teşvik edebileceğine inanıyordu. "Kontinentalblock" (kıtabloğu) olarak da bilinen kıtasal ittifak planı, Almanya, Rusya ve Asya kıtasındaki Japon hattı arasında ortak sınırların oluşturulmasından oluşuyordu (Pizzolo, 2020). Haushofer Orta Avrupa, Avrasya ve Japonya tarafından şekillenecek kıta bloğunun gelecekteki çatışmaları önleyeceğine ve deniz güçlerinin, yani Büyük Britanya ve ABD'nin izolasyonunu ve marjinalleştirilmesini sağlayacağına inanıyordu (Pizzolo, 2020).

İkinci Dünya Savaşı'nın bitimiyle SSCB, kıtadaki olayları etkileme konusunda, Avrasya'nın tartışmasız en büyük gücü haline gelmişti (Erol, 2006). İkinci Dünya Savaşı'nda Alman kuvvetlerinin SSCB'den sürülmesi, Avrasya'daki SSCB Kalpgâh'ının işgal edilmesinin zor olduğu gerçeğinin altını çizmişti (Gaddis, 2006). Bu nedenle, 1947'de George Kenan'ın *Foreign Affairs* dergisindeki ses getiren makalesinde, "Rusya'nın yayılcı eğilimlerinin uzun vadeli, sabırlı ancak kararlı ve ihtiyatlı bir şekilde kontrol altına alınmasını" savunmuştu (Kennan, 1947). Kennan, Avrasya'nın kaynaklarının ve askeri-endüstriyel potansiyelinin tek bir düşman gücün kontrolüne geçmesinin önlenmesi gerektiğini görmüştü (Gaddis, 2014) Kennan, ABD'nin Doğu ve Orta Avrupa'daki SSCB nüfuz alanı gerçeğini kabul etmesi ve SSCB'nin Batı Avrupa ve Japonya'daki komşu 'Kenar Bölge'si devletlerine nüfuz etmesini engellemeye yoğunlaşması gerektiğini savunmuştu (Kennan, 1947).

Kenan'ın jeopolitik öngörülerini Soğuk Savaş dönemi boyunca ABD'nin Soğuk Savaş stratejisi olan çevreleme fikir birliğine dayanıyordu. Kenan, Avrasya ile ilgili olarak ABD'nin SSCB'ye nazaran düşük kaynaklara sahip bir ada gücü olduğu ve Avrupa ve Asya'nın pazarları ve hammaddelerinin düşman tek bir gücün veya güçler grubunun egemenliği altına girmesi durumunda konumunun güvende olmayacağı görüşünde diretmekteydi. Nitekim teorik zemindeki bu görüş pratikte de küresel bir deniz koalisyonunu harekete geçiren ve SSCB'nin kara gücünün erişim alanını sınırlamak için bir hava üsleri zinciri kuran ABD-Sovyet Soğuk Savaşını bir rekabet haline getirmişti. ABD-SSCB Soğuk Savaş, ABD'nin imparatorluğu ile SSCB'nin Avrasya imparatorluğu arasında Avrasya-Afrika Kenar Bölgesi'nin (*Rimland*) kontrolünün reddi için bir yarışma haline gelmişti (Paradorn, 2006) (Gray, 1977). Örneğin bu yolda ABD stratejik olarak ve küresel güvenliği sağlamak için, Avrasya'nın çeperinde Soğuk Savaş boyunca askeri varlığını konuşlandırmıştır (Nye & Welch, 2014).

Son olarak Kenar Kuşak (*Rimland*) teorisini Nicholas Spykman, Mackinder'ın teorisini Avrasya'ya zıt stratejik değerler vererek yeniden formüle etmiştir. Spykman, Rimland'ı kontrol edenin Avrasya'yı kontrol ettiğini belirterek, onu çevreleyen kenarların Avrasya egemenliği açısından daha belirleyici olduğunu düşünmüştü. Rimland'ın kontrolüyle ilgili olarak, Spykman, deniz gücünün çıkarının, Kalpgâh ve Rimland'da hatlar oluşturarak kara gücünün birleşmesini engellemek olduğuna inanırken, kara gücünün çıkarının, Rimland'ın bazı kısımlarını kontrol ederek deniz gücünün gerçekleştirdiği kuşatmayı kırma ihtiyacını içerdiğine inanmıştı (Blouet, 2010).

Bu noktalardan hareketle bahse konu Avrasya eksen bölgesi, kendine özgü coğrafi ve stratejik önemi olan ve onu kontrol eden ulusu aşan tipik bir jeopolitik kavramdır. Bu, geniş coğrafyada yer alan Rusya için

toplumun mirası haline gelebilecek mekânsal bir anlam taşımaktaydı. Rusya'nın 16. ve 19. yüzyıllar arasında Orta Asya'ya ve Sibirya'ya doğru doğuya genişlemesi, Avrasya'nın kalbinin Rus kontrolüne geçmesi anlamına gelmekteydi. Bu, Rus toplumunun Kara gücü ile özdeşleştirilmesine yol açmaktaydı. İşte bu nedenle Rus jeopolitiği, tanımı gereği, Kalpgâh'ın ve karaya dayalı gücün çıktısı olan Avrasya jeopolitiğidir (Pizzolo, 2020).

Bu bağlamda Avrasya'da kurulacak imparatorluk temelinde Yeni Avrasyacılar, ulus-devletlerin, beş yüzyıllık (15. yüzyıldan 20. yüzyıla kadar) tarihi karakterize eden, köhne bir siyasi örgütlenme biçimi olduğuna inanmaktaydılar. Dünya halkları, modası geçmiş ulus devletler yerine, büyük kıtasal alanların stratejik birleşmesini karmaşık, çok boyutlu bir ulusal, kültürel, dini, ekonomik ve antropolojik özerklik sistemiyle birleştiren siyasi oluşumlarda birleşmeliydiler. Gelecekteki siyasi oluşumların dikkate alınması gereken entegrasyon modelleri, Makedon İmparatorluğu, Roma İmparatorluğu, Kutsal Roma İmparatorluğu, Avusturya-Macaristan İmparatorluğu gibi hem geçmişin eski çokuluslu imparatorlukları hem de Avrupa Birliği veya Bağımsız Devletler Topluluğu (BDT) gibi modern siyasi yapılarıdır (Pizzolo, 2020).

Görüldüğü üzere ulus-devlet fikrinin emperyalist makro alanlar lehine aşılması gerektiğine inanan Avrasyacılar, kendi halklarının tarihi, kültürel ve medeniyetsel özelliklerini yansıtacak, pan-bölgesel düzeyde ulus üstü oluşumların yaratılmasını desteklemektedir. Büyük alanlar fikri dünya hükümetine dayalı küreselci model ve egemen ulus devletlerin geleneksel Westphalia modeli gibi iki dünya görüşüne alternatifini temsil edecektir. Çok kutuplu küreselleşme alternatif küreselleşmenin bir biçimi olarak düşünülebilir. Bu noktada Avrasyacılık, küresel bir merkez ile onun dış çeperi arasındaki ikiliğe dayanan hermeneutik modeli reddeder. Tam tersine, bir "çoğulculuk" oluşturan birçok özerk yaşam alanının varlığını iddia eder. Avrasyacıların tasavvur ettiği dünya düzeni, kıtasal federasyonlar veya "demokratik imparatorluklar" halinde örgütlenmiş, büyük ölçüde yerel özyönetime sahip bir devletler koalisyonu tarafından temsil edilmektedir. Bu alanların her biri etnik, kültürel, dini ve idari açılardan her anlamda çok kutuplu olmalıdır. Ayrıca bu alanlar ulus devletler değil, daha ziyade kıta federasyonları veya büyük ölçüde yerel özyönetime sahip "demokratik imparatorluklar" şeklinde yeniden organize edilmiş bir devletler koalisyonu şeklinde de yapılabılır. Bu alanların her biri çok kutupludur ve karmaşık bir etnik, kültürel, dini ve idari faktörler sistemini kapsamaktadır (Pizzolo, 2020).

4. Post-Sovyet Dönemde Küresel Bir İmparatorluk İdeolojisi olarak Yeni Avrasyacılık

SSCB'nin dağılması ile birlikte Rus siyasi ve toplumsal hayatında etkili olan düşünce akımlarının başında gelen Batıcı klasik düşünce Rusya'nın stratejik olarak Batı ile ortaklık kurması gerektiğini ve Batı'nın askeri, siyasi, iktisadi ve toplumsal kurumlarını model olarak benimsemesi gerektiğini savunmaktaydı (Bassin, 2021). Böylece Rusya, SSCB'nin mirası topraklarda emperyal mirastan uzaklaşacaktı. Nitekim dağılmayı izleyen yıllarda pratik zeminde de Dışişleri bakanı olarak Andrey Kozırev ve Başbakan olarak Yegor Gaidar ve Boris Yeltsin dönemi Batıcılık fikirleri olarak temsil edilmişti. Ancak 1990'lı yılların ortalarına doğru Batıcıların politikaları ekonomik ve toplumsal istikrarı sağlayamamakla birlikte Batılı büyüme modellerine duyulan güven sarsılınca gerek bir ideoloji gerekse de bir jeopolitik kuram olarak Yeni Avrasyacılar güçlenerek ortaya çıkmıştır (Laruelle, 2008) (İşyar, 2010). Mevcut durumun kabul edilip ABD ve Batı ile ilişkiler Rus siyasi hayatında Yeni Avrasyacı düşüncelerin etkili olmasını beraberinde getirmiştir. Çünkü Yeni Avrasyacılık nezdinde Rusya, emperyal mirası olan SSCB ve Rus çarlığı üzerindeki alanlarda süper bir güç konumundadır ve bu güce yakışır şekilde hareket etmelidir.

Laurrelle'ye göre 1990'larda doğan tüm Avrasyacı hareketlerin -aynı ön varsayımları paylaşmasalar da- ortak noktası emperyal bir Rusya anlayışıdır (Laruelle, 2008). Glebov, Avrasyacılık'tan daha "emperyal" bir ideoloji bulmanın zor olduğuna dikkat çekmiştir (Glebov, 2015). Avrasya'nın kültürel ve ulusal birliğini iddia eden Yeni Avrasyacı düşünürler, Rus İmparatorluğu'nun eski sınırlarının yeniden inşa edilmesini ve Doğu'ya doğru daha da genişlemesini meşrulaştırmaya çalışmışlardır (Pizzolo, 2020). Bu da gösteriyor ki, Yeni Avrasyacı yorum, ülkenin farklı bölgelerinde etkili bir şekilde kendi kaderini tayin hakkını güvence altına almayı amaçlamamaktadır. Bunun yerine, azınlık milliyetçiliklerini barındırmak ve kontrol etmek için federalizmi bir araç olarak kullanarak emperyalist düzeni yeniden tesis etmeyi amaçlamaktadır (Laruelle, 2008).

Yeni Avrasyacı jeopolitik düşünce içerisinde uluslararası politikada devamlı genişleyen imparatorlukları temel aksiyon birimi olarak gören en önemli iki düşünür Alexandr Dugin ve Alexandr Panarin'dir. Bu iki Yeni Avrasyacı uluslararası sistemde kültürel ve jeopolitik odaklı okumalarında imparatorluğun içeriğini agresif ve saldırgan bir şekilde temellendirmişlerdir (Peunova, 2008). Bu iki yayımcı Yeni Avrasyacı düşünürün nezdinde gelecekteki dünya siyasetine uyumlanabilecek en yerinde büyük adım dünyadaki jeopolitik açığı doldurabilecek hızlı ve geniş bir yayılma stratejisidir (Laruelle, 2007). Dugin'in Yeni Avrasyacılığı, Sovyet sonrası Rusya'nın öz bilincinin ana özelliği haline gelen ideolojik ve politik bir olgu olarak ortaya çıktı. Dolayısıyla Dugin'in Avrasyacılığı bölgesel sınırların ötesinde olup küresel bir vizyona sahiptir (Bassin, 2014). Bu küresel proje artık Avrasyacılık altında daha fazla fikir sahibi olan Avrasyalıların da diasporasında yer alıyor (Khalid, 2022). Bu dönemde Panarin de SSCB'nin çöküşüyle, aşırı toplumsal eşitsizlik ve adaletsizlikle, Rus kültürünün batılılaşmasıyla, yeni liberal elitlerin siyasi hâkimiyetiyle karşı karşıya kaldı. Bu tarihi politik bağlamda Panarin'in de Yeni-Avrasyacılığın nasıl alternatif kuramsal bir model sunmayı ve yeni bir küresel açıklayıcı sistem bulmayı arzuladığını altını çizmiştir (Sigachev & Gnerre, 2019, s. 261-273).

Bu çerçeveden SSCB'nin çöküşünden sonra Avrasyacılık özellikle Dugin ve Panarin aracılığıyla siyasi bir hareket olarak klasikten Yeni Avrasyacılığa doğru yeniden ortaya çıktı. Klasikten Yeni Avrasyacılığa geçiş süreci Rus siyasi seçkinleri Alexandr Dugin ve Alexandr Panarin tarafından dile getirildi. Dugin ve Panarin daha sonra 1990'lı yıllarda Rusya'yı tanımlayabilecek daha kapsamlı fikirlerle Avrasyacılık felsefesini yeniden tasarlamaya başladı. Bu noktadan hareketle çalışmanın bu bölümünde Dugin ve Panarin'in Yeni Avrasyacı jeopolitik ve ideolojinin küresel hegemonya ve Rusya'nın imparatorluk tahayyülünü hangi açılardan bir araç olarak sundukları ortaya konacaktır.

4.1. Alexander Dugin ve Yeni Avrasyacılık Sistemi: Felsefesi ve Stratejisi

Dugin geleneksel Avrasya fikrini, klasik aşırı sağ düşünceden alınan unsurları ekleyerek Yeni Avrasyacı düşüncenin temellerini atmıştır. Bu unsurlar muhafazakâr devrim kavramı², Alman jeopolitik ilkeleri³ ve Rusya'nın ulusal misyonuna ilişkin söylemlerden oluşmaktadır. 2000'li yılların başında Dugin, liberalizm, marksizm ve faşizm gibi üç temel ideolojinin yapı sökümüne dayanan "Dördüncü Siyaset Teorisi"nin (*The Forth Political Theory*) doğuşunu ilan ederek Yeni Avrasyacı felsefeye yeni bir yorum getirmiştir (Dugin A. , 2012).

Dugin'in Yeni Avrasyacı kuramı içerisinde farklı yönünü ortaya koyan unsur onun fikriyatında jeopolitiğin önemli yer edinmiş olmasıdır. Dugin jeopolitiği, siyasi elitlerin hizmetinde olan ve onların uluslararası ortama yönelik beklentilerini ifade eden bir bilim ve aynı zamanda ideoloji olarak okumaktadır. Jeopolitik, siyasi elitlerin alanıdır ve siyasi kararlar almak için gerekli bilgiyi sunan, yönetime ilişkin bir tür ders kitabıdır. Haushofer'in Alman Jeopolitik geleneğine atıfta bulunan Dugin, jeopolitiği bir devleti yönetme bilimi olarak görmektedir (Świder, 2019).

Dugin'in öncülüğünde yayımcı Avrasyacıları klasik avrasyacıardan ayırıklaştıran yön güçlü bir devlet düşüncesine sahip olmaları ve uluslararası ilişkileri çatışmacı bir düzlemde yorumlamalarıdır (Bassin, 2008). Bununla birlikte bir mekân siyaseti olarak tanımladığı jeopolitiği hâkim medeniyet anlayışına ve bu medeniyetin tarihselcilğine karşı geliştirilmiş bir araç olarak kullanmaktadır. Dugin, Rus tarihinin en önde gelen tarihçisi ve coğrafyacı Lev Gumilev'in tarihsel süreçlerle ilgili kuramlarından etkilenerek Avrasya coğrafyası üzerinden kendine özgü jeopolitik temellendirmelerini ortaya koymuştur. Gumilev'in Avrasya coğrafyası üzerinde farklı halkların genetik karakterleri ve yaşadıkları coğrafya ile ilgili geliştirdiği

² Dugin bu kavramın içeriğini şu şekilde açıklamaktadır: gelenek, hiyerarşi, statizm, ulusçuluk, toprağa bağlılık ruhanilik gibi sağın ideal ve olumlu tarafları. Bu içerikler manzumesine uyan yayımcı sıfatından da öngörüleceği üzere bu içerikler modern Rusya'nın SSCB'nin ötesinde daha geniş bir alana yayılmasının yolunu göstermektedir. Detaylı bilgi için bkz: Ömer Göksel İşyar, *Avrasya ve Avrasyacılık*, Bursa: Dora Yayınları, 2010.

³ Ernst Junger (1895–1998) ve Oswald Spengler (1880–1936) gibi "üçüncü yol" savunucularından etkilenen Dugin, Alman muhafazakâr devrimini ve onun Nazizm'in entelektüel gelişimi üzerindeki etkisini temsil eden Alman siyaset filozofu Carl Schmitt'ten belirgin bir şekilde etkilendiği görülür. Hatta Dugin, iki savaş arası Alman soyuna bağlı olduğunu iddia etmekte, Schmitt ve Haushofer gibi bir kıtasal jeopolitikçi olmak istemektedir. Bu bağlamda, Dugin Rusya'nın merkeziliğinin ve kıtasallığının, iki savaş arası dönemdeki Almanya'nın jeopolitiğiyle karşılaştırılması gerektiğini düşünmektedir. Detaylı bilgi için bkz: Alexander Dugin, *The Fourth Political Theory*, Budapesht: Arktos. 2012.

“Etnogenez/süperetnos” kavramı Dugin’in jeopolitiğinde önemli yer tutmaktadır (İşyar, 2010) (Boliachevets, 2017). Dugin, Gumilev’in Kiev ve Moskov Rusya arasındaki ayrım, Rus etnosunun oluşumunda Moğol egemenliğinin temel rolüne ve Rus tarihinin etnogenez aşamalarının modelini takip ederek yorumlanmasına odaklanan Rus tarihi görüşünü yeniden yapılandırmıştır (Shlapentokh, 2014).

Dugin’i etkileyen bir başka düşünür Carl Schmitt olmuştur. Dugin’in eseri *Dördüncü Siyaset Teorisi*, Carl Schmitt’in “Geniş uzay/alan”, “İmparatorluk” (Reich), “ulusların hakları”, “jeopolitik egemenlik” ve “talasokrasiler ile tellurocracyler” arasındaki mücadele kavramlarını özümseyen felsefesinden büyük ölçüde etkilenmiştir (Pizzolo, 2020) (Laruelle, 2008). Schmitt’in Dugin üzerindeki etkisi, Rus jeopolitikçisinin uluslararası sisteme ve genel olarak dünyaya ilişkin görüşlerinde açıkça görülmektedir. Schmitt’in “İmparatorluk”un doğuşu, doğası ve kapsamı hakkındaki düşünceleri hem Weimar Cumhuriyeti’nin hem de Hitlerci Üçüncü Reich’in Alman tarihi, siyasi ve coğrafi bağlamını aşmaktadır. Schmitt’in emperyal paradigması, sonsuza kadar geçerliliği kabul edilen ve Rusya’ya aktarılabilir üstün bir siyasi-hukuksal düşünce modelinin temellerini atmıştır. Avrasyacılara göre İmparatorluk fikri Schmitt’inkiyle tam olarak örtüşmektedir. Zira onlara göre imparatorluk, dünya mekânının medeniyet birliğini bünyesinde barındıran somut bir parça olarak okunmaktadır (Pizzolo, 2020).

Schmitt, birkaç “imparatorluk” ve “geniş alan”dan oluşan bir dünya düzeni tasavvur etmektedir. Bu vizyon, onu çok kutuplu, küreselleşme karşıtı ve ulusal-muhafazakâr bir uluslararası topluluğun inşası için en güvenli platform olarak algılayan Dugin’in Dördüncü Siyaset Teorisi’nin paylaştığı vizyonla neredeyse aynıdır. Bu anlamda Yeni Avrasyacılık, Schmitt’in imparatorluk ve geniş mekânlar fikrinin bugün ve gelecekte temellendirilmesinin ideolojik aracı olarak tasavvur edilmektedir (Pizzolo, 2020). Yeni Avrasyacılar, bir Avrasya İmparatorluğu’nun yaratılmasının iddialı bir siyasi projeyi temsil ettiğinin bilincindedir ve bu imparatorluğun nasıl bir siyasi şekle sahip olması gerektiğini anlamaya çalışmaktadır. Misalen Dugin, imparatorluk ilkesinin mutlaka önde gelen bir figürün varlığını gerektirmediğine inanarak Avrasya İmparatorluğu’nun imparatoruz bir imparatorluk olabileceğini öne sürmektedir (Dugin A. , 2012).

İkincisi, imparatorluklar her zaman sivil toplumun oluşumu için en uygun araçlardır. Başka bir deyişle imparatorluk formasyonu, imparatorluğun sınırlarında yaşayan halkların ve toplumların evrimine her daim daha uygundur. İmparatorluklar barışı korumak ve refahı artırmak için kurulurdu. Barışçıl, güvenli, düzenli ve zengin bir dünyanın yaratılması, örneğin Pax Romana (Pax Augusta) ve Pax Britannica’nın temel ilkesiydi. İmparatorluklar, Hobbes dünyasının üstesinden gelecek, kanunlarla yönetilen toplumlar yaratarak devasa toprak parçalarını disiplin altına alacak, çeşitli etnik toplulukları birleştirerek kendi geleneksel geleneklerini korurken aralarında diyalogu garanti edecek, teknolojik, altyapısal ve sanatsal gelişmeyi teşvik edecek ve ticaret ve alışverişi kolaylaştıracaklardı. İmparatorluk sınırları içinde yaşayan tüm insanlar hiçbir ayrım ve sınırlama olmaksızın vatandaşlıktan yararlandığı için Avrasya İmparatorluğu, hak ve görevlere dayalı, barışçıl, müreffeh, gelişmiş bir toplumun yaratılmasına araç olacaktır (Pizzolo, 2020).

Üçüncüsü, kurumsal açıdan imparatorluklar, katı bir stratejik merkezîyetçiliği yerel devlet içi birimlerin geniş özerkliğiyle birleştiren, daha ziyade federal bir sistem yapısında bir araya gelen siyasi-bölgesel yönetimlerdir (Howe, 2002). Buradan Avrasya İmparatorluğu’nun merkezîleşmeyi kendi iç idari ve yerel birimleri için geniş kapsamlı özerklik biçimleriyle birleştireceği sonucu çıkmaktadır. Böylelikle Dugin, Avrasya İmparatorluğunun yaratılmasının, küresel Amerikan İmparatorluğu’na somut bir evrensel alternatifi temsil edeceğine de inanmaktadır (Dugin A. , 2005). Her ne kadar Rusya, temel odağını temsil etse de sınırları, başta SSCB sonrası alan ve BDT ülkeleri de dâhil olmak üzere, Avrasya geniş alanının büyük bir kısmını kapsayacaktır. Dahası, çok kutupluluk ve karşılıklı egemenlik ilkelerine saygı göstererek, birlikte barış içinde yaşaması beklenen çok sayıda başka imparatorlukla çevrelenmiş bir imparatorluğu temsil edecektir. Bu kuralın tek istisnası, Dugin’in nazariyesinde çok kutuplu bir dünya projesini desteklemeyen ve bu nedenle uluslararası bir birleşik cepheyle karşılaştırılmayı hak eden Amerikan İmparatorluğu’dur (Dugin A. , 2005). İlk aşamada tek kutuplu bir dünya inşasını durdurmak, sekteye uğratmak ve savuşturmak, sonraki aşamada ise çok kutuplu bir dünyada birçok emperyal kutup arasında karşılıklı etkinin sınırlarını kesinleştirmek için bir imparatorluğa ancak potansiyellerini asimetric bir yapıda katlayabilen veya toplayabilen çok sayıda imparatorluk karşı çıkabilir. Gerçek çok kutupluluğun sınırlarına ulaşmak için, Rusya, medeniyet açısından kendisine yakın olan ülkeleri ve halkları öncelikle BDT ülkelerini

kendi etrafında bütünleştirerek post-Sovyet alanda nüfuzunu yeniden oluşturmalıydı. Aynı zamanda, Amerikan imparatorluğuna karşı bugün var olan tüm alternatiflerinden oluşan birleşik bir cephenin oluşumu teşvik edilmelidir. Bu anlamda sadece İslam dünyası değil, Kıta Avrupası, gelişmekte olan Latin Amerika Asya ve Afrika'nın diğer ülkeleri de bu koalisyonda yer almalıydı (Dugin A. , 2005).

Dugin'in jeopolitik okuması, Asya'da Rusya'nın ve Avrupa'da Alman ekseninin hegemonyası altında güçlü bir birleşik yönetim yaratmayı amaçlamaktadır ve Avrasya İmparatorluğu'nun Atlantikçiliğin, ABD'nin stratejik kontrolünün ve Batılı liberal değerlerin reddi üzerine kurulacağını iddia etmektedir. Jeopolitiği dogmatik bir ideoloji olarak gören Dugin, dönemin uluslararası olaylarını açıklamak için *Heartland*, *Rimland* ve *World-Island*'in klasik jeopolitik şemalarını kullanmaktadır (Dugin A. , 2005). Bu anlamda, NATO'nun doğudaki genişlemesini deniz gücünün yararına Rimland'da genişlemeye yönelik Atlantikçi bir plan olarak görmektedir. Aynı zamanda, Almanya ile Fransa arasında bağımsız bir Avrupa ordusunun yaratılmasına yönelik olası bir anlaşmanın, kara gücüne avantaj sağlayacak bir kıtasal gücün yaratılmasına yönelik ileri bir adım olduğunu düşünmektedir (Dugin A. , 2015).

Dugin'e göre jeopolitik, küresel imparatorluklar kurma amaçlarına hizmet ettiğinden evrensel bir kapsam taşır. Dolayısıyla herhangi bir bölgesel, ulusal veya federal jeopolitik olamaz çünkü doğası bir bilim veya teknik değil, öncelikle coğrafi faktörler tarafından kendilerine bahsedilen mutlak güce sahip olanlar veya bunun için çabalanlar için bir dünya görüşüdür. Bu çerçeveden, jeopolitik özü kapsamı bakımından küreseldir, çünkü yalnızca uzayın bir bölümünü değil, dünyanın tüm alanlarını etkileyen kader belirleyici kararları dikkate alır (Pizzolo, 2020). Bu varsayımlar üzerinden Dugin, Rusya'yı küresel Avrasya İmparatorluğu'nun merkezine yerleştirmektedir (Kalinin, 2019). Rusya kendisini Avrasya topraklarının birleşmesine ve Batılı liberal ilkelerin yerine daha muhafazakâr değerleri koymaya götürecektir jeopolitik bir açık kadere sahiptir. Dugin nezdinde Rusya, evrensel bir imparatorluk kuracak nitelik ve meşruiyete sahiptir.

Kaderi tamamen Moskova'nın Üçüncü Roma unvanının benimsenmesiyle miras alınan imparatorluk mesleğine dayandığından İmparatorluk Roma'sının tersine Moskova, Rusya'nın emperyal dürtüsü derin teleolojik ve eskatolojik bir anlama sahiptir (Kalinin, 2019). Dugin biraz da indirgemeci bir tarzda, Rusya ve dünyanın geri kalanı için önemli olan tek şeyin, yalnızca Avrasyacıların algıladığı "görünmez bir imparatorluk" olan Avrasya kara imparatorluğunun ABD liderliğindeki Atlantikçi siyasi blokla çatışması olduğuna inanmaktadır (Dugin A. , 2015). Dugin, jeopolitik analiz mercekleme aracılığıyla siyaseti, kültürü ve dini ilgilendiren tüm olayları, kara gücü ile deniz gücü arasındaki, sonuçta büyük bir imparatorluğun kurulmasına ve bir başkasının yıkılmasına yol açacak olan bu büyük çatışmanın gölgelerine geri götürmektedir. Bu bağlamda Rusya'nın özel rolü, ABD'nin tek kutuplu küresel modelini alt edecek yeni bir çok kutuplu düzenin kurulmasında dünyaya liderlik etmektir. Böylelikle 'Dünya Adası'ndan ortaya çıkacak kara gücü, çok kutuplu bir dünya çerçevesinde "Dublin'den Vladivostok'a kadar" birleşmiş egemen aktör Pan-Avrasya İmparatorluğu olacaktır (Dugin A. , 2005).

Dolayısıyla Dugin'e göre Rusya'nın jeopolitik çıkarları, onun tarihin coğrafi eksenindeki konumunu yansıtmaktadır (Dugin A. , 2005). Kıtasal bir güç olarak Rusya, Avrasya'da sürekli bir geniş alan mücadelesi yürütmektedir. Bu nedenle, doğal etki alanı olarak Rusya'nın açık kaderi, Avrasya üzerindeki kontrolünü yeniden güvence altına almaktır. Zira küresel bir süper güç olma yönündeki açık kaderini ancak bunu yaparak gerçekleştirebilir. Dugin, Ratzel'in organik devlet teorisinden yararlanarak da bahse konu Rus ulusal kimliğinin yenilenmesi için de mekânsal genişlemenin önemini vurgulamaktadır ve bunun ancak Rusya'nın Avrasya mekânının eksenindeki haklı yerini geri almasıyla başarılacağını öne sürmektedir. Bu nedenle, alansal/uzaysal genişleme, yalnızca Rusya'nın ulusal yenilenmesinden ve onurundan ayrılamaz olduğu için değil, aynı zamanda Atlantikçiliğe karşı temel bir savunma stratejisi ve siper olarak hizmet ettiği için de meşru bir strateji olarak kabul edilmektedir. Örneğin, bu projenin bir parçası olarak Sovyet sonrası Rusya'nın Güney'i (eski SSCB toprakları), Yeni Avrasyacılar için özel bir yere sahiptir (Smith, 1999). Bu nedenle Avrasya İmparatorluğu'nun yaratılmasının ilk adımı Sovyet sonrası alanın entegrasyonu olacaktır. Her ne kadar bu ülkeler birbirlerinden etnik, dinsel ve kültürel açıdan büyük farklılıklar gösterse de ortak bir Avrasya ruhunu paylaştıklarına ve Avrasya geniş alanının doğal parçalarını oluşturduklarına inanmaktadırlar (Kalinin, 2019). Nitekim Yeni Avrasyacı düşüncede de Kazakistan, Özbekistan, Tacikistan, Türkmenistan ve Kırgızistan gibi Orta Asya ülkelerinin entegrasyonu diğerlerine göre çok daha

kolay olacaktır çünkü bu ülkeler Rusya veya NATO etrafında dönen “yarı başarısız devletler” olarak algılanmaktadır (Pizzolo, 2020). Dugin, ayrıca bu bölgede Ukrayna ve Gürcistan Rusya’nın nüfuz alanına dâhil edilmeden Avrasya İmparatorluğu’nun var olamayacağına inanmaktadır. Hâlihazırda Zbigniew Brzezinski’nin de ileri sürdüğü üzere, Ukrayna ve Gürcistan Amerikan İmparatorluğu’nun bir parçası olursa, Atlantikçiliğin Avrupa’daki konumu çok daha güçlü olacak ve Rus imparatorluk projesi boğulacaktır (Brzezinski, 1986).

Bu anlatım bağlamında Dugin’in *Dördüncü Siyasi Teori*’sinin ifadesi olarak Avrasyacılık, tüm Avrasya halklarını ortak bir emperyal devlet çatısı altında birleştirebilecek irtibat noktası olacaktır. Avrasya uygarlığı Belaruslular, Kazaklar, Yakutlar, Çeçenler, Büyük Ruslar, Moldovalılar, Osetyalılar ve Abhazlar arasında ortaktır. Avrasya toplumunda birçok halk ve kültür karışarak birbirini zenginleştirmiştir. Bu karışımın çekirdeğini Rus temeli oluşturmaktadır ve fakat hiçbir tahakküm, ayrıcalık ve üstünlük göstergesi olmadan, Avrasyacılık, Cengiz Han’dan Üçüncü Roma olarak Moskova’ya kadar önceki tüm imparatorluk fikirlerinin sentezlenmesini ve bu temel üzerinde ortak bir paydanın yükseltilmesini önermektedir. Kısacası imparatorluk kurma iradesinin formülü tarih, kültür, dil ve ortak kader ve benzer ahlaki ve dini yapı Avrasya halklarını birleştirmektedir (Dugin A. , 2012). Dugin’in Rus toplumunun zihinsel ve ahlaki kodlarına ilişkin de bir tasavvuru bulunmaktadır. Dugin bu tasavvur sürecini Rus kimliğinin temel unsuru olan Ortodoksluk temelinde yürütmek istemektedir. Çünkü bu tasavvur İdeolojik düzeyde yeni Avrasya İmparatorluğu olarak, Üçüncü Roma’nın eşsiz bir sentezini oluşturmada önemli bir unsurdur (Dugin A. , 2005).

4.2. Panarin’in Avrasyacılığı: Rus Mesihçiliğinin İdeolojisi

Dugin gibi Panarin’in de düşüncesinde jeopolitik kayda değer öneme sahiptir. Panarin, jeopolitik analizlerinde kıtasal ve deniz güçleri arasındaki rekabeti açıklamak için Spykman’ın Kenar Kuşak bölgesi modelinden yararlanmıştır (Matern, 2007). Panarin, Kenar Kuşak teorisini kıta ve Atlantik alanları arasında çekişmeli bir Avrupa bölgesi olarak tasvir etmiştir. Şöyle ki, tarihsel olarak, her iki alanın hegemonları onu kontrol etmeye ve stratejik ve kültürel bir bakış açısıyla kolonileştirmeye çalışmaktadır. Panarin bu jeopolitik görüşü kapsamında Avrasya Kalpgâh’ının bölünmezliği ve Rusya’nın uygarlığın özel bir taşıyıcısı olduğu temelindeki fikirlerinde ısrarcıdır (Matern, 2007). Panarin, Slav kültürünün Avrasya coğrafyasındaki tekliline karşı çıkmakta ve Rusya’nın gerek ruhani ve gerekse de siyasi merkezinin Urallar’ın ötesine taşıdığı iddia etmektedir (İşyar, 2010). Bahse konu misyon duygusu tedricen Rus yayılmacılığının başlıca kaynaklarından biri haline gelecektir. Materyalist ve agnostik görünümdeki Avrasya’nın kurtarılmasını vesile kılan Rusya’yı farklılaştıran yüksek değerleridir (Serbest, 2017). Bu şekilde Rusya’ya Mesihçi ideolojiye dayanan bir görev verilmektedir.

Bu çerçevede Rusya’nın jeopolitik durumunu ele alırken Panarin, Batı’nın Rus devletine ilişkin izole etme niyeti taşıyan çifte standardından da bahsetmektedir. Bundan dolayı Rusya, Post-Sovyet dönemde ülke medeniyetinin gerçek doğasını ve özünü ortaya koyan tercihler yapmalıdır. Nitekim Panarin bu yolda da iki kutuplu bir dünya tahayyülü ortaya koymaktadır. Elbette bu bir ucunu Batı’nın liderliğini yaptığı, diğer ucunda ise Avrasya’nın bulunduğu kutuptur. Batının temsil ettiği modellere eğilim göstererek jeopolitik intihardan kaçınmak için Rusya küreselleşme/etnisite, Kuzey/güney, doğu/Batı gibi ikilemleri reddedip Avrasyacı gelenekteki gerçekçi iki kutupluluğu tekrardan kurmalıdır (İşyar, 2010).

Panarin, diğer medeniyetlerin döngüsel bir şekilde gelişirken, Batılıların doğrusal bir zaman anlayışını ve dar bir tarihsel gelişim algısını takip ettiğine inanmaktaydı. Medeniyetlerin birbirine indirgenemeyeceğini, her birinin Batı modeline kadar izi sürülemeyen farklı değerlere dayanan sağlam ve kapalı bir yapı oluşturduğunu savunmaktaydı. Toplumsal yapının değişmez biçimlerinin taşıyıcısı olan her uygarlık kendine özgü özelliklere sahip olacak ve bunların yok olması tüm insanlığı yoksullaştıracaktı. Panarin’in düşüncesi, ulusların niteliksel açıdan diğerlerini yargılayamayacaklarını, tek bir evrensel geçerli modelin var olmadığını ve her uygarlığın moderniteye giden yolu özerk bir şekilde izlemesi gerektiğini iddia eden kültürel görecelikten oldukça etkilenmiştir (Pizzolo, 2020).

Panarin, eserlerinde sıklıkla Batı’nın gerilemesi ve çürüyen Batı sisteminin radikal bir şekilde reddedilmesini dile getirmiştir (Peunova, 2008) (İmanov, 2008). İmanov’a göre Panarin, *Rossia v Tsiklakh Mirovoi İstorii* (Rusya Dünya Tarihinin Çevrimlerinde) başlıklı çalışmasında Francis Fukuyama’nın “tarihin

sonu” fikrine karşı tezlerini ortaya koymuştur (İmanov, 2008). Çalışmada liberal-demokratik paradigmanın içsel sınırlarını ve her şeyden önce evrensel ölçekte benimsenmesinin imkânsızlığını göstermeye çalışmıştır (İmanov, 2008). Pizzolo’ya göre de Panarin’in ana teorik hedeflerinden biri dünya halkları arasında medeniyet bilincini yenilemektir. Medeniyet bilinci, dünyanın doğal çeşitliliğinin farkındalığı ve kabulü anlamına geliyordu ve bu, sonuçta Batılı küreselci paradigmaya alternatif bir kavramsal paradigmanın yayılmasını sağlayacaktı (Pizzolo, 2020).

Panarin’in medeniyet anlayışı, dünyanın geleceğini özelleştirmekten sorumlu olan Amerikan küreselleşmesine olası alternatifleri teorileştirmeye çalışan tarihin çoğulluğu fikrine dayanmaktadır. Panarin’in çerçevesi bir bakıma Samuel Huntington’un medeniyetler çatışması kuramıyla yakından ilişkilidir. Her ikisi de dünyayı medeniyet bölgelerine bölme fikrini benimsemiştir (Laruelle, 2008). Panarin’in inançları onu Avrupa kozmopolitliği, hümanizm ve eşitlikçilik ilkelerine karşı çıkmaya yöneltti. Anavatan, evrensel kesinliklere erişim sağlayabilecek tek varlık olarak düşünülüyordu. Ancak Panarin, yerel-etnik bölgesel anayurtlar veya Batı tipi ulusal devletler yerine, bir medeniyet alanı, yani bir imparatorluk yaratma kapasitesine sahip daha büyük bir anavatana itaat yemini edilmesinin gerekliliğini vurguladı. O, Batı’nın eşitlikçi evrenselciliği ile Avrupalı olmayan dünyanın etnik tikelciliği arasında üçüncü bir yolun, adil bir ortamın varlığını varsaydı (Pizzolo, 2020).

Panarin, Avrasyacılığı iki kutupluluk sonrası dünyada modern dönem Rusya için bir çözüm olarak sunmaktadır. Sovyet deneyiminden sonra ülke, Rus medeniyetinin gerçek doğasını veya özünü yansıtacak seçimler yapmak zorundaydı. Zira düşünür, 20. yüzyıldaki birçok Rus travması nedeniyle süreklilik unsurları aramaktaydı. Dinamik süreçlerle ilerleyen Batı’nın hızlı siyasi tarihine kararlılıkla karşı çıkmaktaydı. Panarin nezdinde halkların gerçek kaderini yalnızca kültürel ve dini faktörler şekillendirmeliydi. Bu bakımdan onun kültürel göreceliği de aşırıdır. Bir ulusun değerini yargılama hakkı veya kavramsal aracı yoktur düşüncesi kaçınılmaz olarak etno-sentrik olduğundan özgünlüğünü de elde edemez (Laruelle, 2008).

Panarin, kendisini aşırı milliyetçi ve aşırı sağın gürültülü bir savunucusu olarak nitelendiren, kültürcü, partikülerci, anti-liberal, Batı karşıtı, emperyalist, küreselleşme karşıtı, Rus Ortodoks ve jeopolitik fikirlerin karmaşıklığını desteklemektedir (Pizzolo, 2020). Panarin’in ortaya attığı bu eklektik fikir karışımı, Rus topraklarında yeni Avrasyacılık şemsiyesi altında buluşmaktadır (Peunova, 2008). Panarin, Rusya’nın tarihini değerlendirirken, ülkenin coğrafi-tarihsel eğilimlerinin onu bir imparatorluk rejiminin benimsenmesine yönlendirdiğine inanmaktaydı. Rusya, ABD liderliğindeki küreselleşmeye alternatif bir modelin sağlanmasında dünyanın önde gelen itici gücünü temsil etmekteydi. Bu nedenle imparatorluk biçiminin doğal olduğu ve ortadan kaybolmasının kısa vadeli tarihsel bir hata olduğu inancına sahipti. Rusya’nın mesihlik misyonu fikrine bağlı olarak Panarin, Rusya’nın alternatif küreselleşme güçleri sayesinde insanlığın Batı modelinin üstesinden gelmeyi başaracağına inanmaktaydı. Bu bakımdan Avrasyacılık çerçevesini takip eden Panarin’in Yeni Avrasyacı düşüncesinin entelektüel düzlemi, Rusya’nın tüm hastalıklarının sorumlusu olarak görülen ve insanlığı yıkıma sürükleyen temel faktör olarak görülen Batı’nın reddi üzerine kuruludur (Pizzolo, 2020).

Genel olarak, Panarin etnik milliyetçiliğe karşıydı ve Avrasya’nın özgünlüğünün etnik tamamlamaya değil, halkların ortak geçmişine, ortak devlete ve birleşik siyasi emperyal iradeye dayandığına inanıyordu. O, coğrafya, iklim ve tarih arasındaki karmaşık bir etkileşimin neticesi olarak Rus toplumunu organik bir topluluk olarak görmektedir. Bir bakıma Rus halkı ortak bir kültür tarafından bir arada tutulan bir kolektivite konumundadır. İşte bu kolektivite Avrasya’nın temel değerlerinin de aynı zamanda sürdürülenidir. Çok etnikli uygarlıklarda ulus devletlerden ziyade kültürlerin, dinlerin ve tarihsel ortaklıkların toplumları bir arada tutmadaki işlevi önemlidir. Nitekim BDT ülkelerini yeni bir federasyon altında birleştirerek bir Avrasya imparatorluğunu yeniden kurmayı önerirken, ulusal cumhuriyetlerin keyfi olarak çizilmiş sınırlara değil organik, kültürel özelliklere dayalı bölgeler ile değiştirilmesini savunmaktaydı (Marina & Thomann, 2022).

O’na göre Avrasya çoğulculuğu medeniyetsel olarak düşünülmemeliydi. Batılılaşmış Avrupa bireysel haklara- yani bireyler için çoğulculuğa -öncelik verirken, Avrasya tüm bölgeler, uluslar, ülkeler için özerklik hakkını tanıyarak gruplara ve yaşam tarzlarının çeşitliliğine saygı duyarak kolektif haklar (bölgesel, etnik, dini) fikrini destekleyebilir. Böylece Medeniyet çoğulculuğu ilkesi, kültürel bireyciliğin yerini almaktaydı.

Panarin emperyalist fikri desteklemekteydi. Bu nedenle postmodern toplumların zorluklarına cevap verebilecek tek siyasi sistemin imparatorluklar olabileceğine inanmaktaydı. Çünkü dünyayı farklı bölgesel ve etnik çizgilere bölen bir medeniyet bilincini teşvik ettiler ve modern liberal toplumların kaosuna karşı siper olarak kullanılabilir bir düzen ideolojisi sağladılar. Aynı zamanda Avrasya'nın coğrafi uzantılarının siyasi boyutlarını da temsil ediyorlardı ve Avrasya'nın pan-kıta olarak doğal birleşmesini meşrulaştırıyorlardı. Başka bir deyişle imparatorluk modeli Avrasya'nın ulusal, dilsel ve dinsel farklılıklarına verilen doğal tepkiydi. Avrasyacı ideoloji, manevi temellere dayanan temel bir emperyal düşünceden esinlenerek, tüm ulusal ve toplumsal farklılıkların üstesinden bu şekilde gelecektir (Pizzolo, 2020).

Panarin'in tasavvur ettiği Rus ulusu, Rus halkını sivil olarak değil organik bir topluluk olarak bir araya getirmektedir. Bu doğal oluşum, coğrafya, iklim ve tarih arasındaki karmaşık etkileşim süreciyle oluşan ortak bir kültürün bir arada tuttuğu bir topluluktur. Maddi ve manevi zenginliğin kaynağı, temel değerlerin taşıyıcısı olan devlet ya da aydınlar değil, Rus *Narod*'udur (halkıdır). Dolayısıyla *Narod* kolektif bilincin koruyucusudur ve narodnost, Panarin'in düşüncesinde, Batılı bireyciliğin yanında kolektivizm ve cemaatçilik (*obsbchinost*) ile aynı anlama gelir (Peunova, 2008).

Panarin, Rusya'yı hem Avrupa'dan hem de Asya'dan ayrı bir medeniyet, ancak Asya'yla, çökmekte olan Avrupa'dan ve hatta daha da çökmekte olan ABD'den daha fazla yakınlığı olan bir uygarlık şeklinde Avrasya'nın çekirdeği olarak kavramsallaştırmıştır. Rus mesihçi ideolojiyi Avrasyacılığın temeline alan Panarin'in hayallerindeki Avrasya medeniyeti, ortak bir kültürle tanımlanmakta ve eski SSCB sınırlarına denk gelmektedir (İşyar, 2010). Panarin'in görüşüne göre benzersiz, çok etnik gruptan oluşan bir varlık olarak Avrasya'nın kaderi bir imparatorluk olmak ve dünyada Mesihlik misyonunu gerçekleştirmektir. Bu nedenle Avrasya'nın mekânsal bütünlüğünü ayırıştırabilecek olan etnik temelli milliyetçiliğin Avrasyacılığın siyasi ve kültürel değerlerine zarar verdiğini düşünür ve belirgin bir şekilde reddeder. Bu meyanda Panarin Fransız İhtilali sonrası evrenselleşen ulus devlet nosyonuna sanayileşmiş milletlerin ve cumhuriyetçi modellerin bir ürünü olarak yaklaşır. Zira Panarin, Rusya'nın her zaman bir imparatorluk olduğunu, bir imparatorluk olarak kalması gerektiğini ve ulus devlet olma yönündeki nafîle çabaları reddetmesi gerektiğini savundu (Marina & Thomann, 2022). Tüm bu noktalardan hareketle de Panarin, Avrasya'ya özgü siyasal değil, uygarlıksal çoğulculuğu tanımlamaktadır.

Panarin'e göre çoğulculuğun bu yapısı iki farklı siyasi deneyimde somutlaşmaktadır. Birincisi, bireye sosyo-politik demokrasiyi tanıyan cumhuriyette ve ikincisi, medeniyetsel bir demokrasiyi öneren imparatorlukta somutlaşmaktadır (Laruelle, 2008). Panarin yalnızca ikinci deneyimin, demokratik ilkenin derin ve ruhsallaştırılmış bir anlayışını sağladığını düşünmektedir. Avrasyacılık açısından prestijli Roma İmparatorluğu modeline dayanan imparatorluk bu nedenle iki kat daha meşrudur. Birincisi, insan ilişkilerini düzenlemenin üst düzeyidir. Yani küreselleşmiş bir dünyada uygarlık bilinci sunar, etnik merkezli bölgeselciliğin gelişmesine karşı koymak için evrenselci bir fikir önerir ve mevcut dünya karmaşasının ortasında otoriter bir ideoloji vaat eder. İkincisi, imparatorluk Avrasya'nın kendine özgü ve doğal sistemidir. Emperyal yapı, Avrasya'nın dini ve ulusal çeşitliliğiyle örtüşmektedir. Yani kendi normatifliklerini ileri sürmek için başka hiçbir temeli olmayan halklar için, etnik ve mezhepsel olarak çeşitlilik gösteren bir formasyon içindeki ortak yaşamın siyasi biçimidir (Laruelle, 2008).

Panarin'in söylemi ele alındığında daha gelenekseldir ve imparatorluk saltanatına ilişkin olumlu bir bakış açısına sahiptir. Düşünür, klasik Avrasyacılık düşüncesinde nadiren sözü edilen Budizm, Orta Asya, Kazaklar ve Sibirya (bu, Rusya'nın Avrasya durumuna ulaşmasını ve imparatorluk fetihlerinin doğallığını teyit etmesini sağlar) çeşitli unsurları rehabilite ederek kendisini diğerlerinden ayırmaktadır. Böylece Moskova'nın üçüncü Roma olduğu düşüncesi Rusya'nın Doğu'daki yayılmacılığıyla birleşmekte ve Moğol döneminin rehabilitasyonuna odaklanmaktadır. İlâveten Tatar boyunduruğu da Rusya'nın bir imparatorluk olmasını ve bozkırlara hâkim olmasını sağlayan bir zemindi. O'na göre gerçek Rusya, Moskova döneminde Ortodoksluk ile Moğol devletinin ilkelerinin birleşmesinden, Ruslarla Tatarların kaynaşmasından doğmuştu. Modern Rusya, Moğol İmparatorluğu'nun devletçiliğini (*gosudarstvennost*) ödünç almıştır ve onun eşsiz mirasçısıdır (Laruelle, 2008). Panarin'in nazariyesinde Rusya'nın Doğu'da imparatorluğunu meşrulaştıran bir uygarlaştırma misyonu vardır.

5. Sonuç

Avrasyacılık, Rusya'nın ana ideolojilerinden biri olarak tanımlanmaktadır. Rus kimliğine ilişkin sorunların kesin olarak çözülmesini destekleyen topyekûn, kapsayıcı, metafizik ve bilimsel, politik ve felsefi bir doktrindir. Rusya'nın Avrupa'dan ve Batı'dan ayrı olarak kendine özgü toplumsal ve jeopolitik yolunu izlemesi gerektiği fikrine dayanan yeni jeopolitik, kendini Avrasya'nın önde gelen devleti ilan eden Rusya'ya SSCB sonrası alanda özel bir rol de vermektedir. Avrasyacılık emperyal düşünceyi meşrulaştırmayı, Rusya'nın kıtasal ve Asya boyutunu savunmayı ve ülkeyi Avrupa karşısında indirgenemez bir kimlikle güçlendirmeyi amaçlamaktadır. Bu düşüncenin en başta gelen temsilcisi olan yayılmacı Dugin ve Panarin gibi Yeni Avrasyacılar dünya tarihine yön veren sürecin hâlihazırda iki zıt güç arasında jeopolitik hâkimiyet mücadelesinden neşet ettiğini dile getirmektedir. Dugin ve Panarin için bu güçler jeopolitik yönelimlerindeki belirgin ayrıksılıklarıyla sınıflandırılabilirler. Yayılmacı Yeni Avrasyacılar zıt güç konumundaki Atlantikçi bloğun lideri ABD'ye direnmek için karşı jeopolitik ittifaklar kurmanın önemini sürekli vurgulamaktadır. Atlantik bloğunun liderlik ettiği yeni dünya düzenine rakip olmak için de Avrasya bloğu içerisinde tüm Avrupa birleşmeli ve küresel bir aktör olarak devletlerin de yerini Rusya'nın organize edici rolüyle Avrasya imparatorluğu gibi kıta devletleri almalıdır. Bu nedenle Avrasya imparatorluk tahayyülü nihai kertede ABD'ye karşı bir "Pax Eurasiatica" olarak direniş noktasını oluşturmaktadır.

Çalışma boyunca anlatılanlar çerçevesinde Dugin ve Panarin'in temellendirmelerinin jeopolitik popüler kültürün bir tezahüründen mi yoksa jeopolitiğin gelişimine gerçek bilimsel katkı anlamında jeopolitik yeni bir dönemin tezahüründen daha fazlası mı olduğu elbette açık bir soru olarak kalmaktadır. Daha ziyade, ideolojik katmanı gerçek insan doğası, insan egoizmi, salt güç ve tahakküm arzusuyla yüzleşmeye dayanmayan Rusya ve dünya tarihindeki yeni bir ütopyanın tezahürü gibi görünmektedir. Panarin ve Dugin'in jeopolitik aşkıncılığı, Rusya'nın Avrasya'ya yönelik emperyal projesi, postmodernizm koşullarında küresel liberalizme karşı savaşan neo-muhafazakâr, post-liberal ideolojik bir gücün kurulmasını öngörmektedir. Bu düşüncülerin jeopolitiğinin Rus yönetici seçkinlerinin fikirleri ve hayalleri üzerindeki etkisi göz ardı edilmese de bu etkinin tam olarak ne kadar büyük olduğunu da belirlemek elbette kolay değildir.

Bununla birlikte Avrasyacılığın sömürgecilik karşıtı duruşunun özgürleştirici olmadığını belirtmek gerekir. Yeni Avrasyacılık emperyal alanın birliğini sürdürmeyi, yerel milliyetçilikleri silahsızlandırmayı ve Rus imparatorluk alanının Avrupalı olmayan bir öznelliğini ifade etmeyi hedeflemektedir. Ancak bu özgürleştirici bir proje olmaktan öte liberal normların yayılmasına tepki olarak hiyerarşik bir otoriterliği, sabit kimlikleri ve değerleri öne sürmektedir. Dahası, Avrasya projesi aracılığıyla Batı'ya karşı kendi öznenliğini ileri süren Rusya hem teoride hem pratikte kendi komşularına karşı bölgesel bir hegemon gibi hareket etmektedir. Bu nedenle söz konusu bu durum, Morozov'un Rusya'yı "madun bir imparatorluk" olarak tanımlamasında yerinde bir şekilde özetlenen bir paradoksu ortaya koymaktadır (Morozov, 2015).

Her şeyden önce Büyük Avrasya jeopolitik bir projedir. Jeopolitik içeriğini ortaya çıkarmak için etkisini üç düzeyde değerlendirmek yerinde bir yaklaşım olabilir. En üst düzeyde, dünya düzenini yeniden tahayyül eden, uluslararası düzenin küresel düzlemini ve Avrasya ile Batı'nın bu düzen içindeki rolünü yeniden yapılandıran bir tahayyüldür. İkinci düzeyde, büyük güçlerin Büyük Avrasya içindeki, özellikle de Hindistan, Çin ve Rusya arasındaki ilişkileri Rusya'nın lehine olacak şekilde yapılandırmak için bir mekanizma sağlamaktadır. Son olarak, Orta Asya devletleri arasındaki bölge içi gerilimleri ve çatışmaları ele aldığını iddia eden yeni bir bölgesel güvenlik modeli de sunmaya yardımcı olduğu gözlemlenmektedir.

Son tahlilde Yeni Avrasyacılık en üst düzeyde yeni bir dünya düzeninden başka bir şeyi savunmamaktadır. Bu sebepten belirli politika alanlarına ayrıntılı odaklanmanın aksine özellikle dış politika girişimlerinin Rusya'nın imparatorluk sonrası kimliğini inşa etmede oynadığı önemli rol de düşünüldüğünde uluslararası değişimin meta-süreçlerine odaklanmasının pek çok nedeni vardı. Yeni bir dünya düzeni arzusu, Soğuk Savaş'ın sonuçlarından ve Soğuk Savaş sonrası uzlaşmadan duyulan derin hoşnutsuzluktan kaynaklanmaktadır. Geçici bir süre yükselişte gibi görünen tek kutuplu dünya, kısa sürede ivmesini kaybetti ve ortaya çıkan çok kutuplu dünya, yeni bir küresel düzene doğru atılan ilk adımı oluşturdu. Bu tarihi-politik bağlamda da Rus dış politika düşüncülerini dünya düzeninin bir tür çok kutupluluk olan makro bloklara dönüşmesini öngörmektedir ve fakat büyük güçlerin bölgesel hegemonlar olarak rolüne güçlü bir vurgu yapmaktadır. Öyle ki, bu düşünceleri çerçevesinde bu alanlarda bölgesel

kurumların önemli bir birleştirici rol oynayacağını ve aynı zamanda bölgelerin sınırlarını da çizeceğini iddia etmişlerdir.

Bu tür bir düşünce, Rusya'daki uluslararası ilişkiler üzerine muhafazakâr düşünürler arasındaki jeopolitik, bölgesel ve küresel ölçekte düşünmekten kıtasal yaklaşım olarak adlandırılan forma doğru yeniden eğilime doğru önemli bir değişimi yansıtabilir. Halihazırda kıta jeopolitiği, SSCB sonrası Rusya'da muhtemelen egemen jeopolitik olarak, öncelikle iki savaş arası Alman geleneğinden güçlü bir şekilde etkilenen Dugin'in ve Panarin'in çalışmaları aracılığıyla ortaya çıkmıştı. Söz konusu dönemden bugüne bu düşünce tarzı muhafazakâr Yeni Avrasyacı düşüncenin merkezi bir ilkesi haline geldi. Bu anlamda Büyük Avrasya, her ne kadar pek çok açıdan kusurlu olsa da uluslararası ilişkilerde yalnızca yeni bir Rus kimliğini değil aynı zamanda Rusya'nın öncü bir rol oynadığı yeni bir dünya düzenini de ifade etme özgüvenine sahip Rus seçkinleri için güçlü bir söylemsel çerçeve sağlamıştır.

Çarlık Rusya ve SSCB dönemleri boyunca elde ettiği geniş toprakların çoğundan yoksun bırakılan jeopolitiğin, Rusya'ya yeni uluslararası kimliğini açıklama ve ulusal kaderine ilişkin rehberlik sağlama konusunda görece fırsat sunduğu düşünülebilir. Soğuk Savaş sonrası dünyanın çalkantıları göz önüne alındığında, jeopolitik Batı'da da bir tür rönesans yaşamıştır. Hem Rusya'da hem de Batı'da jeopolitiğe olan bu yenilenen ilgi Uİ'de teori gelişimini nasıl etkiledi? ve Rus dış politikasının şekillendirilmesine nasıl yardımcı oldu? Laruelle, Avrasya'ya dair orijinal fikirlerin, toprak ve çevrenin belirleyici faktörler olduğu bir 'coğrafi ideoloji' olarak anlaşılabilirliğini savundu.

Öte yandan, Büyük Avrasya aynı zamanda Avrasyacı dünyanın sınırlarından, Rusya'nın önemli bir rol oynayabileceği çok daha geniş bir kıtasal bölgeye entegre olmanın girişimini de temsil etmektedir. Büyük Avrasya söylemi, Avrasya'nın geleneksel sınırlarının ötesinde Rusya'nın asli bir rol oynayabileceği alanı açmaya çalışıyor ve kıtasal ölçekte bir jeopolitik tahayyül inşa etmektedir. Otarşik Avrasyacılığın açıkça reddedilmesine rağmen, Büyük Avrasya diğer taraftan hala onlar ve biz arasında sınırlar oluşturarak Büyük Avrasya tahayyülünün sınır oluşturma işlevini de zinde kılmaktadır. Böylece Rusya, her zaman Avrupa'nın çerperinde yer alan çevresel bir Avrupa gücü olmaktan ziyade coğrafyası bizzat Rusya tarafından söylemsel olarak inşa edilen yeni Avrasya coğrafyasında merkezi bir oyuncu olmaya doğru sadece coğrafi olarak değil kimlik açısından da yeniden kavramsallaştırılmaktadır.

5. Extended Abstract

Beyond being a concept used to describe a specific geographical region consisting of the combination of the European and Asian continents, Eurasia constitutes a geopolitical area where the power struggle between the East and the West takes place. New Eurasianists have been much more interested in geopolitics. Accordingly, Russia is neither East nor West. Russia is an axis in its own geopolitical sense and a unique civilization in ethno-cultural terms. Alexandr Dugin and Alexandr Panarin, who advocate for the Russians to become an empire again, advocate placing imperial Eurasia, led by Russia, against the new world order based on the maritime-centered Atlanticist geopolitics of the USA. Apart from its traditional definitions as a science, a research paradigm or a special method of analyzing the international situation, the concept of geopolitics has additionally been transformed into an ideology in Russia, given a Russian-centered character and endowed with a messianic aspect. Russian geopolitics has become a postmodern method of defusing post-imperial trauma, establishing political and geographical connectivity between Russia's successive imperial formations, and providing continuity to Russian history, which is often questioned in times of significant breakthroughs. At this point, Eurasianist geopolitics has erased from the minds of Russians the traumatic sense of identity depletion and political deprivation that resulted from the collapse of the Soviet empire. This can be read as an attempt or method to explain and rationalize Russia under post-imperial conditions by equipping Russian destiny with new myths and historical missions.

Intellectual circles with political aspirations, such as the expansionist Eurasianist group led by Aleksandr Dugin and Alexandr Panarin, sought to create geopolitics as a new total Russian worldview that determined all spheres of life. Indeed, according to Neoeurasianists, geopolitics is the science of the tradition. The peoples of Eurasia, Russia, and parts of Europe also represent the sanctity of an eternal moral and cultural paradigm. Because they are a people with traditions, and the elaboration of tradition is one of the main roles of geopolitics. In the conceptual framework, in other words, on the discursive level,

this was the understanding of creating and even imposing sacred geography, both as a fundamental interpretation of the laws governing Russian history and as the most appropriate reading of the Russian historical identity. Russian geopolitics, in its neo-imperial or messianic variants, treats Russia as a civilizational phenomenon and imposes on this country a specific political and cultural mission that goes beyond its borders and provides moral justification for international actions undertaken by Russian authorities. In fact, this modern Russian geopolitical determinism – like universalist-imperial doctrines of the past (including communism) – is an attempt to transcend not only the geographical but also the civilizational periphery of Russia. The purpose of this research is to investigate what kind of ideology Eurasianism is and what its aims and objectives are. The study specifically examined the neo-Eurasianist ideology of Dugin and Panarin and tried to reveal that this ideology represents one of the most fundamental and structured theorizations on Eurasianism. The research has also attempted to reveal geopolitical schemes that emphasize the strategic importance of the Eurasian continent, paying particular attention to the Heartland theory of classical geopolitics.

Keywords: Neo Eurasianism, Russia, Geopolitics, Alexander Dugin, Aleksandr Panarin, Heartland.

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.

Kaynakça

- Avcı, Y. (2020). Soğuk Savaşın Klasik Jeopolitik Teorilerin Uygulanmasına İmkan Veren Doğası ve ABD Dış Politikasının Soğuk Savaş Dönemindeki Seyri. D. Ş. Mangır içinde, *Uluslararası İlişkilerde Jeopolitik Tartışmalar ve Pratikler* (s. 53-103). Ankara: İKSAD International Publishing House.
- Bassin, M. (2008). Eurasianism “Classical” and “Neo”: The Lines of Continuity. M. Tetsuo içinde, *Beyond the Empire: Images of Russia in the Eurasian Cultural Context* (s. 279-294). Sopporo: IEDA.
- Bassin, M. (2021). Klasik ve Yeni Avrasyacılık, Geçmişten Gelen Devamlılık. *Bilge Strateji*, 5(2), 608-638.
- Bassin, M., & Konstantin, A. (2006). Mackinder and the Heartland Theory in Post-Soviet Geopolitical Discourse. *Geopolitics*, 99-118.
- Berryman, J. (2012). Geopolitics and Russian foreign policy. *International Politics*(49), 530-544.
- Blouet, B. (2010). *Geopolitics and Globalization in the Twentieth Century*. London: Reaktion Books.
- Boliachevets, L. (2017). Post-Imperial Agony or Pan-Continental Future? Classical Eurasianism as a Global Ideology in the Interwar Period. *Global Histories*, 3(1), 2-18.
- Brzezinski, Z. (1986). *Game Plan: A Geostrategic Framework for the Conduct of the U.S.--Soviet Contest*. Boston: Atlantic Monthly Press.
- Brzezinski, Z. (1998). *The Grand Chessboard: American Primacy And Its Geostrategic Imperatives*. New York: Basic Books.
- Burbank, J., Von Hagen, M., & Remnev, A. (2007). *Russian Empire: Space, People, Power, 1700-1930*. Indiana: Indiana University Press.
- Cohen, S. (1975). *Geography and politics in a world divided*. New York: Oxford university press,.
- Cohen, S. (2008). *Geopolitics: The Geography of International Relations*. New York: Rowman & Littlefield Publishers.
- Criekemans, D. (2022). *Geopolitics and International Relations: Grounding World Politics Anew*. Boston: Brill Nijhof.
- Dennett, T. (1935). Mahan's "The Problem of Asia. *Council on Foreign Relations*, 13(3), 464-472.
- Dugin, A. (2005). *Rus Jeopolitiği: Avrasyacı Yaklaşım*. İstanbul: Küre.
- Dugin, A. (2012). *The Fourth Political Theory*. London: Arktos.
- Dugin, A. (2014). *Eurasian Mission – An Introduction to Neo-Eurasianism*. Arktos.
- Dugin, A. (2015). *Last War of the World-Island: The Geopolitics of Contemporary Russia*. (J. Bryant, Çev.) London: Arktos.
- Erol, M. S. (2006). Küresel Güç Mücadelesinde Avrasya Jeopolitiği ve Avrasyacılık Tartışmaları. İ. Çomak içinde, *Rusya Stratejik Araştırmaları* (s. 119-141). İstanbul.
- Evans, G., & Jeffrey, N. (2001). *The Penguin Dictionary of International Relations*. Columbia: Penquin Books.
- Gaddis, J. L. (2006). *The Cold War: A New History*. Bristol: Allen Lane.
- Gaddis, J. L. (2014). *George F. Kennan: An American Life*. London: Penguin.
- Glebov, S. (2015). N. S. Trubetskoi's Europe and Mankind and Eurasianist Antievolutionism: One Unknown Source. M. Laruelle, S. Glebov, & M. Bassin içinde, *Between Europe and Asia: The Origins, Theories, and Legacies of Russian Eurasianism* (s. 48-67). Pennsylvania: University of Pittsburgh Press.
- Gray, C. (1977). *The Geopolitics of the Nuclear Era: Heartland, Rimlands, and the Technological Revolution*. New York: Crane, Russak.
- Gray, C. (1977). *The Geopolitics of the Nuclear Era: Heartlands, Rimlands, and the Technological*. New York: Crane, Russack.
- Howe, S. (2002). *Empire; a Very Short Introduction*. Oxford : Oxford University Press.
- İmanov, V. (2008). *Avrasyacılık Rusya'nın kimlik Arayışı*. İstanbul: Küre Yayınları.
- İsmailov, E., & Papava, V. (2010). *Retbinking Central Eurasia*. Central Asia-Caucasus Institute & Silk Road Studies Program.
- İşyar, Ö. G. (2010). *Avrasya ve Avrasyacılık*. Bursa : Dora.
- Kalinin, K. (2019). Neo-Eurasianism and the Russian elite: the irrelevance of Aleksandr Dugin's geopolitics. *Post-Soviet Affairs*, 35(5), 461-470.

- Karaganov, S. (2016, Ekim 25). *From East to West, or Greater Eurasia*. Russia in Global Affairs: <https://eng.globalaffairs.ru/articles/from-east-to-west-or-greater-eurasia/> adresinden alındı
- Kennan, G. F. (1947, July 1). *The Sources of Soviet Conduct*. Foreign Affairs: <https://www.foreignaffairs.com/russian-federation/george-kennan-sources-soviet-conduct> adresinden alındı
- Kissinger, H. (1994). *Diplomacy*. London: Simon & Schuster.
- Lacoste, Y. (2020). *Coğrafya Savaşmak İçindir*. (S. Sezer, Çev.) İstanbul: Ayrıntı.
- Laruelle, M. (2008). *Russian Eurasianism: An Ideology of Empire*. Baltimore: The Johns Hopkins University Press.
- Mackinder, H. (1904). The Geographical Pivot of History. *The Geographical Journal*, 23(4), 421-437.
- Mangır, Ş. D. (2020). Coğrafi ve Jeopolitik Ekseninde Neo-Avrasyacılık. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 43, 193-208.
- Marina, G. K., & Thomann, P. E. (2022). The concept of “Greater Eurasia”: The Russian “turn to the East” and its consequences for the European Union from the geopolitical angle of analysis. *Sage Journals*, 3-15.
- Marlène, L. (2007). The two faces of contemporary Eurasianism: an imperial version of Russian nationalism. *Nationalities Papers: The Journal of Nationalism and Ethnicity*, 115-136.
- Matern, F. (2007). *The Discourse of Civilization in the Works of Russia's New Eurasianists: Lev Gumilev and Alexander Panarin*. Toronto: York University.
- Morgenthau, H. (1978). *Politics among Nations: The Struggle for Power and Peace*. New York: Knopf.
- Morozov, V. (2015). *Russia's Postcolonial Identity: A Subaltern Empire in a Eurocentric World*. London: Palgrave Macmillan.
- Morozova, N. (2019). From Ontological Insecurity to Counter-Hegemony: Russia's PostSoviet Engagement with Geopolitics and Eurasianism. R. Belloni, V. Della Sala, & P. Viotti içinde, *Fear and Uncertainty in Europe* (s. 153-175). London: Palgrave Macmillan.
- Nadezhda, A. (2019). Three Faces of Russia's Neo-Eurasianism. *Global Politics and Strategy*, 7-24.
- Neumann, I. (1997). The Geopolitics of Delineating ‘Russia’ and ‘Europe’ The Creation of the ‘Other’ in the European and Russian Tradition. P. B. Tunander, & V. I. Einagel. içinde London: Sage.
- Nye, J. S., & Welch, D. A. (2014). *Understanding global conflict & cooperation : intro to theory & history*. London: Pearson Education.
- Østerud, Ø. (1988). The Uses and Abuses of Geopolitics. *Journal of Peace Research*, 25, 191-199.
- Paradorn, R. (2006). Interpretations of Eurasianism: Justifying Russia's Role in East Asia. *Europe-Asia Studies*, 371-389.
- Parker, G. (1988). Western Geopolitical Thought in the Twentieth Century. *Journal of Peace Research*, 191-199.
- Petro, N., & Rubinstein, N. (1997). *Russian Foreign Policy From Empire to Nation-State*. Pearson.
- Peunova, M. (2008). An Eastern Incarnation of the European New Right: Aleksandr Panarin and New Eurasianist Discourse in Contemporary Russia. *Journal of Contemporary European Studies*, 407-419.
- Pizzolo, P. (2020). *Eurasianism: An Ideology for the Multipolar World*. Lanham: Lexington Books.
- Quy, H. S. (2022). Aleksandr Gelievich Dugin's Neo-Eurasianism and its geopolitical implications. *Social Sciences Information Review*, 16(4), 3-14.
- Serbest, B. (2017). Tarihsel Süreçte Rus Avrasyacılığı: Klasik Avrasyacılıktan Neo-Avrasyacılığa. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(3), 285-307.
- Shlapentokh, D. V. (2014). Implementation of an Ideological Paradigm: Early Duginian Eurasianism and Russia's Post-Crimean Discourse. *Contemporary Security Policy*, 35(3), 380-399.
- Smith, G. (1999). The Masks of Proteus: Russia, Geopolitical Shift and the New Eurasianism. *The Royal Geographical Society*, 24(4), 481-494.
- Sprout, H., & Margaret, S. (1968). *An Ecological Paradigm for the Study of International Politics*. Princeton: Center for International Studies.
- Spykman, N. (1969). *The Geography of the Peace*. Mishawaka: Archon Books.

- Świder, K. (2019). Russian Neo-Eurasian Geopolitics as a Total Ideology on the Example of Aleksandr Dugin's Concept. *Civitas Studia: filozofii polityki*, 61-85.
- Świder, K. (2019). Russian Neo-Eurasian Geopolitics as a Total Ideology on the Example of Aleksandr Dugin's Concept. *Civitas. Studia: filozofii i polityki*, 25, 61-85.
- Tsygankov, A. (2003). Communist and Post-Communist Studies. *University of California Press*, 31(1), 101-127.
- Tuathail, G. Ó., & Dalby, S. (1998). *Rethinking Geopolitics*. London: Routledge.
- Wallerstein, I. (2005). *Dünya Sistemleri Analizi: Bir Giriş*. (E. A.-N. Ersoy, Çev.) İstanbul: Aram.
- Wehrschutz, C. (1998). Rus Fikriyatının Parçası Olarak Avrasyacılık. *Uygurluğun Yeni Yolu Avrasya* (s. 23-41). içinde İstanbul: Kızılelma Yayıncılık.
- Wesson, R. (1974). *The Russian Dilemma: A Political and Geopolitical View*. New Jersey: Rutgers University Press.
- Yeşiltaş, M. (2014). Eleştirel Jeopolitik. T. Arı içinde, *Postmodern Uluslararası İlişkiler Teorileri-2* (s. 227-259). Bursa: Dora.

İnternet Reklamına Yönelik Fiziksel Tepkilerin Ölçülmesi: Banner Reklamlar Üzerine Araştırma

Bahadır Burak SOLAK* 
Özen OKAT** 

ÖZ

İnternetin bir reklam platformu olarak popülerlik kazanmasına ve çevrimiçi reklamcılığa giderek artan ilgiye rağmen, internet reklamlarının tıklanma ve dönüşüm oranları hala istenilen seviyede değildir. Bu konuda, tüketicilerin internet reklamlarını bilinçli olarak görmezden geldikleri veya web sitelerinde bu tür reklamları fiziksel olarak fark edemedikleri üzerinde durulmaktadır. Dolayısıyla burada bahsedilen durum, bilimsel olarak araştırmayı gerektiren bir konuyu ortaya çıkarmaktadır. Ayrıca, internet reklamcılığının her geçen gün gelişen bir araştırma alanı olması göz önüne alındığında, akademik literatürü zenginleştirmek adına da güncel çalışmalar yapılması gerekmektedir. Bu bağlamda çalışmayla, bir internet reklam türü olan banner reklamlara yönelik görsel davranış biçimini incelemek amaçlanmıştır. Bu doğrultuda 32 gönüllü katılımcı ile göz izleme cihazı (eye-tracking) kullanılarak deney yapılmış ve katılımcıların banner reklamlara yönelik fiziksel tepkileri ölçülmüştür. Böylelikle banner reklamlar özelinde katılımcıların görsel davranış biçimleri analiz edilmiştir. Fiziksel tepkilerle ilgili verilerin analizi, banner reklamların web sayfalarında dikkat çektiğini ancak katılımcıların ağırlıklı olarak düşük veya orta düzeyde odaklanma gerçekleştirdikleri ortaya çıkarılmıştır. Bir diğer ifadeyle, bannerların bahsedilen düzeylerde dikkat çektiği anlaşılmıştır. Detaylı bulgular, gerekli analiz ve yorumların ardından çalışmanın ilgili bölümlerinde hem akademiye hem de sektöre katkıda bulunmak için okuyucularla paylaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: İnternet Reklamcılığı, Banner Reklam, Nöropazarlama, Görsel Davranış.

Measuring Physical Reactions Towards Internet Advertising: Research on Banner Advertisements

ABSTRACT

Despite the increasing popularity of the internet as an advertising platform and the growing interest in online advertising, click-through and conversion rates for internet advertisements are still not at the desired levels. This issue highlights that consumers either consciously ignore internet advertisements or do not physically notice them on websites. Therefore, this situation necessitates scientific investigation. Furthermore, given that internet advertising is a continually evolving research area, there is a need for current studies to enrich the academic literature. In this context, the study aims to examine visual behavior towards banner ads, a type of internet advertisement. To this end, an experiment was conducted with 32 volunteer participants using an eye-tracking device to measure their physical responses to banner ads. Thus, the visual behavior patterns of participants specifically regarding banner ads were analyzed. The analysis of physical response data revealed that banner ads attract attention on web pages, but participants predominantly exhibited low to moderate levels of focus. In other words, it was found that banners attract attention at these mentioned levels. Detailed findings, along with the necessary analyses and interpretations, are shared with readers in the relevant sections of the study to contribute to both academia and the industry.

Keywords: Internet Advertising, Banner Advertising, Neuromarketing, Visual Behavior.

1. Giriş

İnternet kullanıcılarının sayısındaki artış ve internetin etkide bulunduğu alanın genişlemesi sonucu, pazarlama ve ticari amaçlı kullanım kaçınılmaz olmuştur. Pazarlama ve ticari kullanım bağlamında değerlendirme yapıldığında internetin kolay ve hızlı bir şekilde online alışverişe olanak sağladığı görülmektedir. Bu sayede birçok e-ticaret sitesi ortaya çıkmış ve insanlar bu siteler üzerinden ürün/hizmet satın almaya başlamıştır. Böylelikle günümüz tüketicileri online olarak ulaşma imkânı sağladıkları tüm

* **Corresponding Author/Sorumlu Yazar**, Arş. Gör. Dr./Res. Asist. Ph.D., Trabzon Üniversitesi, Trabzon, Türkiye/ Trabzon University, Trabzon, Türkiye b.brksolak@gmail.com

** Doç. Dr./Assoc. Prof. Dr., Ege Üniversitesi, İzmir, Türkiye/ Ege University, İzmir, Türkiye, eozenokat@gmail.com
Makale Gönderim ve Kabul Tarihleri/Article Submission and Acceptance Dates: 29.04.2024-14.07.2024

Citation/Atf: Solak, B. B., Okat, Ö. (2024). İnternet reklamına yönelik fiziksel tepkilerin ölçülmesi: banner reklamlar üzerine araştırma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 54, 392-412. <https://doi.org/10.52642/susbed.1475405>



ürün/hizmetler için dijital ortamda bilgi edinmeye ve satın alma davranışında bulunmaya başlamıştır. Bu durumun yanı sıra sanal dünyanın pazarlama amaçlı kullanımının başka bir boyutu ise ürün ve hizmetlerin çevrimiçi olarak tüketicilere tanıtılması yani internet reklamcılığıdır. Tüketicilerin bir ürünü veya hizmeti satın almaya yönlendirme sürecinde reklamın kendisi kadar kullanılan mecra da önemli bir rolü üstlenmektedir. Bu bağlamda internet, kullanım yoğunluğuyla birlikte reklamverenlere sağladığı faydalar göz önüne alındığında oldukça önemli bir reklam mecrası olarak ön plana çıkmaktadır.

İnternet, birçok avantajından dolayı çok uzun süreli geçmişi olmamasına rağmen televizyonu geçerek en çok tercih edilen birinci reklam mecrası konumuna gelmiştir. Fakat en çok tercih edilen birinci mecra olmasına rağmen internet reklamlarının tüketicilere ulaşma noktasında hala istenilen başarıyı elde edemediği görülmektedir. Örneğin, banner reklamlar (display ads) için bir değerlendirme yapıldığında bu tür reklamlara yönelik tıklanma oranlarının oldukça düşük olduğu görülmektedir. Bu durumla ilgili olarak literatürde, Benway (1999) tarafından kavramsallaştırılan banner körlüğü (banner blindness) üzerinde durulmaktadır. Bahsedilen kavram tüketicilerin tutumlarından dolayı banner reklamları görmezden gelmelerini veya fiziksel olarak çevrimiçi ortamda banner reklamların dikkat çekmemesini ifade etmek için kullanılmaktadır. Diğer bir ifadeyle banner körlüğü bilinçli veya bilinçsiz bir şekilde oluşan durumu ifade etmektedir. İnternet reklamlarına, özellikle banner reklamlara, yönelik yapılan araştırmalarda banner körlüğü kavramı internet reklamlarına tıklanma oranındaki düşüklüğün temel nedeni olarak ön görülmektedir. Ancak yapılan akademik ve sektörel çalışmalara rağmen, bu problemi çözmeye yönelik somut bir çözüm önerisi ortaya konulamamıştır. Dolayısıyla bu çalışmada internet reklamlarına yönelik görsel davranış konusunda somut incelemelerde bulunarak yukarıda bahsedilen problem üzerinde durulması amaçlanmıştır. Bu kapsamda tüketicilerin banner reklamlara yönelik fiziksel tepkileri diğer bir ifadeyle görsel davranış biçimleri incelenmiştir. Görsel davranış biçimi belirlenirken bannerın boyutu, yerleştirme düzeni ve teknik detaylar gibi değişkenler göz önünde bulundurularak nöro araştırma kapsamında göz izleme cihazıyla (eye-tracking) deneysel bir inceleme yapılmıştır. Çalışma kapsamında, görsel algılama sürecini etkilediği düşünülen banner boyutu veya yerleştirme düzeni gibi değişkenlerin banner reklamlarının site ziyaretçileri tarafından fark edilme düzeyleri üzerindeki etkileri araştırılmıştır. Dolayısıyla, temel olarak bu çalışmada bir internet reklam türü olan banner reklamlara yönelik görsel davranış biçimlerinin incelenmesi amaçlanmıştır. Bu kapsamda gerekli verileri elde edebilmek için deneysel yöntemden faydalanılarak görsel davranış sürecini tanımlamak için göz takip cihazıyla araştırma yapılmıştır.

Göz izleme cihazı ile toplanan veriler; ısı haritası (heat map), sıra (sequence), giriş zamanı (entry time/ms), bekleme süresi (dwell time/ms), yakalama sayısı (hit ratio), yakalama oranı (hit ratio/%), tekrar ziyaret (revisits), ziyaretçiler (revisitors), ortalama sabitleme (average fixation/ms), ilk sabitleme (first fixation/ms), sabitleme sayısı (fixation count) metrikleri kapsamında elde edilmiş sonrasında ilgili veriler analiz edilip gerekli bulgulara ulaşılmıştır. Araştırma sürecinde 18-45 yaş aralığında 16 kadın 16 erkek olmak üzere toplamda 32 gönüllü katılımcı ile deney gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda çalışmada “tesadüfi olmayan kolayda örnekleme yöntemi” kullanılmıştır. Araştırmanın amacına uygun demografik nitelikleri ve fiziksel yeterlilikleri gösteren, Ege Üniversitesi'nin çeşitli fakültelerindeki öğrenciler ve personeller katılımcı olarak deneye davet edilmiş, kabul edenler ile araştırma yapılmıştır. Katılımcı sayısı belirlenirken nöro pazarlama kapsamında yapılan önceki çalışmalar ve literatür dikkate alınmıştır. Örneğin, Sands (2021) $p < .01$ değerini (anlamlılık) elde etmek için yaklaşık 30-40 arası deneyin yeterli olduğunu söylemiştir. Diğer bir ifadeyle Sands, 30-40 kişilik denek grubunun, %1'den daha düşük hata olasılığına denk gelen optimum, tutarlı ve bilimsel olarak doğrulanmış bir örneklem grubu olduğunu belirtmiştir. Benzer şekilde yapılan diğer araştırmalarda da aynı sayılarda denek grubuna yönelik çalışmaların yapıldığı görülmektedir (Scott ve diğerleri, 2019, s. 1249).

Eye-Tracking ile yapılan deneysel çalışma ile tüketicilerin banner reklamlara yönelik fiziksel tepkileri somut olarak ölçümlenmiştir. Bu noktada göz izleme cihazı ile tüketicilerin dikkatini ve reklamlara verdikleri spontan tepkileri objektif olarak ölçümlemek, araştırma sorusunun cevabını bulma noktasında destekleyici olmuştur. Ayrıca göz takibi, tüketicilerin reklamlara nasıl tepki verdiklerini ve bilişsel katılımlarını gerçek zamanlı olarak görmeyi sağlamıştır. Web sitelerindeki banner reklamları tüketicinin bakış açısıyla görmek bir hayli önemlidir. Dolayısıyla temelde, tüketicilerin web sitesini nasıl inceledikleri, banner reklamları nasıl gördükleri ve hangi bannerların daha çok ilgi çektiği anlaşılmasına çalışılmıştır. Bu

bağlamda araştırmacı tarafından öncelikle iki farklı web sitesi ve markasız (no-name) olarak bannerlar hazırlanmıştır. Web sitesinin ve banner reklamların araştırmacı tarafından tasarlanmasının nedeni, katılımcıların web sitesine ve banner reklamlara göz aşinalığının olmasının istenmemesidir. Hazırlanan banner reklamlarda ürün olarak saat ve gözlük tercih edilmiştir. Bu ürünlerin tercih edilme nedeni ise cinsiyetsiz yani unisex ürünler olmalarıdır. Araştırmada kadın ve erkek katılımcı sayısının eşit tutulması dolayısıyla böyle bir yöntem izlenmiştir. Her bir ürün için 6 farklı biçimde olacak şekilde toplamda 12 farklı banner reklam hazırlanmıştır. Bu durum araştırmacıya tüketici davranışlarına dair içgörülerini anlamak için daha objektif veriler sunabilmiştir. Göz takibi, tüketicilerin banner reklamlara nasıl tepki verdiklerini ve bilişsel katılımlarını gerçek zamanlı olarak görmeyi sağlamıştır. Bu durum araştırmacıya internet reklamcılığı bağlamında tüketici davranışlarına dair somut davranışları anlamak için objektif veriler sunmuş böylelikle araştırma bu alanda yapılan diğer araştırmalardan farklılaşıp alana yeni bir bakış açısı getirmiştir. Dolayısıyla deneyden elde edilen verilerin değerlendirilmesiyle sonuçlandırılan araştırma, literatüre önemli bir katkı sunmaktadır. Bunun yanı sıra çalışma, sektörde internet reklamcılığı ile ilgili çalışan uzmanlara da banner reklamların nasıl daha etkili dizayn edilebileceği konusunda rehberlik edebilecektir. Sonuç olarak tüm araştırma sürecinde yapılan literatür taramasıyla birlikte uygulama kısmında deneyden elde edilen verilerin birleştirilip değerlendirilmesiyle alanyazına önemli bir katkı sağlanmıştır.

2. Literatür İncelemesi

İnternet reklamcılığı, bilgisayar ve internet teknolojisini kullanarak ürün/hizmet tanıtımını kapsayan pazarlama mesajlarını tüketicilere iletmektedir. Banner reklamlar, e-posta reklamları, arama motoru reklamları, sosyal medya reklamları ve mobil reklamlar internet reklamcılığının bazı alt türleridir (Anusha, 2016, s. 15). İnternet reklamcılığı aynı zamanda dijital, online ve çevrimiçi reklamcılık şeklinde hem akademik hem de sektörel literatürde yer almaktadır. Dolayısıyla kesinleşmiş bir kavramsallaştırma söz konusu değildir. Ancak anlam ve yapı olarak hepsi aynı şeyi ifade etmektedir. Genel anlamda internet reklamcılığı, reklamvereninin mevcut ve potansiyel hedef kitleye yönelik reklam mesajlarını çeşitli online kanallar (arama motorları, web siteleri, bloglar, sosyal medya) aracılığıyla dijital ortamda iletilmesi şeklinde tanımlanabilir. Öte yandan çevrimiçi reklamlar, tüketicileri belirli bir ürün/hizmet hakkında bilgilendirmenin yanı sıra tüketicilere şirketin web sitesini ziyaret etme, çevrimiçi bilgi edinme (sorgulama yapma), e-posta gönderme, sosyal medya üzerinden iletişime geçme veya sanal mağazalardan alışveriş gibi etkileşimli eylemleri gerçekleştirme olanağı da sağlamaktadır (Rzemieniak, 2015, s. 981). İnternet reklamcılığı dijital bir pazarlama iletişimi şeklidir. Dolayısıyla internet reklamcılığı tüketicilerle etkileşimi içermektedir. Bu bağlamda dijital reklamların doğrudan tüketiciyle etkileşimi sağlaması amaçlanmaktadır. Farklı çevrimiçi reklam türleri, çeşitli derecelerde etkileşime izin vermektedir. Bu noktada internet reklamcılığı, hedef kitlenin iletişim sürecindeki konumunu aktif bir role taşımaktadır (Janoschka, 2004, s. 47). Dolayısıyla tüketiciler internet deneyimleri sürecinde aktif kontrole sahip olduklarından gerçek zamanlı olarak çift yönlü iletişime geçebilirler. Bu bağlamda etkileşim, tüketiciler ile markalar arasında gerçekleşen iletişimin çift yönlülüğü, güncelliği, karşılıklı kontrol edilebilirliğine atıfta bulunan bilgisayar ve internet aracılı iletişimin bir özelliği olarak tanımlanmaktadır (Rosenkrans, 2009, s. 20).

İnternetin pazarlama ve reklam faaliyetleri için vazgeçilmez bir mecra haline gelmesiyle internet reklamcılığı yeni teknolojiye entegre bir şekilde hızla büyümektedir. İnternet reklamcılığının gelişim gösterdiği ilk dönemlerde basit yazı ve görsellerden oluşan bannerlar ilk internet reklam türü olarak ortaya çıkmıştır. Geçmişten günümüze internet ve bilişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler paralelinde banner reklamlar daha efektif bir hale gelerek birçok yeni internet reklam türüyle birlikte varlık göstermeye devam etmektedir. Bugün gösterim/tıklama (display) bazlı bannerlar hala en çok kullanılan internet reklam türüdür (Deloitte, 2023).

Bannerlar genellikle statik veya dinamik formda görsel ve metinlerden oluşurlar. Statik banner reklamlar etkileşimlidir ancak hareket veya yazı tipi değişimi yoktur. Öte yandan dinamik banner reklamlar daha deneyimseldir ve bu nedenle reklamcılar animasyon, müzik, gif ve hareketli görüntü kullanımından faydalanabilir (Li & Leckenby, 2007, s. 20). Bu tür reklamlar genellikle sayfanın üst kısmına, kenar boşluklarına veya altına yerleştirilir. Bu şekilde internet kullanıcılarının dijital aktivitesini kesintiye uğratmazlar. Bu bağlamda kullanıcı banner reklamlardan kaçmak zorunda hissetmez ve ürün/hizmet hakkında daha fazla bilgi almak isterse bannerı tıklayıp ürün/hizmet sitesine giderek daha fazla bilgi

edinebilir. Dolayısıyla geleneksel reklamlar ile banner reklam arasındaki temel farklardan bir diğeri de bannerin kullanıcı ekranını örneğin televizyonda olduğu gibi tam olarak kaplamaması ve kullanıcının aktivitesini kesintiye uğratmadan ürünü/hizmeti göstermesidir (Tavor, 2011, s. 123). Ayrıca, banner reklamlar, tüketicinin zihninde daha uzun süre kalırken satın alma kararlarında veya hizmet kullanımında önemli bir etkiye sahip olmaktadır. Böylece satın alma davranışında bulunacak bir tüketicinin aklına gelecek ilk markanın, banner reklamda gördüğü marka olması kuvvetle muhtemeldir (Nia ve diğerleri, 2020, s. 123-124).

Diğer taraftan, banner reklamların gösterim ve tıklanma oranlarıyla ilgili farklı kişi ve kurumlar tarafından yapılan güncel araştırmalarda küçük farklılıklar olmasına rağmen birbirine yakın rakamlara rastlanmaktadır. Yapılan araştırmaların ortak yönü ise hemen hemen tümünde gösterim oranlarının yüksek ancak tıklanma oranlarının düşük olmasıdır. Örneğin Volovich (2020) tüm sektörler için toplam görüntülü reklam tıklanma oranını (CTR) %0,35 olarak belirtmiştir. Bir başka dijital pazarlama uzmanı McCormick (2023) ise görüntülü reklamlar için ortalama tıklanmanın %0,09 ile %0,27 arasında değiştiğini söylemiştir. En güncel oranları belirten çalışmalardan birine göre ise display reklamlar için ortalama tıklanma oranı %0,46 olarak görülmektedir. Bu kapsamda önceki yıllara göre tıklanma oranlarının nispeten yükselişi söz konusudur (Irvine, 2024). Bu çalışma kapsamında gösterim ve tıklanma oranlarıyla ilgili veriler banner körlüğü (banner blindness) kavramı temel alınarak değerlendirilmektedir. İlk olarak Benway (1998) tarafından kavramsallaştırılan banner körlüğü, web sitesini ziyaret edenlerin bilinçli veya bilinçsiz olarak banner reklamları görmezden geldiği veya göremediği bir durumu tanımlamaktadır. Bunların yanı sıra teoriye göre, tüketiciler internet ortamına daha fazla alıştıkça, web sayfasının asıl içeriğini reklamlardan ayırt etmeyi öğrenmektedirler. Dolayısıyla bu durum da onların banner reklamları göz ardı etmesini sağlayabilmektedir. Sonuç olarak bu teori tüketicilerin zamanla öğrendiklerini ve reklamları görmekten kaçınmak için stratejiler geliştirdiklerini de varsaymaktadır.

3. Araştırma Tasarımı

3.1. Problem

Reklamverenler tarafından yapılan düzenli harcamalara rağmen internet reklamlarının tıklanma ve dönüşüm oranlarının istenilen seviyeye ulaşamadığı görülmektedir. Konuya banner reklamlar özelinde kuramsal bir bakış açısı ile yaklaşan Benway (1998) banner blindness yani Türkçesi ile banner körlüğü kavramından bahsetmektedir. Banner körlüğü (blindness) tüketicilerin internet reklamlarını bilinçli veya bilinçsiz olarak görmezden gelmesini diğer bir deyişle görmek istememesini veya görememesini ifade etmektedir. Bilinçli olarak görmeme (kaçınma) nedenleri tüketicilerin internet reklamlarına yönelik tutumlarıyla ilgiliyken, bilinçsiz olarak görmemeleri internet ortamında banner reklamı fiziksel olarak algılayamamaları yani reklamı fark edememeleriyle ilgilidir. Bahsedilen bu durum yani banner körlüğü neticesinde, internet reklamlarının tıklanma ve dönüşüm oranlarının düşük olabileceği değerlendirilmiştir. Ancak internet reklamlarının bilinçli veya bilinçsiz olarak görmezden gelindiğine ya da gelinmediğine dair güncel çalışmalarda yeterli veri söz konusu değildir. Bu noktada internet reklamlarına yönelik tüketicilerin görsel tepkilerinin öğrenilmesi konuyla ilgili önem arz etmektedir. Dolayısıyla bu çalışmanın sorunsal bahsedilen durumları banner reklamlar özelinde nicel ve görsel veriler eşliğinde irdelemek üzerine kurulmuştur.

3.2. Araştırma Soruları

- S1. Web sitelerinde kullanılan banner reklamlar, tüketicilerin dikkatini çekmekte midir?
- S2. Farklı boyuttaki (piksel) banner reklamlar, tüketicilerin dikkatlerini çekme noktasında bir değişiklik göstermekte midir?
- S3. Farklı konumdaki (sağ/sol veya üst/alt) banner reklamların tüketicilerin dikkatlerini çekme noktasında bir değişiklik görülmekte midir?
- S4. Web sitelerindeki banner reklamlara yönelik, temel performans göstergeleri (KPIs) ve ısı haritası (heat map) nasıl şekillenmektedir?

3.3. Araştırmanın Amacı

Çalışmanın amacı, deneklerin banner reklamlara yönelik görsel davranış biçimlerini (göz hareketleri, odaklanma vb.) anlamak ve banner reklam için en iyi formatı belirlemektir. Bu bağlamda, göz izleme çalışmasıyla deneklerin banner reklamları web sitesinde (reklam arama amacı olmaksızın) görmeleri sağlanarak banner reklamlara yönelik ne tür bir görsel davranış biçimi gösterildiğinin somutlaştırılması amaçlanmaktadır. Buradan hareketle banner reklamların dikkat çekme düzeylerini ve tüketicilerin fiziksel tepkilerini genel ifadeyle tüketicilerin banner reklamlara yönelik görsel davranış biçimlerini anlamak bu çalışmanın temel amacıdır.

3.4. Araştırmanın Önemi

İnternet reklamcılığına yönelik yapılan araştırmalar her geçen gün daha fazla önem kazanmaktadır. Çünkü geleneksel reklamcılıkla kıyaslandığına yeni bir pazarlama iletişimi türü olan internet reklamcılığı için yapılan yatırımlar sürekli artmaktadır. Dolayısıyla bu tür reklamlara yönelik sahada somut verilerin elde edilmesi gerekmektedir. Çünkü, bu tür reklamlara yönelik tüketicilerin fiziksel tepkilerinin anlaşılması hem akademik literatüre yeni bilgiler sunacak hem de internet reklamcılığının daha etkin olarak devam etmesini sağlayacaktır. Dolayısıyla bu çalışmada deneysel yolla ulaşılan nicel ve görsel verilerin olması alana güncel ve somut veriler ışığında yeni bir bakış açısı kazandıracak olması nedeniyle araştırma oldukça önemlidir.

3.5. Sınırlılıklar

1. Bu çalışmada elde edilen deneysel veriler, araştırmacı tarafından hazırlanan görsel uyarıcılara 32 katılımcı tarafından verilen fiziksel tepkilerle sınırlıdır. Katılımcı sayısı göz takip cihazı kullanılan örnek çalışmalardaki katılımcı sayıları referans alınarak belirlenmiştir.

2. Araştırmada deneysel bir yöntem kullanıldığından mekânsal anlamda sınırlılıklar söz konusudur. Bu nedenle deney katılımcıları deneyin yapılmasının gerekli olduğu İzmir ili Bornova ilçesi sınırları dahilinde bulunan kişilerden seçilmiştir.

3. Araştırmada kullanılan yöntem göz takip cihazı kullanımı gerektirdiğinden ve göz takip cihazı ile gerçekleştirilen deneylerde, katılımcıların yüksek numaralı gözlük ve lens kullanmaları cihazın göz hareketlerini takip edememesi sonucunu doğurduğundan söz konusu nitelikteki kullanıcılar araştırma kapsamı dışında bırakılmak durumunda kalmıştır.

4. Yöntem

Bu çalışma, Ege Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu'nun (30/06/2021 tarih, 8/7 toplantı ve karar sayısı, 1020 protokol numarası) kararı ile uygun bulunmuştur. Dolayısıyla bu çalışmada ilgili araştırma ve yayın etiği kurallarına uyulmuştur. Ayrıca, deneklere araştırmaya gönüllü olarak katılım sağladıklarına dair bilgilendirilmiş onam formu imzalatılmıştır.

4.1. Araştırma Türü

Araştırma, tüketicilerin fiziksel (somut) tepkilerinin göz izleme cihazı (eye-tracking) ile toplanarak çalışma kapsamında belirlenen metrikler ekseninde analizine dayanır. Dolayısıyla deneklerle bire bir ve somut veriler ışığında araştırma sürdürüldüğü için bu çalışma deneysel bir çalışmadır.

4.2. Örneklem

Çalışmada tesadüfi olmayan kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Dolayısıyla araştırmanın amacına uygun nitelikleri (demografik ve fiziksel özellikler) gösteren katılımcılar örneklem olarak belirlenmiştir. Bu kapsamda üniversite öğrencileri ve personelleri deney için gönüllü katılımcı olarak belirlenmiştir. Öte yandan katılımcı sayısı belirlenirken nöro araştırma kapsamında yapılan önceki çalışmalar ve literatür dikkate alınmıştır. Örneğin, Sands (2021) $p < .01$ değerini (anlamlılık) elde etmek için yaklaşık 30-40 arası denegin yeterli olduğunu söylemiştir. Diğer bir ifadeyle Sands, 30-40 kişilik denek grubunu %1'den daha düşük hata olasılığına denk gelen optimum, tutarlı ve bilimsel olarak doğrulanmış bir örneklem grubu olduğunu belirtmiştir. Aynı şekilde yapılan diğer araştırmalarda da benzer sayılarda denek grubuna yönelik çalışmaların yapıldığı görülmektedir (bkz. Tablo 1). Buna göre en uygun sayı 32

olarak belirlenmiştir. Bu bağlamda araştırmanın örneklemini 18-42 yaşları arasındaki 32 gönüllü (16 erkek ve 16 kadın) katılımcı oluşturmaktadır.

Tablo 1. Göz İzleme Çalışması Konuları ve Örneklem Sayısı

Araştırmacı	Çalışma	Örneklem
Eghbal-Azar and Widlok (2013)	Attention to displays in museums	16
Hernandez-Mendez and Munoz-Leiva (2015)	Online tourism advertising effectiveness	30
Marchiori and Cantoni (2015)	Online tourism website navigation	28
Wang and Sparks (2016)	Cultural effects on image evaluation	30
Yang (2012)	Restaurant menus	27

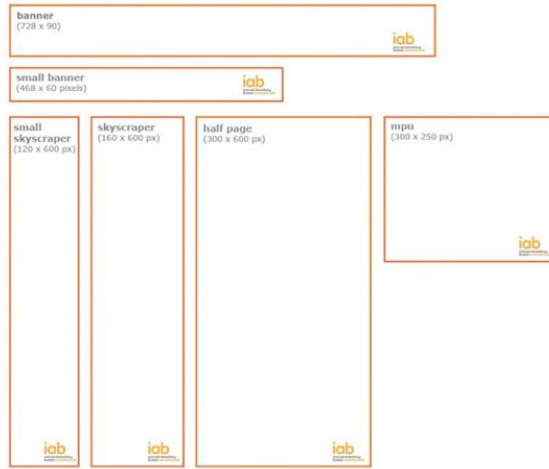
Kaynak: (Scott ve diğerleri, 2019, s. 1249)

4.3. Veri Toplama Aracı

Çalışmada fiziksel tepkilere yönelik (göz hareketleri, odaklanma vb.) verileri elde edebilmek için göz takip cihazı (eye-tracking) kullanılmıştır. Bilinçsiz örtük tutumları anlamak istiyorsak, katılımcıların beyanlarıyla sınırlı olmayan araçlarla da veri elde edilmelidir. Bu noktada nöro pazarlama kapsamında kullanılan veri toplama araçları ön plana çıkmaktadır. Nöro pazarlama kapsamında kullanılan veri toplama araçlarından faydalanılarak yapılan incelemeler neticesinde tüketici davranışlarına yönelik daha somut veriler elde edilmektedir (Maison, 2019). Bu çalışmada da nöro araştırma yöntemlerinden olan eye-tracking (ET) aracılığıyla, tüketiciler tarafından ziyaret edilen web sitelerinin bir reklam ortamı olarak haritalandırılması için tüketicilerin internet reklamlarına yönelik algı, dikkat ve odaklanma düzeyini ölçmeyi yani görsel davranış biçimini belirlemeyi hedefleyen bir göz izleme çalışması yapılmıştır. Bu kapsamda çalışmayla, çevrimiçi görüntülenen gerçek banner reklamlara yönelik tüketici tepkileri ölçülmüştür. Bahsedilen uygulama için, web sitelerinin 2 ve banner reklamlarının 12 versiyonu (belirli banner reklam formatlarını yansıtacak şekilde) araştırmacı tarafından profesyonel olarak tasarlanmıştır. Çalışmada farklı ürünlerin banner reklamları kullanılmıştır. Katılımcılara web sayfalarındaki banner reklamlar gösterilirken her web sayfası ortalama 15 saniye boyunca açık kalmıştır. Bu süre zarfında katılımcıların göz hareketleri ölçülerek verilere ulaşılmıştır.

4.4. Uyarıcılar

Bu çalışmadaki uyarıcılar (banner reklamlar) ve uyarıcıların incelendiği ortam (web siteleri) araştırmacının kendisi tarafından tasarlanmıştır. Uyarıcılar hazırlanırken IAB (Interactive Advertising Bureau) tarafından belirlenen standart banner reklam formatları kullanılmıştır (bkz. Şekil 1). Bu bağlamda Şekil 1’de gösterilen her bir biçimden 2 tane olmak üzere toplamda 12 adet banner reklam hazırlanarak web sayfalarına yerleştirilmiştir. Katılımcıların geçmiş marka deneyimlerinin araştırmayı etkilememesi adına araştırmacı tarafından reklamlar no-name (ismi henüz bilinmeyen) olarak oluşturulmuştur.



Şekil 1. Standart Banner Reklam Biçimleri

Kaynak: (Interactive Advertising Bureau Ireland, 2020)

4.5. Verilerin Toplanması ve Analizi

Deney tam olarak 1 saat 7 dakika 33 saniye sürmüştür. Katılımcılar web sitelerinin sayfalarını görüntülerken önceden tasarlanan uyarıcılara (banner reklamlara) yönelik veriler toplanmıştır ancak katılımcılar deney bitene kadar bundan haberdar edilmemiştir. Göz hareketi ölçümü ve analizinin amacı, izleyicinin görsel davranışı ve dikkat düzeyi hakkında bilgi edinmektir. Bu noktada istenilen yönde bilgiye ulaşmak için çeşitli metriklerden faydalanılmaktadır. Aşağıda bu çalışma kapsamında kullanılan metriklerin sıralaması mevcuttur. Metriklerin tanımlaması ise Tablo 2’de yer almaktadır. Göz izleme cihazıyla (eye-tracking) ölçülen metrikler; ısı haritası (heat map), sıra (sequence), giriş zamanı (entry time/ms), bekleme süresi (dwell time/ms), yakalama sayısı (hit ratio), yakalama oranı (hit ratio/%), tekrar ziyaret (revisits), ziyaretçiler (revisitors), ortalama sabitleme (average fixation/ms), ilk sabitleme (first fixation/ms), sabitleme sayısı (fixation count) şeklindedir. Bu çalışmada ilgi alanı belirli uyarıcılardaki (banner reklamlar) verileri ölçmeye yönelik olduğundan, özellikle analiz için burada belirtilen metrikler ön plana çıkmaktadır.

Tablo 2. Ölçülen Metrikler

Metrikler	Ölçüm Kapsamı
Sıra (Sequence)	Her bir AOI'ye yönelik odak sırasını veya diziyi temsil eder.
Giriş Zamanı (Entry Time/MS)	AOI'ye ilk bakıldığı zamanı ms olarak gösterir.
Bekleme Süresi (Dwell Time/MS)	AOI içerisinde izleme yapılan toplam süreyi ms olarak gösterir.
Yakalama Sayısı (Hit Ratio)	En az bir kez AOI'ye bakan deneklerin sayısını ifade eder.
Yakalama Oranı (Hit Ratio/%)	Bir AOI'ye bakan kişi sayısı ile deneydeki toplam katılımcı sayısı arasındaki yüzdellik oran olarak hesaplanır.
Tekrar Ziyaret (Revisits)	Gözün bir AOI içinde sabitlenme, AOI'den ayrılma ve AOI içinde sabitlemeye geri dönme sayısıdır.
Ziyaretçiler (Revisitors)	AOI'ye ilk odaklanmadan sonra tekrar dönüp bakan katılımcılardır.
Ortalama Sabitleme (Average Fixation/MS)	AOI'ye yönelik ortalama odaklanma süresidir.
İlk Sabitleme (First Fixation/MS)	İzleyicilerin belirli bir AOI'yi ilk kez ne kadar süreyle incelediklerini gösterir.
Sabitleme Sayısı (Fixation Count)	Belirli bir AOI'ye yönelik ortalama sabitleme sayısıdır.
Isı Haritası (Heat Map)	Katılımcıların odaklanma alanlarını ve yoğunluğunu göstermektedir.

Kaynak: (Ene, 2018, s. 63)

5. Bulgular ve Yorumlar

Banner reklamlar özelinde bir değerlendirme yapıldığında bu tür reklamların farklı boyutları ve farklı yerleştirme düzenleri bulunmaktadır. Bu bölümde web sitelerine yerleştirilen farklı boyuttaki ve yerleştirme düzenindeki banner reklamlar üzerine inceleme yapılarak hangi boyut ve hangi yerleştirme düzenindeki banner reklamların tüketicilerin dikkatini daha çok çektiği analiz edilmiştir. Bunun için öncelikle araştırma kapsamında oluşturulan web sayfalarındaki banner reklamların (uyarıcılarının) her birinin analizi için ilgi alanı (areas of interest) belirlenmiştir. Tablo 3'te ilgi alanlarının numaralandırılması, açılımı ve tanımlaması detaylı olarak görülmektedir.

İlgi alanları sayesinde spesifik olarak her bir uyarıcıya yönelik verilere ulaşılabilir. Area of interest (AOI) olarak da adlandırılan ilgi alanları, izleyiciler tarafından görüntülenen bir uyarının araştırmacı tanımlı alt bölgeleridir. Herhangi bir video, görsel, web sitesi veya uygulama arayüzündeki bir veya daha fazla belirli alanın performansını değerlendirirken ayrı ilgi alanlarının hepsi için metrikler aracılığıyla veriler çıkarmak mümkündür. Buradan elde edilen istatistiksel veriler araştırmaya önemli düzeyde katkı sunarak tamamen objektif bulgulara ulaşılmasını sağlar.

Tablo 3. Web Sayfalarındaki İlgi Alanları (AOIs)

Uyancılar	Uyancıların Tanımlaması
AOI 01	120*600 piksel banner reklam (sol kenar) (saat reklamı)
AOI 02	300*600 piksel banner reklam (sağ kenar) (saat reklamı)
AOI 03	300*600 piksel banner reklam (sol kenar) (gözlük reklamı)
AOI 04	120*600 piksel banner reklam (sağ kenar) (gözlük reklamı)
AOI 05	728*90 piksel banner reklam (üst taraf) (saat reklamı)
AOI 06	468*60 piksel banner reklam (alt taraf) (saat reklamı)
AOI 07	300*250 piksel banner reklam (sol kenar) (gözlük reklamı)
AOI 08	160*600 piksel banner reklam (sağ kenar) (gözlük reklamı)
AOI 09	160*600 piksel banner reklam (sol kenar) (saat reklamı)
AOI 10	300*250 piksel banner reklam (sağ kenar) (saat reklamı)
AOI 11	728*90 piksel banner reklam (üst taraf) (gözlük reklamı)
AOI 12	468*60 piksel banner reklam (alt taraf) (gözlük reklamı)

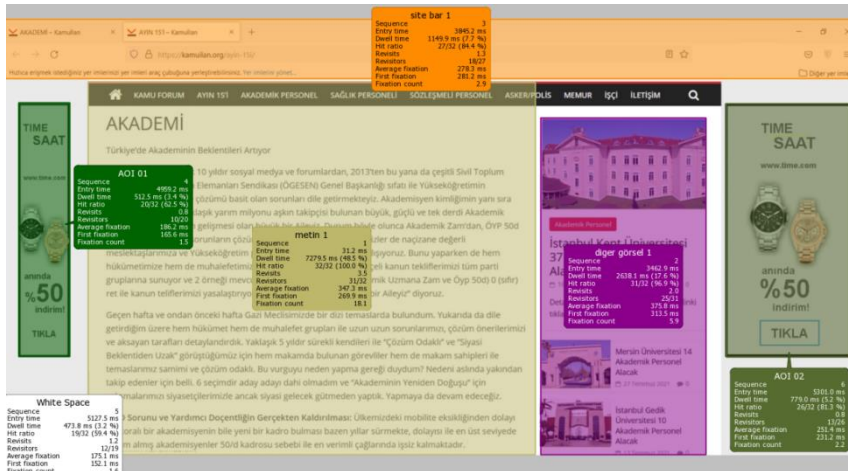
5.1. Göz İzleme Çalışması Kapsamındaki İstatistiksel Analizler ve Bulgular

Araştırmanın bu bölümünde temel performans göstergelerinden (key performance indicators) bir başka ifadeyle göz izleme metriklerinden elde edilen istatistiksel veriler analiz edilecek ve yorumlanacaktır. Burada elde edilen veriler, kullanıcıların fiziksel tepkileri kapsamında görsel davranış biçimlerini somut veriler eşliğinde anlamayı sağlayacaktır. Tablo 4'te her bir AOI'ye yönelik ilgili metriklerin verileri mevcuttur.

Tablo 4. Göz İzleme Analizi Temel Performans Göstergeleri (KPIs)

Uyancılar	Sıra	Giriş Zamanı (ms)	Bekleme Süresi (ms)	Yakalama Sayısı	Yakalama Oranı	Tekrar Ziyaret	Ziyaretçi	Ortalama Sabitleme (ms)	İlk Sabitleme (ms)	Sabitleme Sayısı
AOI 01	4	4959.2	512.5	20/32	%62,5	0.8	10/20	186.2	165.6	1.5
AOI 02	6	5301.0	779.0	26/32	%81,3	0.8	13/26	251.4	231.2	2.2
AOI 03	3	2655.9	1138.4	25/32	%78,1	0.6	14/25	328.8	318.7	2.2
AOI 04	5	5636.5	867.6	25/32	%78,1	0.5	8/25	295.7	280.2	1.9
AOI 05	3	3419.6	993.6	24/32	%75,0	1.0	12/24	236.6	217.6	2.4
AOI 06	5	5933.6	393.7	16/32	%50,0	0.3	4/16	149.9	135.4	1.1
AOI 07	3	3510.2	709.4	18/32	%56,3	0.4	7/18	286.4	306.2	1.4
AOI 08	6	5657.2	677.0	17/32	%53,1	0.4	6/17	185.3	165.6	1.4
AOI 09	3	4194.1	604.0	16/32	%50,0	0.8	10/16	169.9	143.7	1.3
AOI 10	4	6743.5	397.9	14/32	%43,8	0.2	2/14	243.0	213.5	0.7
AOI 11	2	2769.9	1061.4	26/32	%81,3	0.6	10/26	284.6	267.7	2.4
AOI 12	6	5593.1	456.2	16/32	%50,0	0.6	7/16	238.9	198.9	0.9

Öte yandan, Şekil 2'de de bu metriklerin nasıl elde edildiğini ve görüntülediğini gösteren örnek bir web sayfası görseli paylaşılmıştır (bkz. Şekil 2).



Şekil 2. AOI 01-02 Temel Performans Göstergeleri (KPIs)

Göz hareketlerinin incelenmesi sonucu istatistiksel metriklerden elde edilen veriler de oldukça önemli bulgular sunmaktadır. Göz hareketi, bir kişinin çevresel bir uyarıcıyla karşılaştığında gözlerindeki odaklanma sayısının veya uyarıcının üzerinde kalma zamanının (fixations or dwell times) kaydedilmesiyle ölçülmektedir. Böylelikle dışsal bir uyarıcı aracılığıyla oluşan istemli veya istemsiz etkiler, göz hareketlerinin ölçümüyle tanımlanabilmektedir (Bozoklu & Alkibay, 2018, s. 177). Bu bağlamda göz hareketlerini tanımlarken önceden bahsedilen istatistiksel metriklerden faydalanılmaktadır. Bu metriklerden elde edilen veriler fiziksel tepkilere yönelik somut bulgulara ulaşılmasını sağlar. Dolayısıyla bu çalışma kapsamında elde edilen istatistiksel veriler ve bu verilerin analizi sonucu ulaşılan bulguların yorumu araştırmanın anlamlandırılması için oldukça önemlidir. Bu kapsamda sonuç bölümünde eye-tracking aracılığıyla elde edilen istatistiksel metrikler değerlendirilmiştir.

Öncelikle banner reklamlara (ilgi alanlarına) yönelik görülme sırası kapsamında verilere bakıldığında web sayfasının sol tarafında konumlanan banner reklamların daha önce görüldüğü bulgusuna ulaşılmıştır. Bu durumun nedeni katılımcıların Latin alfabesiyle okuması ve yazması sebebiyle öncelikle sol tarafa odaklanmaları olabilir. Çünkü Latin alfabesinde okuma ve yazma sol taraftan başlar dolayısıyla gözler yıllar içinde öncelikle sol tarafa daha çok odaklanmaya alışmaktadır. Bununla birlikte 728*90 piksel banner reklam, diğer sekanslar içinde ikinci sırada görülerek tüm banner reklamlar arasında en önce görülen format olmuştur. Dolayısıyla deneklerin web sitesine giriş yaptığında hiçbir zaman ilk önce banner reklamları görmediği en erken ikinci sırada gördükleri anlaşılmaktadır. Sabitleme dizileri, katılımcının ne zaman ve nereye baktığını hem uzamsal hem de zamansal bilgilerle verir. Bu metrik katılımcıların görsel bir sahne gördüklerinde neyin onlar için daha dikkat ve ilgi çekici olduğuna dair fikrin oluşmasına olanak sağlar. İnceleme alanı içindeki her bir ilgi alanına ilk odaklanılan sırayı temsil eden bu metrik katılımcıların okuma/izleme davranışları hakkında önemli bilgileri açığa çıkarır. Bu sayede daha iyi görsel analizlerin geliştirilmesi sağlanır (Kurzahls ve diğerleri, 2014, s. 67). İncelenen web sayfalarının hepsinde toplamda altı sekans mevcuttu ve altı sekans içinde tüm banner reklamların görülme sırasının ortalaması ise dörttür.

Giriş zamanı deneklerin uyarıcılarla etkileşimin başladığı andan itibaren onları fak ettiği zamana kadar geçen süredir (Pęczkowski & Blasiak, 2017, s. 195) Giriş zamanı verileri incelendiğinde yine sol tarafta konumlanan banner reklamlarının giriş zamanının daha kısa olduğu dolayısıyla katılımcılar tarafından sol tarafta konumlanan banner reklamların daha kısa sürede görüldüğü saptanmıştır. Araştırma kapsamında giriş zamanı en kısa olan banner reklamın 300*600 piksel olan format olduğu tespit edilmiştir. Banner reklamlardan sol tarafta konumlananların giriş zamanı ortalaması 1926,07 milisaniye, sağ taraftakilerin giriş zamanı ortalaması 5834,55 milisaniye, üst taraftakilerin giriş zamanı ortalaması 3094,75 milisaniye, alt taraftakilerin giriş zamanı ortalaması 5763,35 milisaniyedir. Diğer taraftan tümünün ortalama giriş zamanı ise 4697,8 milisaniyedir yani banner reklamlar bu çalışmada ortalama olarak web sayfasında yapılan gezinmenin dördüncü saniyenin ortasında ilk izlemesini almıştır. Goldberg ve Helfman'a (2010) göre çeşitli uyarıcıların olduğu karışık bir ortamdaki ilgi alanı, izleyicinin dikkatini hızlı bir şekilde çekmeyebilir ve bu da hedef ilgi alanına (ör. banner) ilk tespite kadar geçen süreyi uzatabilir. Dolayısıyla sade web sayfalarına banner reklamları yerleştirmek tüketicinin mesajla daha kısa süre içinde etkileşimde bulunmasını sağlayacaktır. Özetle, giriş zamanı, ilgi alanına (banner reklama) ilk sabitleme için geçen süreyi ifade eder. Bir katılımcının dikkati uyarıcıların bulunduğu arka plan görüntüsü tarafından ne kadar uzun süre tutulursa banner reklama yönelik ilk sabitleme için geçen süre yani giriş zamanı o kadar uzun olur (Zhang & Seo, 2015, s. 175).

Bekleme süresi bir ilgi alanı içinde sabitlenen toplam süreyi vermektedir. Yüksek bekleme süresine sahip içerik, izleyiciler için daha ilgi çekici ve değerli olarak kabul edilip izleyicinin dikkatini ve ilgisini gösterir. Bu nedenle bekleme süresi içerik önerisinde merkezi bir metrik olarak kullanılır (Lamba & Shah, 2019, s. 1104). Bekleme süresi bulgularından anlaşıldığı üzere tüm banner reklamların toplamda aldığı izleme süresi 8590,7 milisaniyedir. Sol tarafta konumlanan dört banner reklamın bekleme süresi 2964,3 milisaniye iken sağ tarafta konumlanan diğer dört banner reklamın bekleme süresi 2721,5 milisaniyedir. Bu bağlamda sol tarafta konumlanan banner reklamlara katılımcılar tarafından daha uzun süre bakıldığı anlaşılmaktadır. Diğer taraftan web sayfasının üst tarafında konumlanan banner reklamlara yönelik sabitleme süresi 2055 milisaniye iken alt kısımda konumlananlara yönelik sabitleme süresi 849,9 milisaniyedir. Boyut kapsamında banner çiftleri incelendiğinde en uzun süreli toplam sabitleme yapılan

banner reklamların 728*90 piksel bannerlar oluşu en kısa süreli toplam sabitleme yapılanların ise 468*60 piksel banner reklamlar olduğu tespit edilmiştir.

Yakalama sayısı, her bir denek tarafından görülen ilgi alanının rakamsal verisi olarak somut izlemeler neticesinde görülen istatistiksel metriğinin ifadesidir (Yang & Krajbich, 2021, s. 1493). Bunun yanında bahsedilen göz hareketi verileri denek sayısına bölünerek ilgili inceleme alanındaki göz hareketi yakalama oranı detaylı olarak hesaplanabilmektedir (Liu ve diğerleri, 2020, s. 477). Yakalama sayısı verileri incelenip analiz edildiğinde sağ tarafta konumlanan banner reklamlara en az bir kez bakan katılımcılarla sol tarafta konumlanan banner reklamlara en az bir kez bakan katılımcılar arasında çok az bir fark olduğu görülmektedir. Sağ tarafta konumlanan dört banner toplamda en az bir kez bakan katılımcı sayısı 82 iken sol taraf için bu rakam 79'dur. Web sayfasının üst tarafında konumlanan iki banner reklamın toplamda yakalama sayısı 50 alt tarafta konumlanan iki banner reklamın ise 32'dir. Piksel bağlamında yakalama sayısı verileri değerlendirildiğinde 300*600 piksel banner reklamlara en az bir kez bakan kullanıcı sayısı daha fazladır. Yakalama oranı en yüksek %81,3 en düşük olarak ise %43,8 olarak kaydedilmiştir. Tüm banner reklamların yakalama oranı baz alınarak ortalama yakalama oranı hesaplandığında ise %63,29'luk bir oran ortaya çıkmaktadır.

Tekrar ziyaret sayısına yönelik elde edilen verilere bakıldığında ise katılımcıların banner reklamları bir kez gördükten sonra tekrar dönüp bannerlara çok fazla bakmadıkları saptanmıştır. İlgi alanını gören herhangi bir katılımcının bakışlarını tanımlanan belirli bir noktaya kaç kez çevirdiğini gösteren tekrar ziyaret sayısı, hangi alanların katılımcıyı yeniden AOI içine çektiğini incelemeye olanak tanır (Obadã, 2021, s. 112). Web sayfasının sol ve sağ tarafında konumlanan banner reklamlar kıyaslandığında sol tarafta konumlanan banner reklamların tekrar ziyaret sayısının fazla olduğu anlaşılmıştır. Benzer kıyaslama üst ve alt konumlarda bulunan banner reklamlar arasında da yapıldığında web sayfasının üst kısmında bulunanların tekrar ziyaret sayısının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Tekrar ziyaret bağlamında boyut olarak ise 728*90 piksel banner reklam en yüksek sayıya ulaşmıştır. Ziyaretçi metriği bulguları değerlendirildiğinde, banner reklamı bir kez gören katılımcıların sadece bir kez yarım fazlasının ziyaretçi olarak banner reklama tekrar döndüğü bunun dışında ziyaretçi sayısının araştırma genelinde düşük olduğu anlaşılmaktadır. Bu banner reklam 160*600 piksel web sayfasının sol tarafında konumlanmıştır. Bannerı en az bir kez görenlerin sayısı 16 iken ziyaretçi sayısı 10 olarak kaydedilmiştir. En düşük ziyaretçi sayısına sahip olan banner ise 300*250 piksel web sayfasının sağ tarafında konumlanmıştır. Bu banner reklamı en az bir kez 14 kişi görmüş fakat tekrar dönüp bakan 2 kişi olmuştur.

Ortalama sabitleme, milisaniye bazında hesaplanan ve katılımcıların banner reklama toplamda ne kadar süre ile odaklandıklarını gösteren metriktir. Gözler ancak 200 mikrosaniye sabitledikten sonra beyin görsel bilgileri işlemektedir. Bu bağlamda bir reklam mesajının tüketiciyle iletişim sürecini başlatabilmesi için minimum 200 mikrosaniye sabitlemeye ihtiyacı vardır (Miller & Washington, 2017, s. 253). İncelenen banner reklamlar içinde biri hariç hepsinde ortalama sabitleme süresi ilk sabitlemeden süre olarak daha uzundur. Bu demektir ki katılımcılar banner reklamlara ilk sabitlemeden sonra da sabitleme yaparak ortalama baz alındığında daha uzun süreli inceleme yapmaktadırlar. Çalışma kapsamındaki tüm banner reklamların toplam ortalama sabitleme süresi 2856,7 milisaniye olarak kaydedilmiştir. Bunlardan web sayfasının sol kısmında konumlanan dört banner reklamın toplam ortalama sabitleme süresi 971,3 milisaniye, sağ tarafta konumlanan dört banner reklamınki 975,4 milisaniye, üst tarafta konumlanan iki banner reklamın ortalama sabitleme süresi 521,2 milisaniye ve son olarak alt tarafta konumlanan iki banner reklamınki 388,8 milisaniye olarak kaydedilmiştir. Boyut bağlamında bakıldığında ise 300*600 piksel sol kenar banner reklam 328,8 milisaniye ile ortalama sabitleme süresi en uzun olan reklamdır. Satın alma sürecinde üzerine bilişsel olarak daha uzun düşünülmesi gereken özellikli mallar (ev, araba, sigorta hizmeti) için bekleme süresi ve ortalama sabitleme süresi yüksek olan 300*600 piksel sol kenar bannerlar tercih edilebilir. Çünkü bu tür ürünlerin fiyatları diğer tüketim mallarına oranla daha yüksektir. Dolayısıyla bu ürünler tüketicilerin satın almadan önce ve satın alırken, özellikleri ile ilgili bilgi toplamak için daha uzun süre ve yoğun çaba harcadıkları mallardır.

İlk sabitleme süresi de ortalama sabitleme süresi gibi milisaniye bazında hesaplanan bir metriktir. İlk sabitleme süresi, katılımcılar banner reklama karşılaştığında ilk olarak ne kadar süre odaklama yaptıklarını gösterir. İlk sabitleme süresi sayesinde ilgi alanının dikkat çekme ve ilgiyi üzerinde tutma durumuna yönelik

bulgular elde edilebilir. Bu bağlamda ilk sabitleme süresi uzun öte yandan giriş zamanı kısa olan bir ilgi alanının, kullanıcıların dikkatini kolayca çektiği ve ilgiyi üzerinde tuttuğu düşünülebilir. İncelenen ilgi alanının giriş zamanı uzun ve ilk sabitleme süresi kısa ise katılımcının yeterince dikkatini çekemediği anlaşılır. Kosinski (2013) görsel bir uyarının beyne ulaşmasının ortalama 20-40 milisaniye aralığında sürdüğünü bunun sonrasında ise 180-200 milisaniye aralığında görsel reaksiyonun oluştuğunu söylemiştir. Uyarının yoğunluğu ve uyarıcıyı algılayan kişiyle ilgili çeşitli faktörlerin de bu süreleri değiştirebileceğini belirtmiştir. Araştırma kapsamında veriler değerlendirildiğinde web sayfasının sol kenarında konumlanan dört banner reklamın toplam ilk sabitleme süresi 934,2 milisaniye, sağ tarafta konumlanan dört banner reklamın ise 890,5 milisaniyedir. Dolayısıyla sol kenardaki banner reklamların daha uzun ilk sabitleme süresine sahip olduğu anlaşılmaktadır. İnternet sayfasının üst tarafında konumlanan iki banner reklamın toplam ilk sabitleme süresi 485,3 milisaniye iken alt kısımda konumlanan iki banner reklamın toplam ilk sabitleme süresi 334,3 milisaniyedir. Burada da üst kısımdaki banner reklamların daha uzun ilk sabitleme süresine sahip olduğu görülmektedir. Boyut bağlamında bir değerlendirme yapıldığında da 300*600 piksel (sol kenar) banner reklamın en uzun ilk sabitleme süresine ulaştığı saptanmıştır. Genel olarak bu araştırma kapsamında, incelenen banner reklamların giriş zamanı ve ilk sabitleme süresi göz önünde bulundurulduğunda banner reklamların katılımcıların dikkatini çektiği anlaşılmaktadır.

Sabitleme sayısı metriği, bir ilgi alanı veya ilgi alanının bir noktası üzerinde sabitleme sayılarının kaydedilmesiyle hangi öğelerinin görsel olarak önemli olduğu hakkında bilgi verir. Yüksek sabitleme sayısı, görüntülerin daha fazla ilgi çekici içerik veya odaklanacak şeyler içerdiğini dolayısıyla yüksek uyarılma seviyesini gösterir (Wang & Sparks, 2016, s. 593). Buna karşılık, yetersiz uyarılma durumu da sabitleme sayısının düşük olmasından anlaşılabilir. Sabitleme sayısı verileri değerlendirildiğinde, web sayfasının sol kenarında konumlanan dört banner reklamın toplamda 6.4 sabitleme sayısına, sağ kenarda konumlanan dört banner reklamına 6.2 sabitleme sayısına ulaştığı görülmüştür. Üst kısımda konumlanan iki banner reklamın toplam sabitleme sayısı 4.8 iken alt tarafta konumlanan iki banner reklamın toplam sabitleme sayısı 2'dir. Dolayısıyla katılımcıların en yüksek oranda web sayfasının üst kısımda bulunan banner reklamlarla sol kenarda konumlanan banner reklamlara odaklandıkları anlaşılmaktadır. Araştırma kapsamında sabitleme sayısının genel toplamı 19 ve bu genel toplamın 12 banner reklam baz alınarak hesaplanan ortalaması 1.5'tir. Buradan her katılımcının banner reklamlara ortalama birden fazla sabitleme yaptığı bulgusuna ulaşılmaktadır. En yüksek sabitleme sayısını elde eden banner reklam 2.4 ile 728*90 piksel banner reklam olmuştur.

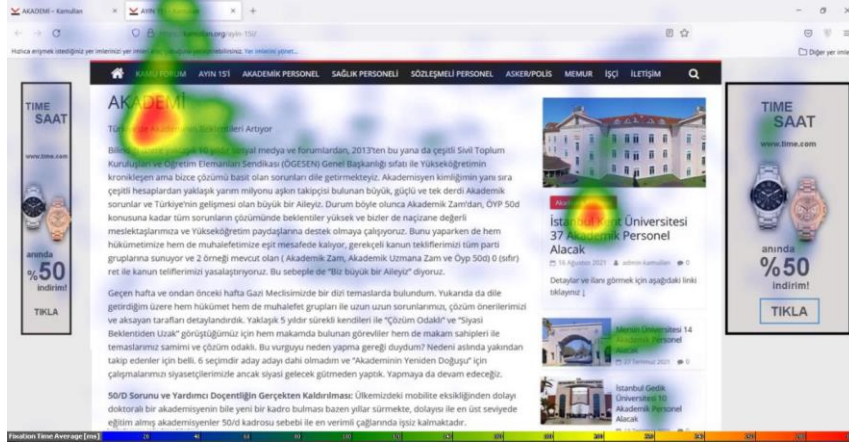
İstatiksel metrikler bağlamında özet bir sonuç belirtmek gerekirse konum olarak web sayfasının sol ve üst kısımları en etkili bölgeler iken boyut olarak ise 728*90 piksel ve 300*600 piksel banner reklamlar en etkili formatlar olarak belirtilebilir. Dolayısıyla yukarıda bahsedilen formattaki bannerlar, deneklerin görsel öge üzerindeki sabitleme sayısını ve odaklanma süresini uzatmaktadır.

5.2. Göz İzleme Çalışması Kapsamındaki Görsel Analizler ve Bulgular

Isı haritası göz hareketi verilerini görselleştirmenin etkin bir yöntemidir ve toplu fiksasyonları (yoğun bakışları) analiz etmek için kullanılır. Isı haritası genellikle maviden kırmızıya doğru (düşük yoğunluktan yüksekten yoğunluğa karşılık gelir) yoğunluk göstergesini kullanarak görüntünün/uyarıcının izlenen her bir öğesinin üzerine bindirilmiş renk kodlu (mavi, yeşil, sarı, turuncu, kırmızı) haritayla dikkat ve ilgi dağılımını gösterir (Ungureanu ve diğerleri, 2017, s. 553). Dolayısıyla bu çalışma kapsamında kullanılan ısı haritası verileri, katılımcıların web sitesinde gerçekte ne yaptığını görmeye yardımcı olmaktadır. Bu sayede katılımcıların neye baktıkları veya neyi görmezden geldikleri somut olarak anlaşılabilir.

AOI 01 ve AOI 02'nin olduğu web sayfasına yönelik ısı haritası verilerine bakıldığında, katılımcılar web sayfasını gördüklerinde metin alanı içindeki başlığa yüksek düzeyde odaklanma gerçekleştirmişlerdir. Yoğunlaşmanın yüksek olduğu bir başka alan da diğer görsellerin bulunduğu alandaki alt başlıklar olmuştur. Web sayfası geneli itibarıyla incelendiğinde katılımcıların web sayfasının üst kısımlarında yoğun olarak izleme yaptığı anlaşılmaktadır. AOI 01'e yönelik ısı haritası verileri dikkate alındığında ise katılımcıların daha çok banner reklamın üst ve orta kısımlarına odaklandığı anlaşılmaktadır. Özellikle banner reklamdaki metinlerin olduğu kısımlarda yoğunlaşma artmıştır. AOI 02'ye yönelik ısı haritası verileri göz önüne alındığında da benzer şekilde katılımcılar banner reklamın üst tarafında bulunan

metinlere daha yüksek düzeyde odaklanmışlardır. İki banner reklamda da görsel imgeler daha az ilgi çekmiştir (bkz. Şekil 3).



Şekil 3. AOI 01-02 Isı Haritası (Heatmap)

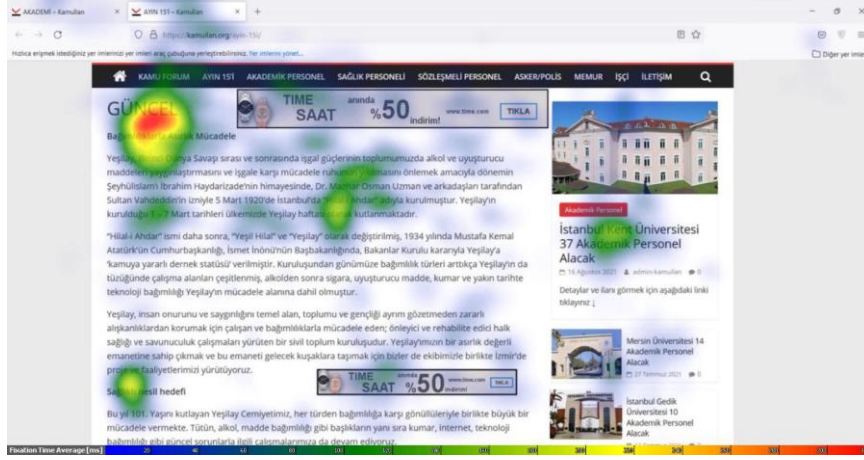
AOI 03 ve AOI 04'ün yer aldığı web sayfasına yönelik ısı haritası verileri ele alındığında, katılımcıların web sayfasının metin alanı içinde bulunan alt kısımdaki başlığa en yoğun odaklanmayı gerçekleştirdikleri görülmektedir. İkinci olarak bakışların yoğunlaştığı bölge yine üst taraftaki bir başlık olmuştur. Bununla birlikte web sayfasının neredeyse her alanında kısa süreli de olsa kullanıcıların bakışları yakalanmıştır. AOI 03'ün yani 300*600 piksel banner reklamın ısı haritası verileri incelendiğinde yoğunlaşmanın bir imge üzerinde olduğu anlaşılmaktadır. Banner reklamda fiyat düşüşünün göstergesi olan kırmızı renkli çarpı işareti en çok yoğunlaşmanın olduğu alandır. Sonrasında marka ismi yani üst metin ikinci olarak yoğun bir şekilde izleme alan kısmı olmuştur. Katılımcıların bakışları, AOI 04'te de öncelikle kırmızı çarpı imgesine ve fiyata sonrasında üst taraftaki marka adının yazdığı metne daha yoğun odaklanmıştır. Banner reklamlar içinde kırmızı rengin genel yapıdaki diğer renklerden farklı oluşu bu noktalara bakışlardaki yoğunluğu artırmış olabilir. Son olarak sol taraftaki AOI 03'e sağ taraftaki AOI 04'ten daha fazla odaklanma yapıldığı görülmektedir (bkz. Şekil 4).



Şekil 4. AOI 03-04 Isı Haritası (Heatmap)

AOI 05 ile AOI 06'nın bulunduğu web sayfasına yönelik yapılan eye-tracking ölçümlerinden elde edilen ısı haritası verilerine göre; katılımcıların yoğun olarak sayfanın başında yer alan metnin başlığına odaklandıkları görülmektedir. Bununla birlikte web sayfasında yer alan banner reklamlara da düşük ve orta düzeyde odaklanmalar söz konusudur. Ancak web sayfasının sağ tarafında konumlanan diğer görsellere

pek fazla odaklanma görülmemektedir. Buradan katılımcıların sayfadaki diğer görselleri görmezden geldiği anlaşılabilir. AOI 05 yani 728*90 piksel bannerdaki ısı haritası verileri incelendiğinde odak dağılımının dengeli olduğu ve rengin mavi ağırlıkta olduğu görülmektedir. Dolayısıyla bannerın tüm alanına bakıldığı fakat düşük düzeyde odaklanma gerçekleştiği belirtilebilir. Bununla birlikte yine banner içindeki metinlere görsel imgelerden daha yoğun odaklanma yapılmıştır. AOI 06'nın temsil ettiği ve araştırma kapsamında tasarlanan en küçük boyutlu reklam olan 468*60 piksel banneraya yönelik ısı haritası verileri incelendiğinde de benzer bir tablo görülmektedir. Aynı şekilde katılımcılar bannerdaki metinlere görsel imgelerden daha yoğun ilgi göstermiştir. Fakat diğer banner reklamdan farklı olarak bakışlar burada dengeli dağılmamış, marka adının yazdığı metne yoğunlaşmış ve orta düzeyde odaklanma yapılmıştır. Sonuç olarak bu sayfadaki iki banner reklam da izleme almıştır. Ancak web sayfasında izleme almayan imgeler de mevcuttur. Bu bağlamda sayfadaki diğer görsellerin katılımcılar tarafından görmezden gelindiğini ancak banner reklamlarla ilgili böyle bir durum olmadığı söylenebilir (bkz. Şekil 5).



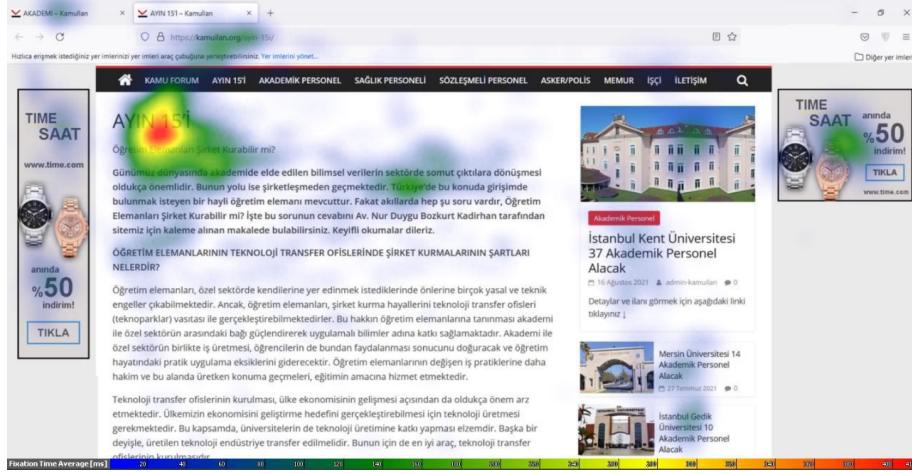
Şekil 5. AOI 05-06 Isı Haritası (Heatmap)

Isı haritaları, izleyicilerin bakışlarının uyarıcı üzerinde nasıl dağıldığını gösterir. Bu bağlamda sayfanın geneline bakıldığında izleyici bakışları sayfanın geneline yayılmakla birlikte yoğun izleme alan bölge üst kısımlar olmuştur. Bununla birlikte ısı haritaları, katılımcı nezdinde görsel dikkatin odağını etkili bir şekilde ortaya çıkarabilen veri haritalarıdır. AOI 07 ve AOI 08'in olduğu web sayfasına yönelik ısı haritası verileri analiz edildiğinde, katılımcılar web sayfasıyla etkileşim sürecinde en yoğun olarak metin alanı içinde odaklama yaptıkları görülmektedir. Sayfa içinde bulunan diğer görsel uyarıcılara ise yoğun bir odaklanma söz konusu değildir. Öte yandan iki banner reklama da izleyicilerin orta ve düşük seviyede odaklandığı görülmektedir. AOI 07'ye yönelik eye-tracking aracılığıyla elde edilen ısı haritası verilerine bakıldığında yine fiyat düşüşünün göstergesi olan kırmızı çarpı imgesi ve fiyat en çok odaklanılan alan olmuştur. Banner reklam üzerinde bakışlar ortaya ve sağ tarafa yoğunlaşmış ikinci olarak yoğun izleme yapılan alan metin olmuştur. AOI 08'e yönelik verilere bakıldığında ise bakışların üst tarafta marka adının yazdığı metne odaklandığı anlaşılmaktadır (bkz. Şekil 6). Her iki bannerda da metinlere ürün görsellerinden daha çok odaklanılmıştır. Bu durumun nedeni izleyicilerin görselleri bilişsel düzeyde hızlıca anlamlandırması metinlerin kod açımı içinse daha uzun bilişsel çaba gerekmesi olabilir.



Şekil 6. AOI 07-08 Isı Haritası (Heatmap)

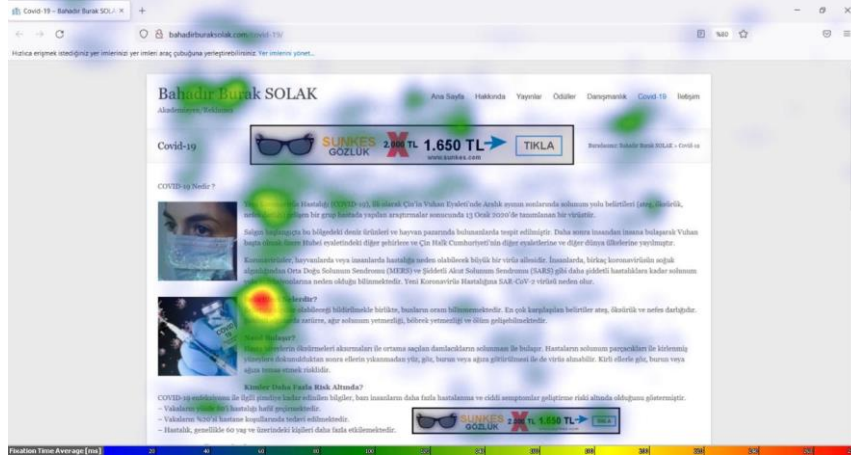
Isı haritası katılımcıların kümelenmiş bakış yoğunluğunu ortaya çıkarmak için renk skalasını kullanmaktadır. Maviden kırmızıya doğru giden bu renk skalası düşük yoğunluktan yüksek yoğunluğa doğru gidişi temsil eder. Bu bağlamda AOI 09 ve AOI 10'un olduğu web sayfasına bakıldığında kırmızı renk yine metin alanında, bu alan içinde de başlıkta görülmektedir. Yani katılımcıların sayfada en çok odaklandığı nokta metnin başlangıcı olmuştur. Sayfada genel itibarıyla katılımcıların bakışları dengeli bir dağılım göstermemektedir. Ancak sayfadaki iki banner reklama da katılımcılar düşük ve orta düzeyde odaklanmışlardır. Öncelikle AOI 09'a yönelik veriler değerlendirildiğinde banner reklamdaki marka adını ve indirimi gösteren metinlere görsel imgelerden daha uzun süreyle bakıldığı tespit edilmiştir. Odaklanma rengi ise mavidir yani düşük seviyede olmuştur. AOI 10'a yönelik verilere bakıldığında ise odaklanma renginin belli noktada yeşile döndüğü yani orta düzeyde olduğu görülmektedir. Odaklanmanın yoğun olarak yapıldığı alan ise banner reklamın tam ortası olmuştur (bkz. Şekil 7).



Şekil 7. AOI 09-10 Isı Haritası (Heatmap)

AOI 11 ile AOI 12'nin bulunduğu web sayfasına yönelik yapılan eye-tracking ölçümlerinden elde edilen ısı haritası verilerine göre; katılımcıların yoğun olarak metin alanındaki başlıklara odaklandıkları görülmektedir. Özellikle sayfa ortasındaki başlık en çok odaklanılan alan olmuştur. Sayfanın hemen hemen her alanına izlemeye bulunan katılımcılar metinler üzerine daha fazla odaklanmışlardır. Öte yandan sayfadaki diğer görsellere çok düşük düzeyde odaklanılmıştır. Web sayfasında yer alan her iki banner reklamıysa düşük ve orta düzeyde odaklanmalar söz konusudur. Buradan katılımcıların sayfadaki banner

reklamları görmezden gelmediği anlaşılmaktadır. AOI 11'e yönelik veriler değerlendirildiğinde katılımcıların marka adına yoğunlukla odaklandığı tespit edilmektedir. Sonrasında fiyatın yazdığı alan yoğun bir izleme almıştır. Ancak bannerdaki görsel imgeye fazla bir odaklanma yoktur. AOI 12'ye yönelik ısı haritası verileri değerlendirildiğinde ise en yoğun odaklanmanın yapıldığı alanın ürün fiyatının yazdığı kısım olduğu görülmektedir. Sonrasında marka adının yazdığı metne yönelik düşük düzeyde odaklanma vardır. Diğer banner reklamlarla tam tersi durum söz konusudur. Fakat benzer olan nokta her iki bannerda da metinlere daha yoğun düzeyde odaklanma varken ürün görselleri çok düşük düzeyde izleme almıştır. Bu bağlamda katılımcıların metne daha çok odaklandığı özellikle fiyat bilgisine önem verdikleri anlaşılmaktadır (bkz. Şekil 8).



Şekil 8. AOI 11-12 Isı Haritası (Heatmap)

Araştırmada istatistiksel metrikleri desteklemek ve bazı önemli verileri görselleştirmek için ısı haritası kullanılmıştır. Isı haritaları genellikle belirli ilgi alanlarına yönelik kullanıcıların dikkatini ve odak düzeyini ölçmek bununla birlikte elde edilen verileri görselleştirmek için kullanılır. Bu bağlamda web sayfalarına ve banner reklamlara yönelik tüketici deneyimi kapsamında ısı haritası verileri, kullanım pratiği (tıklama, izleme, kaydırma vb.) ve görsel davranış gibi çeşitli veri türlerini somutlaştırabilir. Dolayısıyla bu çalışma kapsamında elde edilen ısı haritası verileri araştırma amacına hizmet açısından oldukça önemlidir. Öncelikle web sayfalarının bütününe yönelik ısı haritası verileri değerlendirildiğinde görülmüştür ki web sayfalarında bulunan tüm içeriklerin başlıklarına yönelik her daim yüksek düzeyde odaklanma gerçekleşmiştir. Başlıklardan sonra metin temelli diğer içeriklere de benzer şekilde odaklanmalar yapılmıştır. Web sayfalarında bulunan ve bu araştırmanın özünü oluşturan tüm banner reklamlara da katılımcılar odaklanmalar yapmıştır. Bu durum, banner reklamların katılımcıların dikkatlerini çektiği anlamına gelmektedir. Öte yandan web sayfalarında bulunan diğer görsellere ise katılımcılar bazen çok düşük oranda bazen de hiç odaklanma gerçekleştirmemiştir. Dolayısıyla web sayfalarındaki diğer görsellerin başlıklar, metin temelli içerikler ve banner reklamlar kadar dikkat çekmediği anlaşılmaktadır. Genel olarak katılımcılar web sayfalarının hem sağ hem de sol kısmında konumlanan banner reklamlara neredeyse eşit düzeyde odaklanmıştır. En yüksek düzeyde odaklanmalar 300*600 ve 300*250 piksel banner reklamlarda gerçekleşmiştir. Bahsedilen banner reklamlarda en çok odaklanmanın yapıldığı alan fiyat düşüşünün göstergesi olan kırmızı çarpı ikonuyla birlikte fiyat bilgisi olmuştur. Kırmızı renkli ikonun olduğu bölgeye yönelik odaklanmaların daha yüksek düzeyde olmasının nedeni kırmızının banner reklamların genelinde kullanılan renk tonlarından farklı bir renk tonu olması dolayısıyla daha çok dikkat çekmesi olabilir. Öte yandan ürün görsellerine marka adı ve fiyat bilgisine kıyasla daha düşük düzeyde odaklanmalar yapılmıştır. Dolayısıyla banner reklamlar içindeki metinlere görsel imgelerden daha fazla yoğunlaşma olmuştur. Bu bağlamda tüm banner reklamlarda metinler ürün görsellerinden daha yoğun izleme almış özellikle fiyat bilgisine yüksek düzeyde odaklanmalar yapılmıştır. Bu kapsamda katılımcıların fiyat bilgisine daha çok dikkat ettiği sonucu ortaya çıkmaktadır. Bu durumun nedeni ise katılımcıların

gördükleri reklamlarla ilgili öncelikle daha fazla bilgi edinme (marka bilgisi, fiyat bilgisi vb.) yöneliminde olması olabilir. Bunun yanında son günlerde sürekli ülke gündeminde olan ekonomik durum ve enflasyon artışı gibi konular da katılımcıların fiyat bilgisine yönelik içeriklere daha çok dikkat etmiş olmalarında önemli faktörler olarak görülebilir.

6. Sonuç ve Değerlendirme

İnternet kavramı tek başına bir olgunun ötesinde teknoloji, ekonomi, pazarlama, iletişim, kitle davranışı ve benzeri pek çok spesifik unsurla bağlantılıdır. Dolayısıyla bahsedilen unsurlarla olan organik ilişkisi nedeniyle de bu alanda çok yönlü yürütülen bilimsel çalışmaların artmasına zemin hazırlamıştır. İnsan yaşamında bir devrim yaratan internetin kitle hayatındaki kullanım pratiği, insanların internetle olan ilişkisi, tüketim biçimi ve günlük yaşamda meydana getirdiği dönüşümler başlıca araştırma konuları olmuştur. Pek çok bilim dalı bahsedilen araştırma konularını kendi amaçları doğrultusunda belirledikleri çeşitli bilimsel sorular eşliğinde irdeleyerek bunlara yanıt aramış ve internetin etkilerini incelemiştir. Dünya genelinde ve Türkiye’de özellikle 2000’li yıllardan itibaren internetin ticari kullanımının artması sonucu bilim insanları bahsedilen konulara yönelip araştırmalar yapmaya başlamıştır. Bu bağlamda, günümüzde insan yaşamının vazgeçilmez bir unsuru haline gelen internet ve beraberinde getirdiği yeniliklerden olan e-ticaret, dijital pazarlama, internet reklamcılığı, sosyal medya gibi uygulamalar akademik alanda önemli çalışma konuları haline gelmiştir. Dolayısıyla, internet kullanımının yaygınlaşmasına paralel olarak bu alanda yapılan bilimsel araştırmalar giderek hız kazanmıştır. Başta Amerika ve Avrupa ülkelerindeki çalışmalar literatüre katkı sağlayan öncü bilimsel üretimler olarak karşımıza çıkmaktadır. Türkiye’de internet üzerine iletişim bilimleri alanında yapılan akademik çalışmalar incelendiğinde araştırmacıların daha çok e-ticaret, dijital pazarlama, internet reklamcılığı ve sosyal medya gibi kavramlar üzerine ve bunların kullanım biçimleri ile kullanım alışkanlıklarına yönelik incelemelerde bulunduğu gözlemlenmektedir.

İnternet temelli farklı konularda yapılan birçok çalışma olduğu gibi internet ile ilişkili olan kavramlardan da yola çıkarak araştırmacılar çeşitli akademik çalışmalar yapma eğiliminde olmuştur. Temelde bu çalışma da benzer şekilde biçimlenmiştir. İnternetin şüphesiz en çok etkide bulunduğu, bununla birlikte çeşitli dönüşümlere uğrattığı alanların başında pazarlama ve reklamcılık gelmektedir. Çünkü internet aracılığıyla ticaret şekli, pazar yapısı, tüketici davranışları ve ürün/hizmet tanıtımı biçimi önemli ölçüde kabuk değiştirmiştir. Günümüzde bu süreç dijital dönüşüm olarak da bilinmektedir. Dijital dönüşüm sürecinde internetin pazarlama ve reklamcılık alanlarına yönelik etkilerine bakıldığında, tüketici ve marka arasındaki çift yönlü iletişimin gelişmesi sonucu internet öncesinde pek sık görülmeyen tüketici odaklı çevrimiçi pazarlama biçiminin gündeme geldiği görülmektedir. Bu noktada her geçen gün hızla büyüyen bir reklam mecrası haline gelen internette görülen çevrimiçi reklamlar ve bu reklamlarla kullanıcılar arasındaki etkileşimi incelemek önemli bir konu olarak değerlendirilmiştir. Dolayısıyla bu çalışmada, bir internet reklam türü olarak en çok tercih edilen banner reklamlara (display ads) yönelik görsel davranış biçimini belirleme amacıyla inceleme yapılmıştır. Bu noktada Benway tarafından ortaya atılan ve internet reklamcılığı alanında önemli bir konu olarak değerlendirilen banner körlüğü (banner blindness) kavramı çalışmanın temel sorunsalını oluşturmuştur.

İnternet reklamları üzerine yapılan önceki araştırmalar, çoğunlukla tüketicilerin reklam uyarılarına maruz kaldıktan sonra ortaya çıkan tutumlara odaklanmıştır. Fakat özellikle yerli literatürde çok az sayıda araştırmacı, tüketicilerin internet reklamına maruz kalma sırasındaki görsel dikkat ve davranış biçimini incelemiştir. Dolayısıyla literatürde bahsedilen açıktan yola çıkarak bu çalışmada; farklı boyut, yerleştirme düzeni ve içerikteki banner reklamlara yönelik tüketicilerin fiziksel tepkileri çevrimiçi görüntüleme koşullarında araştırılmıştır. Bir diğer ifadeyle katılımcıların reklamlara yönelik görsel davranış biçimleri, kendileri reklamlardan haberdar edilmeden olağan bir çevrimiçi hareketlilik süreci içinde web sayfalarında gezinirken incelenmiştir. Bu kapsamda; banner reklamların boyutu, konumu, içeriği bağlamında dikkat ve odaklanma düzeyi temel alınarak, reklamlara yönelik görsel davranış hakkında çeşitli bulgular elde edilmiştir. Buna göre bulgular, banner reklamlara yönelik dikkat ve odaklanma düzeyinin web sayfasındaki konumdan, içeriklerinden (metin, ürün görseli, ikonlar vb.) ve formattan etkilendiğini göstermektedir. Örneğin; web sayfalarının sol tarafı ve üst kısmında konumlanan, 300*600 piksel, 728*90 piksel ve

300*250 piksel banner reklamlar izleyiciler tarafından daha çok dikkat çekmekte ve bunlara daha yüksek düzeyde odaklanma yapılmaktadır.

Araştırma bulguları genel olarak değerlendirildiğinde görülmüştür ki web sayfalarındaki banner reklamlardan hiçbiri aynı zamanda 32 katılımcı tarafından izleme almasa dahi her bir banner reklam, tüm görüntülemelerde katılımcıların en az yarısı tarafından izleme almıştır. Dolayısıyla, banner reklamları bilinçsiz olarak fark etmeme konusu belli bir düzeyde söz konusudur. Bu bağlamda, Benway'in ilk olarak 1998 yılındaki çalışmasında üzerinde durduğu ve kavramsallaştırdığı banner körlüğü (banner blindness) kavramının hala geçerliliğini koruduğu anlaşılmaktadır. Öte yandan, tüm banner reklamlara düşük ve orta düzeyde odaklanmaların yapıldığı ortaya çıkarılmıştır. Bu kapsamda, banner reklamlar özelinde katılımcıların en çok fiyat bilgisi yazan bölgelere sonrasında marka adı ve slogan gibi metinlerin yer aldığı bölgelere odaklandıkları tespit edilmiştir. Bu noktada, banner reklamlarda yer alan metinlerin dikkat çektiği anlaşılmaktadır. Genel olarak web sayfalarının tüm alanları incelendiğinde ise sayfalardaki metin başlıklarının en çok dikkat çeken alanları oluşturduğu saptanmıştır.

Sonuç olarak, elde edilen tüm veriler ve bulgular doğrultusunda, internet reklamcılığına harcama yapan markalara, banner reklamlarla gerçekleştirecekleri iletişim çabalarında daha etkili sonuçlar elde edebilmeleri için aşağıda sıralanan önerilerde bulunmak mümkündür.

-Özellikle fiyat bilgisinin banner reklamlarda yoğun dikkat çektiği göz önüne alındığında, tüketiciler tarafından daha çok izleme almak adına fiyat bilgisi ön plana çıkarılabilir.

-Banner reklamlarda özellikle vurgulanmak istenilen noktalar farklı renk kullanımlarıyla daha dikkat çekici hale getirilebilir.

-Banner körlüğü kavramının yüksek oranda önüne geçebilmek adına web sayfalarının yoğun odak noktaları olan sol kenarlar ve üst kısımlar konum olarak daha çok tercih edilebilir.

-Kullanıcılar web sayfalarındaki başlıklara çok yoğun odaklandıkları için bunlara yakın konuma banner reklamlar yerleştirilebilir. Böylelikle web sitelerinin alanları reklamlar için daha verimli kullanılabilir.

-Boyut olarak 300*600 piksel, 728*90 piksel ve 300*250 piksel banner reklamlar izleyicilerin içeriğe yoğun odaklanmalarını sağladığı için daha çok kullanılabilir.

-Kullanıcıların reklam mesajını hızlıca bilişsel düzeye aktarması için net görseller, kısa metin, okunaklı font ve kalın yazı tipiyle banner reklamlar dizayn edilebilir.

-Araştırma verileri ekseninde, çeşitli web siteleri banner reklamlar için haritalandırılarak doğru format ve uygun konumla daha etkin kullanım yapılabilir.

-Tüketici tutumları bağlamında, onları rahatsız etmeyecek ve reklamdan kaçmalarına neden olmayacak yoğunlukta banner reklam gösterilebilir.

-Banner reklamlar tüketici tutumları dikkate alınarak içeriğin akışını bozmadan web sitelerine yerleştirilebilir.

Özetle, son yüzyılın en önemli icatlarından biri olarak değerlendirilen ve kullanıcı sayısı hızla artan çevrimiçi dünya, reklamverenler adına önemli yenilikler sağlamakta ve çeşitli fırsatlar sunmaktadır. Örneğin, tüketicilerle çevrimiçi ortamda etkileşimli olarak iletişim halinde olan markaların bilinirliklerinin artması, marka imajlarının pozitif yönde gelişmesi ve satış oranlarının yükselmesi söz konusudur. Bu noktada internet reklamcılığı bir lokomotif görevi üstlenmektedir. Dolayısıyla markalar, bir internet reklam türü olan banner reklamları kullanmaya devam etmelidir ancak bu reklam türüyle iletişim çalışması yapılırken tüketicilerin görsel davranış biçimleri dikkate alınmalıdır.

7. Extended Abstract

In today's world, the internet has become one of the most important platforms used for various purposes across all aspects of life. In this context, the internet has been a catalyst for significant changes and innovations in every aspect of societal life. Rapidly accepted and widely adopted by users, the internet has progressively expanded its sphere of influence. Consequently, it has been actively utilized for communication, commercial, entertainment, and informational purposes. Thus, the internet has become one of the most crucial platforms extensively utilized by people. The proliferation of the internet has had numerous impacts on human lifestyles, consumer behaviors, marketing, and advertising, particularly revolutionizing the fields of marketing and advertising. As a result, with the growing e-commerce volume

worldwide, brands' interest in internet advertising has similarly increased. Consequently, with many brands shifting to digital platforms, investments in e-commerce and internet advertising have gained momentum.

The internet is predominantly used for communication, socialization, entertainment, education, marketing, and advertising purposes. Particularly with the rapid development of new technologies, concepts such as e-commerce and internet advertising have begun to evolve. With the concept of e-commerce, shopping transactions in the market have transitioned to online platforms. Companies have undergone digital transformations by opening virtual stores, and numerous e-commerce firms have been established. Thus, consumers have gained the opportunity to conduct purchase transactions through online platforms. Moreover, the internet, where the number of potential buyers spending time increases almost daily, has also been utilized as an advertising medium by advertisers. Consequently, campaigns targeting this medium have gained momentum, and internet advertisements have become increasingly prevalent. As an advertising medium, internet advertising provides significant advantages to advertisers and advertisers. The most important advantages include measurability, cost-effectiveness, targeting, and the elimination of time and space constraints. Consequently, investments in internet advertising have increasingly surged, establishing it as the most important advertising medium.

The escalating popularity of online advertising has inevitably rendered it a crucial subject of study in academia. Due to the developments witnessed, concepts like e-commerce and online advertising have firmly established themselves at the core of everyday life. Consequently, the internet has now assumed a significantly vital role as an advertising platform. Nevertheless, despite the increasing interest in online advertising and its rise, the click-through and conversion rates of online ads are still deemed to be low. Put differently, online advertisements have not yet achieved the desired level of engagement with consumers. This scenario has been attributed to consumers' visual behaviors towards online ads. It has been suggested that consumers consciously disregard online ads or simply do not perceive such ads visually on websites. Hence, this proposition has introduced a topic that warrants academic scrutiny. Furthermore, given that online advertising is a continuously evolving domain, there exists a need to undertake current research to enrich the academic literature. Given these circumstances, the objective was to investigate the visual response to banner ads, a form of online advertisement. To accomplish this, an experiment was carried out utilizing eye-tracking technology with 32 volunteer participants. Within this experiment, the participants' physical responses to banners were scrutinized. Upon analyzing the data pertaining to physical responses, it was disclosed that banner ads do capture attention on webpages, yet participants predominantly exhibited low or moderate levels of concentration. Consequently, substantial levels of focus on banner ads were not observed. Subsequent to all analyses, notable insights were gleaned concerning the imperative for brands to seamlessly incorporate banner ads into the consumer communication process. The acquired data were translated into meaningful discoveries through requisite analyses and interpretations, and disseminated to readers in pertinent sections of the research to enrich both academic and industry realms.

Keywords: Internet Advertising, Banner Advertisement, Neuromarketing, Visual Behavior.

Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı

Bu çalışma, Ege Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu'nun (30/06/2021 tarih, 8/7 toplantı ve karar sayısı, 1020 protokol numarası) kararı ile uygun bulunmuştur.

Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı / Contribution of Authors

Yazarların çalışmadaki katkı oranları Bahadır Burak SOLAK %51/ Özen OKAT %49 şeklindedir.
The authors' contribution rates in the study are Bahadır Burak SOLAK %51/ Özen OKAT %49 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.


Kaynakça

- Anusha, G. (2016). Effectiveness of online advertising. *International Journal of Research-Granthaalayah*, 4(3), 14-21 <https://doi.org/10.29121/granthaalayah.v4.i3SE.2016.2772>.
- Benway, J. P. (1998). Banner Blindness: The Irony of Attention Grabbing on the World Wide Web. *Proceedings of the Human Factors and Ergonomics Society Annual Meeting*, 42(5), 463-467. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/154193129804200504>
- Benway, J. P. (1999). Banner blindness: What searching users notice and do not notice on the World Wide Web. *Rice University*. Texas, ABD: Rice University Electronic Theses and Dissertations.
- Bozoklu, Ç. P., & Alkibay, S. (2018). *Nöropazarlama Reklam Tasarımı ve Etik*. Siyasal Kitabevi.
- Deloitte. (2023, Nisan 1). *Türkiye'de Tahmini Medya ve Reklam Yatırımları 2022 Raporu*. <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/tr/Documents/technology-media-telecommunications/medya-ve-reklam-yatirimlari-2022-raporu.pdf> adresinden alındı
- Ene, I. (2018). Study of Consumer's Unconscious Reaction towards the Use of Anthropomorphic Appearance of AI: An Eye-Tracking Experiment. *Studia Universitatis „Vasile Goldis” Arad – Economics Series*, 28(4), 55-67. <https://doi.org/https://doi.org/10.2478/sues-2018-0020>
- Goldberg, J. H., & Helfman, J. I. (2010). Comparing information graphics: a critical look at eye tracking. *Workshop on Beyond Time and Errors: Novel Evaluation Methods for Visualization*. ABD: Association for Computing Machinery, New York. <https://doi.org/https://doi.org/10.1145/2110192.2110203>
- Interactive Advertising Bureau Ireland. (2020, Ekim 1). *Display Ad Standards*. İabireland: <https://iabireland.ie/councils/display-ad-standards/> adresinden alındı
- Irvine, M. (2024, Şubat 26). *Google Ads Benchmarks for Your Industry*. Wordstream: <https://www.wordstream.com/blog/ws/2016/02/29/google-adwords-industry-benchmarks> adresinden alındı
- Janoschka, A. (2004). *Web Advertising: New forms of communication on the Internet*. Zurich: John Benjamins Publishing Company.
- Kosinski, R. J. (2013, Eylül 1). *A Literature Review on Reaction Time*. Co-Mind Lab: <http://www.cognition.org/cogs105/readings/clemson.rt.pdf> adresinden alındı
- Kurzahls, K., Fisher, B., Burch, M., & Weiskopf, D. (2014). Evaluating visual analytics with eye tracking. *Proceedings of the Fifth Workshop on Beyond Time and Errors: Novel Evaluation Methods for Visualization*, 14, 61-69. <https://doi.org/https://doi.org/10.1145/2669557.2669560>
- Lamba, H., & Shah, N. (2019). Modeling Dwell Time Engagement on Visual Multimedia. *International Conference on Knowledge Discovery & Data Mining*. ABD: Special Interest Group on Knowledge Discovery and Data Mining. <https://doi.org/https://doi.org/10.1145/3292500.3330973>
- Li, H., & Leckenby, J. D. (2007). Internet Advertising Formats and Effectiveness. D. W. Schumann, & E. Thorson içinde, *Internet advertising theory and research* (s. 1-31). Texas: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Liu, L., Liu, W., Li, X., Wang, W., & Cheng, W. (2020). Eye-tracking Based Performance Analysis in Error Finding Programming Test. *15th International Conference on Computer Science & Education (ICCSE)*. Hollanda: IEEE. <https://doi.org/https://doi.org/10.1109/ICCSE49874.2020.9201882>
- Maison, D. (2019). *Qualitative Marketing Research Understanding Consumer Behaviour*. Routledge.
- McCormick, K. (2023, Aralık 15). *NEW Advertising Benchmarks for Home Services in 2021*. Wordstream: <https://www.wordstream.com/blog/ws/2021/09/22/advertising-benchmarks-home-services-2021> adresinden alındı
- Miller, R. K., & Washington, K. D. (2017). *Consumer Marketing 2017-2018*. Market Research Handbooks (RKMA).
- Nia, R. N., Pirzad, A., & Mousavi, S. N.-A.-D. (2020). Designing and Explaining the Impact Pattern of Online Advertising on Actual Purchasing (Case Study: Atieh Saba Holding) . *Journal of System Management*, 1, 113-130 <https://doi.org/10.30495/jsm.2020.673653>.
- Obadã, D.-R. (2021). Pretesting Flow Questionnaire Design Using Eye-Tracking: An Exploratory Study. *Journal of the Seminar of Discursive Logic, Argumentation Theory and Rhetoric*, 19(1), 102-116.

- Pęczkowski, P., & Blasiak, W. (2017). Using Eye-Tracking Technology for the Analysis of Students' Subjective Views on Usefulness of Chosen Physics Formulas. *Edukacja-Technika-Informatyka*, 8(4), 192-200. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.15584/eti.2017.4.25>
- Rosenkrans, G. (2009). The Creativeness and Effectiveness of Online Interactive Rich Media Advertising. *Journal of Interactive Advertising*, 9(2), 18-31 <https://doi.org/10.1080/15252019.2009.10722152>.
- Rzemieniak, M. (2015). Measuring the Effectiveness of Online Advertising Campaigns in the Aspect of e-entrepreneurship. *Procedia Computer Science* 65, 980-987 <https://doi.org/10.1016/j.procs.2015.09.063>.
- Sands, S. F. (2021, Kasım 4). *Sample size analysis for brainwave collection (EEG) methodologies*. Sands Research: <http://www.sandsresearch.com/assets/white-paper.pdf> adresinden alındı
- Scott, N., Zhang, R., Le, D., & Moyle, B. (2019). A review of eye-tracking research in tourism. *Current Issues in Tourism*, 22(10), 1244-1261 <https://doi.org/10.1080/13683500.2017.1367367>.
- Tavor, T. (2011). Online Advertising Development and Their Economic Effectiveness. *Australian Journal of Business and Management Research* 1(6), 121-133 <https://doi.org/10.52283/nswrca.ajbmr.20110106a13>.
- Ungureanu, F., Lupu, R., Cadar, A., & Prodan, A. (2017). Neuromarketing and visual attention study using eye tracking techniques. *21st International Conference on System Theory, Control and Computing (ICSTCC)*. Romanya: IEEE. <https://doi.org/https://doi.org/10.1109/ICSTCC.2017.8107093>
- Volovich, K. (2020, Haziran 7). *What's a Good Clickthrough Rate? New Benchmark Data for Google AdWords*. Hubspot: <https://blog.hubspot.com/agency/google-adwords-benchmark-data> adresinden alındı
- Wang, Y., & Sparks, B. A. (2016). An Eye-Tracking Study of Tourism Photo Stimuli: Image Characteristics and Ethnicity. *Journal of Travel Research*, 55(5), 588-602. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/0047287514564598>
- Yang, X., & Krajbich, I. (2021). Webcam-based online eye-tracking for behavioral research. *Judgment and Decision Making*, 16(6), 1485-1505. <https://doi.org/https://doi.org/10.1017/S1930297500008512>
- Zhang, B., & Seo, H.-S. (2015). Visual attention toward food-item images can vary as a function of background saliency and culture: An eye-tracking study. *Food Quality and Preference*, 41, 172-179. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2014.12.004>

Gaziantep Şeriye Sicilleri Üzerinden Bir Tipoloji Denemesi (1696-1831)*

Büşra SAĞLAM DORUK** 

Hicran Hanım HALAÇ*** 

ÖZ

Osmanlı topraklarına dahil olmuş, Osmanlı himayesinde yaşam sürmüş her yerleşim, Osmanlı'nın arşivciliğe verdiği önem sayesinde araştırılabilir ve veri elde edilebilir olmuştur. Gaziantep kenti de Osmanlı'nın bu geleneğinden yararlanmış, günümüzde kentin geçmişini aydınlatılabilirliği imkanı sunmuştur. Çalışmada 1696-1831 yılları arasında Gaziantep'te bulunan konutlar üzerinden bir tipoloji çalışması yapılması amaçlanmıştır. Bu doğrultuda incelenen 24 adet Şeriye sicilinde bulunan 335 konut barındırdıkları mekanlara göre tiplere ayrılmış, 56 konut bu ayrışmanın dışında kaldığından analiz 279 konut üzerinden sürdürülmüştür. Oda ve beyt ayrımı üzerinden yürütülen bu tipolojik çalışmada elde edilen sonuçlar odanın beyt mekanından başka bir mekan tanımladığı, konutun ve dolayısıyla kentin gelişimi ile doğrudan ilişkili olduğu belirlenmiştir. Araştırma, Gaziantep kenti özelinde yapılmış olsa da bahsi geçen döneme daha önce mevcut olmayan bir bakış gerçekleştirdiğinden, alana katkısının değerli olduğu düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Şeriye Sicilleri, Gaziantep, Konut, Tipoloji, Satış Belgeleri.

A Typology Experiment Based on Gaziantep Kadi Records

ABSTRACT

Every settlement that was included in the Ottoman lands and lived under Ottoman protection could be researched and data could be obtained thanks to the importance the Ottomans gave to archiving. The city of Gaziantep also benefited from this tradition of the Ottoman Empire and today it offers the opportunity to shed light on the past of the city. The aim of the study was to conduct a typology study on the houses in Gaziantep between 1696 and 1831. In this regard, 335 houses in the 24 Kadi records were examined were divided into types according to the spaces they house. 56 houses were excluded from this separation, the analysis continued on 279 houses. The results obtained in this typological study carried out on the distinction between room and "beyt" have determined that the room defines a space other than the beyt space and is directly related to the development of the house and therefore the city. Although the research was conducted specifically for the city of Gaziantep, it is considered to be valuable in its contribution to the field as it provides a previously unavailable look at the period in question.

Keywords: Kadi Records, Gaziantep, Housing, Typology, Sales Documents.

1. Giriş

Gaziantep, geçmişten günümüze pek çok uygarlığa şahitlik etmiş, birçoğuna yurt olmuştur. Konumu itibariyle ticari ve kültürel etkileşimler kurmuş, birçok toplumu ve dolayısıyla yerleşimi etkilemiş ve doğal bir sonucu olarak bu ilişkiden etkilenmiştir. Gaziantep bu var olma süreci içinde çeşitli dönüşümler geçirerek kendi varlığını oluşturmuştur. Bu var olma sürecinde Gaziantep konutu da kendi mevcudiyetini ortaya koymuştur.

İlk yerleşim bölgesi kale içerisinde olsa da Gaziantep konutu denildiğinde tanımlanan yapı, kale çevresinde şekillenen oluşumlardır. Dar ve çıkmaz sokaklar etrafında konumlanan Gaziantep konutu, sokakla ilişki kurmayan ve yüksek duvarlarla çevrili avlu etrafında düzenlenmiş bir kurgudadır (Atalar, 2004). Genellikle iki katlı olan Gaziantep evlerinde konut mekanlarının tamamı avluyla ilişki kuracak

* Bu makale yürütülen "Şeriye Sicilleri Işığında Antep Konut Mimarisi (18. Yüzyıldan 19. Yüzyılın İlk Yarısına)" başlıklı doktora tezinin bir bölümünden üretilmiştir./This article was produced in the chapter of the doctoral thesis titled "Antep Residential Architecture in the Light of Sharia Registers (18th Century to the First Half of the 19th Century)".

** **Corresponding Author/Sorumlu Yazar,** Doktora Öğrencisi/Ph.D. Stud., Eskişehir Teknik Üniversitesi, Eskişehir, Türkiye/ Eskişehir Technical University, Eskişehir, Türkiye, busrasaglam@ogr.eskisehir.edu.tr

*** Prof. Dr., Eskişehir Teknik Üniversitesi, Eskişehir, Türkiye/ Eskişehir Technical University, Eskişehir, Türkiye, hhalac@eskisehir.edu.tr

Makale Gönderim ve Kabul Tarihleri/Article Submission and Acceptance Dates: 29.04.2024-27.06.2024

Citation/Atf: Sağlam Doruk, B., Halaç, H. H. (2024). Gaziantep Şeriye Sicilleri Üzerinden Bir Tipoloji Denemesi (1696-1831). *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 54, 413-425. <https://doi.org/10.52642/susbed.1475491>

şekilde düzenlenmiştir. Mekanlar zemin katta avluya dönük, üst katta hem avluya hem de sokağa dönük olarak kurgulanmıştır (Erman & Geyyas, 2022). Bu şekillenişin en temel nedeni Anadolu'da hemen hemen tüm yerleşimlerde olduğu gibi burada da mahremiyettir. Ailenin özel yaşantısının korunması, konutun sokak ile bağlantısının kısıtlanması ile sağlanmış, bu olgu konutun tüm şekillenişini etkilemiştir. Öyle ki konutun sokağa bakan cepheleri az pencereli sağır duvarlar olarak tasarlanırken avlu cepheleri daha açık bir kurguda oluşmuş, iç mekanların avluyla bütünleşerek hayat bulması sağlanmıştır.

Gaziantep konutunun mekan bileşenlerine bakıldığında yine avlunun merkezde olduğu görülmektedir. Avlu etrafına yerleştirilen odalar yazlık kışık olarak ayrılmış, bunlarla birlikte mutfak, kiler avlunun ucunda yer almıştır. Bazı evlerde giriş dehlizinin bir yanında ocaklık (mutfak) bir yanında ahır bulunduğu görülmektedir (Erol, 1993). Geleneksel Gaziantep evinin yapısal kurgusunu oluşturan ana mekanlar, avlu, eyvan, odalar ve mutfaktır. Kiler, mağara, bardakaltı, ahır ve tuvalet konutta yer alan ve yaşantıyı destekleyen diğer mekanlardır (Erman & Geyyas, 2022).

Gaziantep konutuna dair genel geçer tanımlama ve açıklamalara bakarak, bu alanda yapılmış çalışmalarını inceleyerek ve kenti gözlemleyerek veri elde etmek ve fikir sahibi olmak mümkündür. Ancak dönem çalışmalarında bu araştırmalar yetersiz olmaktadır. Bu doğrultuda çalışmalara en temel kaynağı oluşturacak olan bahsi geçen döneme ait günümüze ulaşan kayıtlardır. Nitekim bu araştırmanın temelini oluşturan beyt ve oda kurgusu Gaziantep ile ilgili yapılan sınırlı çalışmada yer bulmuş, bu çalışmalarda da beyt ve odanın aynı mekanı tanımlamak için kullanıldığı ifade edilmiştir. Kıvrım'ın (2009) Gaziantep konutu ile ilgili yaptığı araştırmasında oda kelimesi yerine Arapça beyt kelimesinin kullanıldığını belirtmiş, bu iki ifadenin ayrımı üzerinde durmamıştır. Ancak bu çalışmada bu iki ifadenin farklı mekanları tanımladığı Gaziantep'e ait Şeriyecilerinde bulunan satış belgelerinden tespit edilmiştir.

Osmanlı topraklarına dahil olmuş, Osmanlı himayesinde yaşam sürmüş her yerleşim, Osmanlı'nın arşivcilğe verdiği önem sayesinde araştırılabilir ve veri elde edilebilir olmuştur. Tahrir defterleri, Ahkam defterleri, Derdest defterleri, Şeriyecileri gibi kendi dönemi içerisinde kayıt altına alınmış pek çok kaynak, günümüzde incelenen döneme ışık tutan önemli bilgiler barındırmaktadır.

Çalışma, Şeriyecilerinde bulunan satış belgelerinde tanımlanan mekan bileşenlerinin irdelenmesi ile bir tipoloji çalışmasının yapılıp yapılamayacağı sorusu ile ortaya çıkmıştır. Şeriyecilerinde bulunan konut tanımlamaları, böyle bir değerlendirmeye imkan sağlamaktadır. Gaziantep kentine ait Şeriyecileri 174 adet olup bu kayıtların 1531-1540 yılları ile 1907-1908 yılları arasını kapsadığı görülmektedir. Bu kayıtlardan büyük bir çoğunluğunun transkribe edilmiş olması, çalışmada Gaziantep'in seçilmesinin temel nedenlerinden biridir.

Çalışma kapsamı belirlenirken yapılan çalışmada Gaziantep kentine ait daha önce yapılan çalışmaların dışında bir dönem belirlemek, aydınlatılmamış bir döneme bakış sergileyebilmek açısından kıymetlidir. Bu doğrultuda bakıldığında Canbakkal'ın (2009)1656-1660 yılları arasına ait iki sicil kaydı ile 1689-1693 yıllarına ait iki sicil kaydını doktora çalışmasında değerlendirdiği görülmektedir. Yine Çakır (2010)doktora tezinde, 16. Yüzyılda Gaziantep şehrini Şeriyecileri ve diğer arşiv kaynaklarında bulunan veriler ışığında incelemiştir. Pierce (2005) "Ahlak Oyunları 1540-1541 Osmanlı'da Ayntab Mahkemesi ve Toplumsal Cinsiyet" isimli kitabında Şeriyecileri aracılığıyla dava kayıtlarını incelemiş, dönemin yargı sistemiyle ilgili araştırmalar yapmıştır. Çınar (2000) doktora tezinde 18. Yüzyılın ilk yarısında Antep şehrinin sosyal ve ekonomik durumunu 18. Yüzyılın ilk yarısına ait 60 Şeriyecileri kayıtları aracılığıyla incelemiştir. Çınar çalışmasını mühimme defterleri, vakfiyeler ve tahrir defterlerinden de istifade ederek tamamlamıştır. Bu çalışmalara ek olarak Kıvrım'ın (2005)doktora tezi, 1670-1680 yıllarında Ayntab ve Konya şehirlerinde yaşayan insanların birbirleriyle olan ilişkileri ve günlük hayatlarının nasıl şekillendiğini ortaya koymayı hedeflemiştir. Gaziantep kenti için yapılan tüm bu çalışmaların hiçbirinde kentin konut yapısının araştırılmadığı görülmektedir.

Bu çalışmanın kapsamını Gaziantep Şeriyecileri oluşturmaktadır. Bu doğrultuda kente ait 61, 64, 65, 66, 67, 68, 71, 96, 98, 99, 108, 109, 111, 113, 120, 122, 123, 125, 129, 131, 135, 137, 141, 142 sicil numaralı 1696-1831 yıllarını kapsayan Gaziantep Şeriyecileri çalışma kapsamında tutulmuş, belirlenen sicil kayıtlarına ait transkripsiyon çalışmalarının 27 adet tezde yapıldığı belirlenmiştir. Çalışma bu transkripsiyon çalışmaları üzerinden yürütülmüş, bu kayıtlar içerisinde bulunan satış belgeleri tespit edilmiştir. Araştırılan

24 adet Şer'iye sicili içerisinde toplam 335 satış belgesi ve dolayısıyla 335 konut bu çalışmanın ana kapsamını meydana getirmektedir.

Tablo 1. Gaziantep Şer'iye Sicillerine Ait Yapılan Transkripsiyon Çalışmaları

	Yazar Adı	Tez Adı
1	344343 Mustafa Çavdaroğlu	61 numaralı Ayntab Şer'iye Sicilinin Transkripsiyonu ve Değerlendirilmesi (s. 1-100) H. 1124-1125/M. 1712-1713
2	369304 Mehmet Can	61 numaralı Gaziantep Şer'iye Sicili'nin transkripsiyonu ve değerlendirmesi
3	297951 Ökkeş Narinç	1712-1715 Tarihleri Arasında Gaziantep'te Sosyal-Siyasi ve İktisadi Yapı: 64 Numaralı Gaziantep Şer'iye Sicilinin Metin Transkripsiyonu ve Değerlendirilmesi.
4	297948 Naime Kayacı	1714-1715 tarihleri arasında Gaziantep'te Sosyal, Siyasi ve İktisadi Yapı: 65 Numaralı Gaziantep Şer'iye Sicili Metin Transkripsiyonu ve Değerlendirmesi
5	376711 Eyüp Erbilici	1715 Tarihinde Gaziantep'te Sosyal, Siyasi ve İktisadi Yapı: 66 Numaralı Gaziantep Şer'iye Sicilleri Metin Transkripsiyonu ve Değerlendirmesi.
6	616283 Şeyda Sağlam Öztürk	67 numaralı Ayntab Şer'iye Sicilinin transkripsiyonu ve değerlendirilmesi (H. 1128-1129/M. 1716-1717 s. 429-603)
7	533468 Şahin Doğan	68 Numaralı Ayntab Şer'iye Sicilinin transkripsiyonu ve değerlendirilmesi (H. 1129-1130/M. 1717-1718 s. 179-356)
8	313904 Ahmet Külek	71 numaralı Gaziantep Şer'iye Sicili transkripsiyonu (1-101. sayfalar-H. 1132/M. 1720)
9	521012 Yüstra Eroğlu	96 Nolu Ayntab Şer'iye Sicilinin H. 1153-1154 transkripsiyonu ve değerlendirilmesi.
10	254157 Ömer Faruk Yılmaz	98/1 Numaralı Gaziantep Şer'iye Sicili (H. 1155/M. 1742-1743) Transkripsiyon ve Değerlendirme
11	254156 Sema Yüce	98 numaralı Gaziantep Şer'iye Sicili (H. 1155/M. 1742-1743) Transkripsiyon ve Değerlendirme
12	240742 Zemzem Yücedürk	98/3 numaralı Gaziantep Şer'iye Sicili (H. 1155/M. 1742-1743) Transkripsiyon ve Değerlendirme
13	356225 Aylin Kurt	99 numaralı Ayntab Şer'iye sicilinin (H. 1139-1159/M. 1727-1746) transkripsiyonu ve değerlendirilmesi
14	43888 Fuat Yıldırım	108 Numaralı Gaziantep Şer'iye Sicili H. 1164-1165,(M. 1750-1752)
15	279293 Mehmet Karasakal	109 Numaralı Ayntab Şer'iye Sicilinin transkripsiyonu ve değerlendirilmesi (H. 1165/M. 1752)
16	572510 Saliha Işık Ökke	111 numaralı ayntab şer'iye sicilinin transkripsiyonu ve değerlendirilmesi (H. 1166-1168/m. 1753-1755)(S. 1-145)
17	10733 Galip Eken	Gaziantep'in 113 Numaralı Şer'iye Sicili Transkripsiyon ve Değerlendirme (H. 1168-1169 M. 1755-1756)
18	87546 Zeynel Özlü	Gaziantep'in 120 Numaralı Şer'iye Sicili
19	446776 Çiğdem Yılmaz	122 Numaralı Gaziantep Şer'iye Sicilinin transkripsiyonu ve değerlendirilmesi (H. 1177-1178/M. 1763-1764).
20	186748 Serhat Kuzucu	123 numaralı Gaziantep Şer'iye Sicilinin Transkripsiyonu ve değerlendirilmesi.
21	405493 Makbule Bakırçı	1761-1762 Tarihleri Arasında Ayntab'da Sosyal, Siyasi ve İktisadi Yapı: 125 Numaralı Gaziantep Şer'iye Sicili Metin Transkripsiyonu ve Değerlendirmesi
22	264802 Neşe Toğrul	129 numaralı Ayntab Şer'iye Sicilinin (H. 1061, 1108, 1142/M. 1650, 1696, 1729) transkripsiyonu ve değerlendirilmesi
23	351672 Ayşe Güdelloğlu	131 Nolu Şer'iye Sicil Defterine göre Gaziantep'in Kültürel, Sosyal ve Ekonomik Durumu
24	502164 Abdullah Bilici	135 numaralı Ayntab Şer'iye Sicilinin transkripsiyonu ve değerlendirilmesi (H. 1205-1207/m. 1790-1792. s. 1-204)
25	326116 Serpil Acioğlu	137 numaralı Ayntab Şer'iye Sicilinin (h. 1216-1220/m. 1801-1806) transkripsiyonu ve değerlendirilmesi
26	189648 Aynur Geçkil	141 numaralı Gaziantep Şer'iye sicili, metin-değerlendirme (h. 1234-1236/m. 1818/1821)
27	425677 Leyla Akcan	1824-1834 Tarihleri Arasında Gaziantep'te Sosyal, Siyasi ve İktisadi Yapı (142 Numaralı Gaziantep Şer'iye Sicili Metin Transkripsiyonu ve Değerlendirmesi S. 1-253).

2. Yöntem

Mimarlık alanında yapılan tipoloji çalışmaları konutun planları, mekan bileşenlerinin boyutları, cephe özellikleri gibi bir çok veri değerlendirilerek yapılmaktadır. Ancak sicil kayıtlarından konutun cephe özellikleri veya planları ile ilgili veriye erişmek olanaksızdır. Yine de bu belgeler ışığında bir tipoloji çıkarmak ve tiplerin ilişkili olduğu durumları irdelemek imkansız değildir. Faroqhi (2009) yaptığı tipoloji çalışmasında sicillerde kayıtlı olan evlerde bulunan veya bulunmayan farklı kategorilerdeki odaları kriter olarak almıştır. İrdelediği evleri tabhane, oda, sofa ve avlu mekanlarının kombinasyonlarından oluşturduğu

altı kategoriye bölen Faroqhi, değerlendirmelerini bu kategoriler altında yapmıştır. J. C. David'in (1975) Halep geleneksel konutları için yaptığı tipoloji çalışmasında konutları 4 tip altında incelemiştir. 1. Tip konutlar sadece avlu ve odalardan oluşan ortalama 83 metrekarelik konutlardır. 2. Tip olarak tanımlanan kategoride konutların ortalama 189 metrekare olduğunu, Tip 1'den farkının avludaki havuz ve cephedeki biraz daha fazla özen olduğunu belirten David, bu tipin 1. Tipten en büyük farkının boyutu olduğunu belirtir. 3. Tip 400 metrekare boyutlarında avluda havuzun, eğlenceler için bir platformun, eyvanın bulunduğu görülür. Eyvanın her iki tarafında iki küçük salon bulunur, ka'alar (kabul salonları) her evde yoktur. Zemin katta diğer odalar yatak odaları ve kadınlara ait odalardır. Mutfak ve servis mekanları ek bir avlu etrafında gruplandırılmıştır. 4. Tip konutların 3. Tipten farkı boyutudur. Bu konutlar ortalama 900 metrekare civarındadır. Özcan (1993) doktora tezinde yaptığı tipoloji çalışmasında, Konya'da evlerin satışını etkileyen durumları araştırmış, bu kapsamda konutları tabhane, sofa, oda ve avlu bileşenlerinin farklı alternatifleriyle oluşturduğu dört tipe ayırmıştır.

Araştırmanın bu aşamasında sicillerde bulunan satış belgelerindeki konutların iç mekan bileşenleri temel alınmıştır. Gaziantep'te genellikle menzil olarak ifade edilen konutun iç mekan bileşenleri fazlasıyla çeşitlilik göstermektedir. Beyt, oda, eyvan, mutfak, hazine, tabaka, kiler, mağara gibi mekanlar Gaziantep konutunu meydana getiren temel bileşenlerdir. Gaziantep konutunda, bu çalışmanın da ana kurgusunu var eden beyt ve oda ayrımı ilginçtir. Gaziantep sicillerinde yapılan konut tanımlamalarında beyt ve oda farklı mekanları tanımlamak için kullanılmıştır. Araştırılan konut tanımlamalarında Gaziantep konutunda en fazla karşılaşılan mekan beyt olmuştur. Beyt ifadesinin hem oda hem de ev anlamında kullanıldığı çeşitli kaynaklarda yer bulmuş, Gaziantep'te bu mekanın ailenin tüm ihtiyaçlarını karşılayan bir oluşum olduğu düşünülmektedir. Oda ise bu kentte daha özel bir alanı temsil eder. Beytten farklı bir mekana karşılık gelmesi durumu belgelerde de ifade edilmiştir. Gaziantep 131 numaralı Şeriye Sicilinde bulunan 74 numaralı belgede konut mekanları sıralanırken "... şahnişli bir fevkani beyt tahti oda kibleye nazır bir tahtani beyt ve bir matbah ve bir havz-ı ma ve havlu..." ifadeleri yer bulmuştur (Güdeloğlu, 2013). Yine başka bir belgede Antep 109 numaralı Şeriye Sicilinde bulunan 366 belge numaralı satış belgesinde "... bir fevkani ve bir tahtani beyt ve bir matbah ve bir bir-i mâ ve hariciye bir tahtani oda ve havlu..." tanımlamasına yer verilmiştir (Karasakal, 2010). Bu doğrultuda Gaziantep konutu tipoloji çalışması yapılırken beyt ve oda mekanlarını ayrı değerlendirmek, oda mekanının konutta bulunmasının konuttaki etkisini inceleyebilmek açısından önemlidir.

İncelenen satış belgelerinde konutlar 4 kategoriye ayrılmıştır (Tablo 2). Bunlardan ilki bahsi geçen konutlar içerisinde en gelişmiş konutu tanımladığı düşünülen konut tipidir. Birinci tipte en az bir beyt, en az bir oda, avlu ve en az bir hizmet mekanı bulunmaktadır. 2. Tipte en az bir beyt, avlu ve en az bir hizmet mekanı bulunmaktadır. 3. Tip konutlar avlusu bulunmayan tek tiptir. Bu kategorideki konutlarda en az bir beyt ve en az bir hizmet mekanı bulunur. 4. Tip en az bir beyt ve avludan meydana gelmektedir. Bu kategoride de oda ve hizmet mekanları bulunmaz.

Tablo 2. Konut Tiplerinin Mekan Bileşenleri

1. TİP	2. TİP	3. TİP	4. TİP
<ul style="list-style-type: none"> • Beyt • Oda • Avlu • Hizmet Mekanı 	<ul style="list-style-type: none"> • Beyt • Avlu • Hizmet Mekanı 	<ul style="list-style-type: none"> • Beyt • Hizmet Mekanı 	<ul style="list-style-type: none"> • Beyt • Avlu

3. Bulgular

18. yüzyıl ile 19. yüzyılın ilk yarısının araştırıldığı çalışmanın veri grubunu oluşturan 335 konut, belirlenen tiplere göre kategorize edilmiştir. Bu konutlar içerisinde 279 konut değerlendirmeye alınırken, 56 konut mekan bileşenleri bakımından belirlenen kategorilerin dışında kaldığı için değerlendirmeye dahil

edilmemiştir. Tipolojiye dahil edilen konutların belirli tiplerde yoğunluk gösterdiği gözlemlenmektedir (Tablo 3). Tip 2 olarak tanımlanan beyt, avlu ve hizmet mekanı bileşenlerinden oluşan 188 konut, %56,1 oranla en sık karşılaşılan konut tipidir. Bunu takiben Tip 4 %11,3 oranla 38 konutta karşımıza çıkmaktadır. Tip 1 %11,0 oranla 37 konutta görülmektedir. Tip 3 bu sıralamada avlusu bulunmayan tek konut tipini nitelemesiyle birlikte en az rastlanan konut tipi olmuştur. Bu tip ile %4,8 oranla 16 konut satışında karşılaşmıştır.

Tablo 3. Konutların Tiplere Göre Dağılımları

Toplam Konut Sayısı		TİP1	TİP2	TİP3	TİP4	
335		Beyt	Beyt	Beyt	Beyt	
%100		Oda	Avlu	Hizmet Mekanı	Hizmet Mekanı	
		Hizmet Mekanı	Hizmet Mekanı	Hizmet Mekanı	Hizmet Mekanı	
Tipolojiye Dahil Edilebilen	Tipoloji Dışında Kalan	SAYI	37	188	16	38
279	56	YÜZDE	%11,0	%56,1	%4,8	%11,3
%83,3	%16,7					

Antep'in 18. ve 19. yüzyıl konutları üzerine yapılan tipoloji çalışmasında belirlenen tiplerin yıllara göre dağılımı incelendiğinde, hangi tip konutun hangi yıllar arasında yaygın olduğunu sorusu cevap bulacaktır. Dağılımın daha net ve elverişli sonuçlar vermesi adına yıllar 25 yıllık aralıklarla kaydedilmiştir. Bu anlamda Tablo 4 incelendiğinde, en yaygın konut tipi olan Tip 2'nin 1696-1725 yılları arasında yoğunlaştığı görülmektedir. Kentte bu yıllarda beyt, avlu ve hizmet mekanı birimlerinden oluşan konut tipinin popüler olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Bununla birlikte araştırmaya konu olan belgelerin bahsi geçen yıl aralıklarına homojen dağılım sergilemediği de göz önünde bulundurulduğunda kesin bir yargıya varmak doğru değildir. Tip 4 olarak kategorize edilen beyt ve avludan oluşan konut tipinin yine çoğunlukla 1696-1725 yıllarında görüldüğü söylenebilir. En gelişmiş konut tipini tanımlayan Tip 1, belgelerin 1696-1725 yılları arasında yoğunlaşmış olmasına karşın 1751-1775 yılları arasında gözlemlenmesi kentin gelişim sürecini yansıtan bir durum olarak düşünülebilir.

Tablo 4. Tiplerin Yıllara Göre Dağılımı

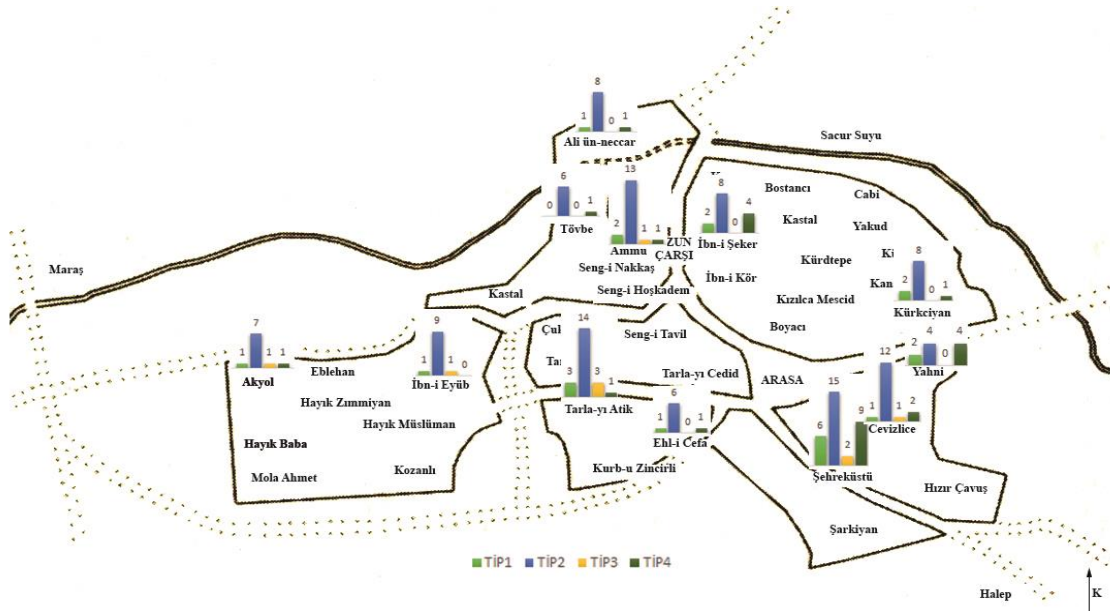
Yıl Aralıkları	TİP1	TİP2	TİP3	TİP4	Toplam
	Beyt Oda Avlu Hizmet Mekanı	Beyt Avlu Hizmet Mekanı	Beyt Hizmet Mekanı	Beyt Avlu	
1696-1725	18	121	2	31	172
1726-1750	6	18	6	2	32
1751-1775	11	40	5	4	60
1776-1800	2	3	3	0	8
1801-1825	0	4	0	1	5
1826-1831	0	2	0	0	2
Toplam	37	188	16	38	279

Belirlenen konut tiplerinin kente yayılımının araştırılması, yerleşimlerin şekillenmesi ve kentin gelişim yönü hakkında fikir sahibi olmamızı sağlayabilir. Bu doğrultuda bahsi geçen tiplerin mahallelere dağılımları araştırıldığında Tip 1 in Şehreküstü, Kızılca Mescit ve Tarla-yı Atık mahallelerinde yoğunlaştığı söylenebilir (Tablo 5). Tip 2'ye dahil olan konutlardan mahallesi belirtilmeyen bir konut dışarıda bırakıldığında bu konut tipinin genellikle Amu, Cevizlice, Şehreküstü ve Tarla-yı Atık mahallelerinde belirlendiği görülmektedir. Tip 3 grubundaki konutların sayısının azlığı, bu konut tipinin yayılımı ile ilgili net bir bilgi vermese de Tarla-yı Atık, Şehreküstü, Şarkıyan ve Cabi mahallelerinde görüldüğü söylenebilir. 4. Tip konut grubunun Şehreküstü, Yahni, İbn-i Şeker mahallelerinde konumlandığı gözlemlenmektedir (Tablo 5).

Tablo 5. Konut Tiplerinin Mahallelere Göre Dağılımları

Mahalle	TİP1	TİP2	TİP3	TİP4	Toplam
	Beyt Oda Avlu Hizmet Mekanı	Beyt Avlu Hizmet Mekanı	Beyt Hizmet Mekanı	Beyt Avlu	
Akyol	1	7	1	1	10
Ali Neccar	1	8	0	1	10
Amu	2	13	1	1	17
Beg	0	4	0	1	5
Boyacı	1	1	0	0	2
Cabi	1	2	2	0	5
Cevizlice	1	12	1	2	16
Çukur	2	4	1	0	7
Ehl-i Cefa	1	6	0	1	8
Hayık Müslüman	0	5	0	2	7
Hayık Zımmiyan	0	1	1	0	2
Hayık Baba	0	2	0	0	2
Hızır Çavuş	0	4	0	0	4
İbn-i Şeker	2	8	0	4	14
İbn-i Eyyüb	1	9	1	0	11
Kal'a	1	1	0	1	3
Kanalıcı	0	4	0	1	5
Karasakal	0	4	0	0	4
Katsal/Kastel	0	4	0	0	4
Kayacak	0	2	0	2	4
Kayser/Kaysar	0	3	0	1	4
Kızılca Mescid	3	5	0	0	8
Kozluca	0	4	0	0	4
İbn-i Kör	0	1	0	0	1
Kurb-ı Zincirli	1	7	1	0	9
Kurb-ı Bostancı	1	3	0	2	6
Kürkciyan	2	8	0	1	11
Kürtinciyan	2	2	0	0	4
Musulluzade	0	1	0	0	1
Seng-i Hoşkadim	0	3	0	0	3
Seng-i Tavil	1	3	0	0	4
Sengi Nakkaş	1	0	0	0	1
Şarkıyan	0	0	2	1	3
Şhreküstü	6	15	2	9	32
Tarla-yı Atik	3	14	3	1	21
Tarlayı Cedid	0	3	0	0	3
Taşlakı	0	1	0	0	1
Tövbe	0	6	0	1	7
Yahni	2	4	0	4	10
Mahalle Belirlenemeyen	1	3	0	1	5
Toplam	37	187	16	38	278

Mahallelerde hangi konut tipinin daha yaygın olduğunu görmek, Antep'in bahsi geçen döneme ait bir haritası üzerinde daha net kavranacaktır (Resim 1). Harita üzerine işlenen grafikte konut tiplerinin satış belgelerinde en sık rastlanan mahalleler olan Akyol, Ali Neccar, Amu, Cevizlice, Ehl-i Cefa, İbn-i Şeker, İbn-i Eyyub, Kürkciyan, Şhreküstü, Tarla-yı Atik, Tövbe, Yahni mahallelerinin sayıları işlenmiştir. Bu doğrultuda tüm mahallelerde Tip 2'nin daha yoğun bulunduğu net bir şekilde görülmektedir. Bununla birlikte kentinin güney ve doğu yönündeki mahallelerde çalışmada daha nitelikli bir konutu temsil eden Tip 1'in daha yaygın olduğu anlaşılmaktadır.



Şekil 1. Konut Tiplerinin Mahallelere Dağılım Haritası

Araştırma döneminde elde edilen konutların bir ve iki katlı olduğu görülmüştür (Tablo 6). Bu konutların oluşturulan tiplere dağılımına bakıldığında Tip 2 grubuna ait iki konutun kat bilgisi olmadığından araştırma dışında bırakılmıştır. En gelişmiş konut tipini karşılayan Tip 1 in yüksek oranda iki katlı olması göze çarpmaktadır. Diğer kategorilerde kat sayıları arasındaki fark önemli sonuçlar doğurmasa da örneğin Tip 4 ün genellikle bir katlı oluşunun, bu konut tipinin daha az gelişmiş bir grubu temsil ettiği sonucuna varılabilir.

Tablo 6. Konut Tiplerinin Kat Dağılımları

	TİP1	TİP2	TİP3	TİP4	
Kat Sayıları	Beyt Oda Avlu	Beyt Avlu Hizmet Mekanı	Beyt Hizmet Mekanı	Beyt Avlu	Toplam
	Hizmet Mekanı				
Bir Katlı	8	104	7	24	143
İki Katlı	29	82	9	14	134
Toplam	37	186	16	38	277

18. ve 19. yüzyıl konutları üzerine yapılan tipolojik araştırmanın bir diğer basamağını, Anadolu ve civar yerleşimlerde sıklıkla görülen, konutun iki bölümlü olarak organizasyonu sonucu şekillenen dahiliyeli hariciyeli konutların bu tipler içerisindeki nasıl yer bulduğu oluşturmaktadır. Tip 1 olarak nitelendirilen ve bu çalışmada önemli bir yeri olan “oda” mekanının bulunduğu konut tipine ait grup, her ne kadar hem dahiliyeli hariciyeli hem de tek bölmeli konut örnekler barındırsa da önemli bir bölümünün dahiliyeli hariciyeli olarak düzenlendiği açıktır. En yaygın konut tipi olan Tip 2'nin, neredeyse tamamı tek bölmeli olarak organize edilmişken diğer iki tipte de benzer durum söz konusudur (Tablo 7).

Tablo 7. Konut Tiplerinin Yapı Şekillenişine Göre Gruplandırılması

	TİP1	TİP2	TİP3	TİP4	
Yapı Şekillenışı	Beyt Oda Avlu	Beyt Avlu Hizmet Mekanı	Beyt Hizmet Mekanı	Beyt Avlu	Toplam
	Hizmet Mekanı				
Dahiliyeli Hariciyeli	23	6	1	2	32
Tek Bölmeli	14	182	15	36	247
Toplam	37	188	16	38	279

Bölgenin karakteristik özelliğini yansıtan, Antep konutunun en önem verilen mekanı olarak ifadelendirilen eyvanın, bahsi geçen dönemde sınırlı belgede de olsa konutlarda yer bulduğu gözlemlenmektedir. Araştırma kapsamındaki konut tipleri içerisinde sadece Tip 1 ve Tip 2 gruplarında karşılaşılan eyvanın konutta ana konut mekanında veya hariciyede bulunduğu gözlemlenmektedir (Tablo 8). Ana konut mekanında bulunan eyvan Tip 1 de 3 konutta, Tip 2 de 7 konutta belgelere kaydedilmiştir. Hariciyede bulunan eyvanlar ise Tip 1 de 2 konutta tespit edilmişken Tip 2’de 1 konutta yer bulmuştur. Her ne kadar Tip 2 grubundaki eyvanlı konut sayısı daha fazla olsa da bu gruptaki konut sayısının eyvanlı konut sayısına oranı ile Tip 1 grubundaki konut sayısına oranla eyvan bulunma durumu karşılaştırıldığında Tip 1 de eyvanın önemli bir yeri olduğu söylenebilir. Antep konutunda bir diğer karakteristik özellik şahnişin varlığıdır. Sadece 3 konutta kaydedilen şahnişin, Tip 1 de 2 konutta tip 4’te 1 konutta gözlemlenmiştir.

Tablo 8. Konut Tiplerinde Eyvan ve Şahnişin

Eyvan/Şahnişin		TİP	TİP2	TİP3	TİP4	Toplam
		Beyt Oda Avlu Hizmet Mekanı	Beyt Avlu Hizmet Mekanı	Beyt Hizmet Mekanı	Beyt Avlu	
Eyvan	Ana konutta	3	7	0	0	10
	Hariciyede	2	1	0	0	3
Şahnişin		2	0	0	1	3
Toplam Konut Sayısı		37	188	16	38	279

Antep konutunun hem yaşama hem de üretim mekanı olan ve hemen hemen her konutta görülen avlu, bu tipoloji çalışmasının değerli bir araştırma adımını oluşturmaktadır. Antep konutunda avlulu konutlar, çift avlulu ve tek avlulu olarak ayrılmaktadır. Çift avlu durumunun konutun varlıklı bir aileye ait olmasıyla, dolayısıyla konutun gelişmişlik düzeyiyle bağlantılı olduğu kesindir. Nitekim çift avlu durumunun tamamının dahiliyeli hariciyeli konutlarda olması bu durumu destekler niteliktedir. Bununla birlikte çift avlulu konutların tipoloji gruplandırmasında tamamına yakınının Tip 1 de yer aldığı gözlemlenmektedir (Tablo 9). Tespiti yapılan 9 çift avlulu konuttan sadece 1 inin Tip 2 de belirlendiği, Tip 4’te çift avlulu konuta rastlanmadığı görülmektedir. Tip 3 grubu avlusuz tek grup olarak bu değerlendirmenin dışında kalmıştır.

Tablo 9. Konut Tiplerinde Avlu Dağılımı

Avlu Sayısı	TİP1	TİP2	TİP4	Toplam
	Beyt Oda Avlu Hizmet Mekanı	Beyt Avlu Hizmet Mekanı	Beyt Avlu	
Çift Avlulu	8	1	0	9
Tek Avlu	29	187	38	254
Toplam	37	188	38	263

18. ve 19. yüzyıl Gaziantep konutlarında ailenin su ihtiyacı avlularda konumlanan kuyular ile karşılanmaktadır. Konutun avlusunda bulunan bu kuyular genellikle o evde yaşayan aileye ait olsa da miras, satış gibi durumlar neticesinde kuyular ortak kullanıma da açık olabilmektedir. Kapsam dahilinde belirlenen konut tipleri irdelendiğinde Tip 1 grubunda çoğunlukla kuyu bulunduğu görülmektedir (Tablo 10). Tip 2 grubunda bulunan kuyunun Tip 1’e oranla daha az konutta mevcut olduğu söylenebilir. Tip 3 olarak kategorize edilen ve avlusuz olduğu bilinen grupta iki konutta kuyu bulunması ilginç bir durumdur. Bu satışlarda avlunun belirtilmemesinin sebebi avlunun satışa dahil olmaması veya belgelerin okunması ile ilgili bir sınırlılık olabilir.

Tablo 10. Konut Tiplerinde Kuyu Dağılımı

Kuyu Durumu	TİP1	TİP2	TİP3	TİP4	Toplam	
	Beyt Oda Avlu Hizmet Mekanı	Beyt Avlu Hizmet Mekanı	Beyt Hizmet Mekanı	Beyt Avlu		
Kuyu	Tek Kuyu	25	126	2	15	168
	Çift Kuyu	0	3	0	0	3
Toplam	25	129	2	15	171	
Toplam Konut Sayısı	37	188	16	38	279	

Satış belgelerinde satışı gerçekleşen konutun içinde konutla birlikte satılan dükkanlar bulunmaktadır. Bu dükkanların belirlenen konut tiplerine dağılımına bakıldığında toplam 15 dükkanlı konuttan Tip 1 kategorisinde sadece bir konutta dükkan olduğu, onun da Hallaç dükkanı olduğu görülmektedir. Tip 2 de dört farklı dükkan gözlemlenirken hallaç dükkanının bu kategoride dört konutta satışı yapıldığı görülmektedir. Tip 3'te görülen toplam dört dükkanın dördünün de farklı işlevlerde olduğu görülürken Tip 4 grubundaki dört dükkanın da hallaç dükkanı olduğu belirlenmiştir (Tablo 11).

Tablo 11. Konut Tiplerine Dahil Olan Dükkanlar

Dükkanlar	TİP1	TİP2	TİP3	TİP4	Toplam
	Beyt Oda Avlu Hizmet Mekanı	Beyt Avlu Hizmet Mekanı	Beyt Hizmet Mekanı	Beyt Avlu	
Abacı Dükkanı	0	0	1	0	1
Culah Dükkanı	0	0	1	0	1
Culah ve Berber Dükkanı	0	0	1	0	1
Dükkan evi	0	0	1	0	1
Hallaç Dükkanı	1	4	0	4	9
Külâh Dükkanı	0	1	0	0	1
Salca Dükkanı	0	1	0	0	1
Toplam	1	6	4	4	15

Araştırma kapsamında incelenen satış belgelerinde belki de en önemli husus konut karşılığı ödenen paradır. Gaziantep konutlarında çeşitli aralıklarda konut fiyatı görülmekte, bu çeşitliliğin konutların gelişmişlik durumuyla ilişkisi olabileceği düşünülmektedir (Tablo 12). Bu doğrultuda bakıldığında Tip 1 kategorisindeki konutların ağırlıklı 51-300 kuruş aralığında dağılım gösterdiği söylenebilir. Tip 2 grubundaki konut fiyatları çeşitli aralıklara dağılmış olsa da en fazla 0-50 kuruş arasında bir fiyata satıldığı görülmektedir. Benzer şekilde Tip 3 ve Tip 4'ün de çoğunlukla 0-50 kuruş arasında satıldığı görülmektedir.

Tablo 12. Konut Tiplerinin Satış Fiyatlarına Dağılımları

Satış Fiyatı	TİP1	TİP2	TİP3	TİP4	Toplam
	Beyt Oda Avlu Hizmet Mekanı	Beyt Avlu Hizmet Mekanı	Beyt Hizmet Mekanı	Beyt Avlu	
0-50 Kuruş	0	73	7	19	99
51-100 Kuruş	9	40	1	10	60
101-200 Kuruş	10	46	5	7	68
201-300 Kuruş	8	16	1	0	25
301-400 Kuruş	3	6	0	0	9
401-500 Kuruş	3	1	0	2	6
501-1000 Kuruş	2	3	1	0	6
1001-3550 Kuruş	2	2	0	0	4
Toplam	37	187	15	38	277

4. Sonuç

Şeriyecileri, Osmanlı topraklarında varlığını ortaya koymuş her yerleşim için değerli bir veri grubunu oluşturmaktadır. Nitekim bu çalışma da Gaziantep kentine ait günümüzde varlığını devam ettiren veya ettirmeyen konutların, araştırılan dönem içindeki şekillenmesi hakkında bilgi sahibi olunabilmesine önemli bir katkı sunmaktadır. Bu çalışmada, Gaziantep'in 1696-1831 yılları arasına ait konut tiplerini irdelemek, incelenen döneme dair analiz yapmak amaçlanmıştır. Çalışma kapsamında incelenen 24 adet Şeriyeciler sicilinden tespiti yapılan 335 konut, tipolojik açıdan araştırılmıştır. Oluşturulan kategorizasyon sonucu bahsi geçen 335 konutun 56 adedi bu tipolojik ayrışmanın dışında kaldığından araştırma 279 konut üzerinden sürdürülmüştür.

Araştırma sonucunda bahsi geçen yıllarda Tip 2 olarak kategorize edilen en az bir beyt, avlu ve en az bir hizmet mekanından oluşan konutun en yaygın konut tipi olduğu belirlenmiştir. Odanın bu dönemde konutlarda yavaş yavaş konutlarda yer bulduğu düşünülse de Tip 1 grubunun sayısı da azımsanmayacak ölçüdedir. Avlusuz tek tipi tanımlayan Tip 3'ün bu gruptandır. En az karşılaşılan konut tipi olması, Gaziantep konut geleneğinde avlunun önemini destekleyen bir bulgudur.

Araştırma kapsamında incelenen satış belgelerinin yıllara dağılımı her ne kadar homojen olmasa da konut tiplerinin yıllar içerisindeki konumlanması hakkında bir fikir sahibi olunmasını sağlayabilir. En gelişmiş konut tipi olan Tip 1'in bu anlamda yıllardaki gözlemlenmesi, kentin gelişimi ile ilişkisini ortaya koymaktadır. Oda, Anadolu'ya özgün bir oluşum olarak muhtemelen 18. yüzyıllarda Gaziantep'e geldiği varsayıldığında, bu coğrafyada odanın geç var olduğu söylenebilir. Bununla birlikte beyt kavramının Emevi kasırlarında bile görüldüğünü bildiğimizden, odanın beyitten daha gelişmiş bir mekan tanımladığı açıktır (Bayhan, 2016). Bu durumu, Gaziantep'te oda bulunan konutların çoğunlukla iki katlı olması ve dahiliyeli hariciyeli konutlarda sıklıkla görülmesi de desteklemektedir.

Odanın varlığı ile kentin gelişimi arasında güçlü bir bağ olduğu düşünüldüğünde, oda mekanını barındıran konutların kentin doğu ve güney yönlerinde daha fazla karşılaşıyor oluşu, kentin gelişim yönü hakkında bir fikir sahibi olunmasını sağlayabilir. Nitekim bu durum paylaşılan harita üzerinden de açıkça okunmaktadır. Gaziantep'in Halep ve Şam ile olan ticari ve kültürel ilişkisi, odanın bahsi geçen kentte görülmesine katkısı olmuş olma ihtimali bulunmaktadır. Ancak odanın Anadolu'da özellikle de İstanbul'da çok daha erken dönemlerde görüldüğü bilindiğinden, Gaziantep'te odanın varlığının hangi etkileşim yönünden etkilendiği konusuna açıklık getirmemektedir.

Gaziantep kentinin belirli dönemine ait yapılan bu tipoloji çalışması, daha önce üzerinde durulmayan bir dönemi konu aldığından ve oda ile beyt mekanlarının ayrımı üzerine kurulu olduğundan, alana katkısının önemli olduğu düşünülmektedir. Çalışmanın devamında Gaziantep'in farklı dönemlerine ait konutların incelenmesi ve bölgede bu durumun yayılımının araştırılması bu çalışmayı geliştirecek diğer durumlardır.

5. Extended Abstract

The study emerged with the question of whether a typology study can be done by examining the space components defined in the sales documents in the Kadi registry. The scope of the study consists of Gaziantep Kadi registries. In this direction, 61, 64, 65, 66, 67, 68, 71, 96, 98, 99, 108, 109, 111, 113, 120, 122, 123, 125, 129, 131, 135, 137, 141, Gaziantep Kadi records, with registration number 142, covering the years 1696-1831, were kept within the scope of the study, and it was determined that transcription studies of the specified registry records were carried out in 27 theses. A total of 335 houses constitute the main scope of this study.

For the typology study carried out in the study, the houses in the sales documents were divided into 4 categories. Type 1, which defines the most developed residence, has at least one couplet, at least one room, courtyard and at least one service area. Type 2 has at least one couplet, courtyard and at least one service space. Type 3 residences are the only type that does not have a courtyard. Houses in this category have at least one couplet and at least one service space. Type 4 consists of at least one couplet and a courtyard.

The 335 houses that constitute the data set of the study were categorized according to the determined types. While 279 houses among these houses were evaluated, 56 houses were not included in the

evaluation because they fell outside the determined categories in terms of space components. The 188 houses defined as Type 2, consisting of bayt, courtyard and service space components, are the most frequently encountered housing type with a rate of 56.1%. Following this, Type 4 occurs in 38 residences with a rate of 11.3%. Type 1 is seen in 37 houses with a rate of 11.0%. Type 3 is the only housing type that does not have a courtyard and is the least common housing type. This type was encountered in 16 house sales with a rate of 4.8%.

When we look at the distribution of houses over the years, it is seen that Type 2, which is the most common housing type, was concentrated between 1696-1725, while the housing type consisting of couplets and courtyards, categorized as Type 4, was mostly seen between 1696-1725. Type 1, which defines the most developed housing type, was observed between 1751-1775, although the documents were concentrated between 1696-1725, and can be considered as a situation that reflects the development process of the city.

When the distribution of the types to the neighborhoods was investigated, Type 1 was found in Şehreküstü, Kızılca Mescit and Tarla-yı Atik neighborhoods, Type 2 was generally found in Amu, Cevizlice, Şehreküstü and Tarla-yı Atik neighborhoods, and Type 3 was found in Tarla-yı Atik, Şehreküstü, Şarkıyan and Cabe neighborhoods. It is observed that Type 4 is located in Şehreküstü, Yahni, İbn-i Şeker neighborhoods.

When we look at the floor distribution of the types, it stands out that Type 1 has a high proportion of two floors. Although the difference between the number of floors in other categories does not lead to significant results, it can be concluded that, for example, Type 4 is generally one-storey and this housing type represents a less developed group.

When the houses are examined as internal and external and single-sectioned, it is clear that a significant part of Type 1 is arranged as internal and external. While Type 2, the most common housing type, is almost entirely organized as a single compartment, a similar situation applies to the other two types.

The distribution of houses in iwans, "sahnisin", courtyards, wells and shops was also examined according to the types mentioned in the study.

When we look at the price distribution of the houses, it can be said that the houses in the Type 1 category are mostly distributed between 51-300 kuruş. Although house prices in the Type 2 group are distributed in various ranges, it is seen that they are sold for a maximum price between 0-50 kuruş. Similarly, it is seen that Type 3 and Type 4 are mostly sold between 0-50 kuruş.

This typology study, conducted for a specific period of the city of Gaziantep, is thought to have an important contribution to the field, as it covers a period that has not been studied before and is based on the distinction between oda and couplet spaces. In the continuation of the study, examining the houses from different periods of Gaziantep and investigating the spread of this situation in the region are other situations that will improve this study.

Keywords: Kadi Records, Gaziantep, Housing, Typology, Sales Documents.

Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı / Contribution of Authors

Yazarların alışmadaki katkı oranları Būřra SAĐLAM DORUK %50/ Hicran Hanım HALA %50 şeklinde dir.
The authors' contribution rates in the study are Būřra SAĐLAM DORUK %50/ Hicran Hanım HALA %50 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 YūksokĐretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın EtiĐi Yonergesi 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.

Kaynakça

- Atalar, A. (2004). *Osmanlı Dönemi Antep Evleri*. Merinos Yayınları.
- Bayhan, A. A. (2016). İslam Sanatının Karakterine Dair Bir Analiz: Saray Örneği. *Uluslararası Kişilik ve Karakter İnşasında Dinin Yeri Sempozyumu*, (s. 123-151). Ordu.
- Canbakkal, H. (2009). *17. Yüzyılda Ayntab: Osmanlı Kentinde Toplum ve Siyaset*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Çakır, İ. E. (2010). XVI. Yüzyılda Ayntab Şehri.
- Çınar, H. (2000). 18. Yüzyılın İlk Yarısında Ayıntab Şehrinin Sosyal ve Ekonomik Durumu.
- David, J.-C. (1975). Alep, Dégradation Et Tentatives Actuelles De Réadaptation Des Structures Urbaines Traditionnelles. *Bulletin D'études Orientales*, 19-50.
- Erman, O., & Geyyas, F. L. (2022). Konut ve Kültür İlişkisi Bağlamında Gaziantep Geleneksel Konutunda Üretim Mekânı Yansıması. *Milli Folklor*, 17(135), 173-189.
- Erol, İ. L. (1993). Kahramanmaraş ve Gaziantep'teki Geleneksel Evler.
- Faroqhi, S. (2009). *Orta Halli Osmanlılar: 17. Yüzyılda Ankara ve Kayseri'de Ev Sabipleri ve Evler*. (H. Çalışkan, Çev.) İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Güdeloğlu, A. (2013). 131 Nolu Şer'iyye Sicil Defterine Göre Gaziantep'in Kültürel, Sosyal ve Ekonomik Durumu.
- Karasakal, M. (2010). 109 Numaralı Ayıntab Şer'iyye Sicili'nin Transkripsiyonu ve Değerlendirmesi.
- Kıvrım, İ. (2005). Şer'iye Sicillerine Göre 17. Yüzyılda Konya ve Ayıntab Şehirlerinde Gündelik Hayat.
- Kıvrım, İ. (2009). 17. Yüzyılda Gaziantep'te Ailenin Yaşadığı Mekân: Ev (Özellikleri ve Fiyatları). *Hacettepe Üniversitesi Türkiyat araştırmaları (HÜTAD) dergisi*, 69-97.
- Özcan, R. (1993). 17. Yüzyılda Konyada Mülk Satışları ve Fiyatlar (1640-1665).
- Pierce, L. (2005). Ahlak Oyunları: 1540-1541 Osmanlı'da Ayntab Mahkemesi Ve Toplumsal Cinsiyet. (Ü. Tansel, Çev.) İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.

The Role of Talent Management in Increasing Organizational Commitment of Employees

Zehranur SANIOĞLU TANIŞ* 

ABSTRACT

Talent management practices of organizations are important in increasing the organizational commitment of qualified employees. Examining the impact of talent management practices on employees' organizational commitment will give an idea for the policies to be followed by organizations on talent management practices. This study draws attention to the importance of talent management for organizations to retain their talented employees by examining the association of employee perceptions of talent management and organizational commitment. For this purpose, a questionnaire was administered to the employees of an Istanbul-based chain of stores in the retail sector to measure their perceptions of talent management and organizational commitment. The relationship between talent management and organizational commitment was analyzed using SPSS 24.0 and GraphPad Prism software. The findings indicated a correlation between talent management and organizational commitment. The findings talent management was found to have a positive and significant effect on continuance commitment and affective commitment. The study also demonstrated that women's perceptions of talent management have a more pronounced impact on organizational commitment than men's perceptions.

Keywords: Talent Management, Organizational Commitment, Affective Commitment, Normative Commitment, Continuance Commitment.

Çalışanların Örgütsel Bağlılığının Artırılmasında Yetenek Yönetiminin Rolü

ÖZ

Örgütlerin yetenek yönetimi uygulamaları nitelikli çalışanların örgütsel bağlılıklarını artırması hususunda önem arz etmektedir. Yetenek yönetimi uygulamalarının çalışanların örgütsel bağlılıkları üzerindeki etkisinin incelenmesi, işletmelerin yetenek yönetimi uygulamaları konusunda izleyeceği politikalar için fikir verecektir. Bu çalışma, çalışanların yetenek yönetimi algıları ile örgütsel bağlılıkları arasındaki ilişkiyi inceleyerek, kurumların yetenekli çalışanlarını elde tutabilmeleri için yetenek yönetiminin önemine dikkat çekmektedir. Bu amaçla, perakende sektöründe faaliyet gösteren İstanbul merkezli bir mağaza zincirinin çalışanlarına yetenek yönetimi ve örgütsel bağlılık algılarını ölçmek için bir anket uygulanmıştır. Yetenek yönetimi ve örgütsel bağlılık arasındaki ilişki SPSS 24.0 ve GraphPad Prism yazılımları kullanılarak analiz edilmiştir. Bulgular, yetenek yönetimi ile örgütsel bağlılık arasında bir ilişki olduğunu göstermiştir. Bulgular, yetenek yönetiminin devam bağlılığı ve duygusal bağlılık üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisi olduğu bulunmuştur. Ayrıca, kadınların yetenek yönetimi algılarının örgütsel bağlılık üzerinde erkeklere göre daha önemli bir etkiye sahip olduğunu göstermiştir.

Anahtar Kelimeler: Yetenek Yönetimi, Örgütsel Bağlılık, Duygusal Bağlılık, Normatif Bağlılık, Devam Bağlılığı.

1. Introduction

Rapid changes in technology with globalization, industrial and social revolutions, and developments in information and communication technologies have shown their effects in almost every field (Damgacı, 2023). These developments have resulted in heightened competition, the advent of novel production and service methodologies, and the creation of uncertain markets. Additionally, there have been notable shifts in the structure of the qualified workforce and the growing significance of talented employees. Today, increasing competition has increased the interest and need of organizations for qualified and talented employees who can provide them with competitive advantage and make a difference. In a competitive environment where everything is changing so fast, it is very difficult for organizations to attract and retain talented people. Talented people, who are of strategic importance for organizations, attach importance to

* **Corresponding Author/Sorumlu Yazar**, Asst. Prof., Selçuk University, Konya, Türkiye, zsanioglu@selcuk.edu.tr
Makale Gönderim ve Kabul Tarihleri/Article Submission and Acceptance Dates: 29.04.2024-19.07.2024

Citation/Atf: Sanioglu Tanis, Z. (2024). The role of talent management in increasing organizational commitment of employees. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 54, 426-438. <https://doi.org/10.52642/susbed.1475583>

the recognition of their talents by senior management and human resources departments, the development of these talents and the realization of successful talent management practices. Talent Management (TM) is critical for organizations that want to survive and gain competitive advantage. TM refers to the application of relevant processes to attract, develop, engage, retain and deploy talented people to the organization (CIPD, 2023). TM promotes a positive learning environment, creating career opportunities for employees and making employees feel valued and benefited. It is possible to say that TM has a strategic role in the recruitment, retention and Organizational Commitment (OC) of employees (Erdem & Bozkurt, 2023). Organizations should use their human resources in the most effective way to survive and compete (Kanter, 1989; Cappelli, 1999). In order to make the most efficient use of employees, it is important to understand their sense of belonging to the organization (Meyer, Becker, & Vandenberghe, 2004). At this point, we can say that OC is vital for organizations to retain their talented workforce.

Researchers have conducted many studies examining the relationship between the two variables that are the subject of this study. Some of these studies show that TM has a positive impact on OC (Vural, Vardarlier, & Aykir, 2012; Malkawi, 2017; Abazeed, 2018; Krishnan & Kalra, 2018; Mahjoub, Atashsokhan, Khalilzadeh, Aghajanloo, & Zohrehvandi, 2018; Friday & Sunday, 2019; Köprülü & Çetinsöz, 2019; Alparslan & Saner, 2020; Luna-Arocas, Danvila-Del Valle, & Lara, 2020; Pa'wan & Said, 2020; Dinçer & Kart, 2021; Özer, Saldamlı, & Cinnioğlu, 2021; Bahuguna, Bangwal, & Kumar, 2023; Erdem & Bozkurt, 2023; Korkmaz & Göktaş, 2023; Saygılı, Burak, & Asarkaya, 2023). Additionally, studies have been conducted to examine the relationship between TM and the subdimensions of OC (Vito, Alagala, & Naakuu, 2018; Tarakcı & Öneren, 2018; Mumcu & Salepçioğlu, 2019; Almaaitah, Alsafadi, Altahat, & Yousfi, 2020; Atrizka, Lubis, Simanjuntak, & Pratama, 2020; Altay, Karadal, & Sabuncuoğlu, 2021; Gül, Akkaya, & Yıldırım, 2023; Öztürk, İrmiş, & Dincer Aydın, 2023). The common finding of these studies shows that employees' OC is positively affected by TM practices. Retaining talented employees, which is a strategic element for organizations, is related to their commitment to the organization. In order for businesses to continue their existence and gain competitive advantage over their competitors, it is necessary to employ and keep these talented employees in their organizations. TM practices of organizations are important in increasing the OC of qualified employees. At this point, the relationship between TM and OC is a significant topic for businesses. An examination of the effects of TM practices on employees' OC will provide insight into the policies that companies should implement regarding TM practices. The features that distinguish this study from other studies are as follows: (a) the selection of employees in the retail sector as the population, which is a sector where their skills are important and they are in constant interaction with both managers, colleagues and end consumers; (b) the study examines the correlations between TM and OC, as well as the correlations between the subdimensions of TM and OC; (c) the effect of women's perceptions of TM on OC and the effect of men's perceptions of TM on OC are also examined separately.

In this study, a questionnaire was administered to the employees of an Istanbul-based chain of stores in the retail sector to measure their perceptions of TM and OC. Correlation and regression analyses were conducted to examine the impact of TM on OC. The second part of our study presents the theoretical framework of the relationship between TM and OC, as well as some studies in the literature on the subject. In the third part of our study, we presented the methodology used and in the fourth part we presented the results obtained. A discussion and a general assessment based on the results are included in the conclusion.

2. Theory and Literature

2.1. Theoretical Framework

In this section, the possible relationships between TM and OC are explained in the context of resource dependence, resource-based approach and social identity theory.

According to *resource dependence theory*, the board is the source of critical resources, talents and skills for high performance (De Villiers, Naiker, & Van Staden, 2011). Accordingly, the board is important in obtaining key resources through its connection with the external environment to mitigate risks (Haynes

& Hillman, 2010). A resource is an organization's strength or weakness (Wernerfelt, 1984) and can give it a competitive advantage or cause it to fail. While organizational and physical resources can be replicated, copied and substituted, human resources are difficult to substitute, valuable, rare and inimitable (Barney, 1991).

According to *the resource-based view*, the development and implementation of an organization's strategies can be realized by attracting internal capabilities, tangible, intangible and personnel-based resources that are difficult to imitate in gaining competitive advantage (Grant, 1991; Huang, Yang, & Wong, 2016). However, it is as important to sustain competitive advantage as it is to gain it. A sustainable competitive advantage can be achieved through TM practices such as attracting, motivating, developing and retaining talent (Heinen & O'Neill, 2004).

Although the starting point of TM is the resource-based approach, this view is incomplete in explaining how TM practices should be implemented and their motivations. The resource-based approach considers TM strategically and helps to understand what it actually is (Tatoglu, Glaister, & Demirbag, 2016). It is important to know and understand different perspectives in order to uncover the motivations behind TM practices.

According to *social identity theory*, employees' identification with their organizations may lead to a decrease in turnover intentions, organizational citizenship behaviors and increased performance. These positive attitudes and behaviors of employees are desired by organizations (Bali & Dixit, 2016). One of the attitudes desired by organizations is the increase in employees' commitment to the organization. Consequently, employees who are dedicated to the organization will demonstrate a profound dedication to the organization's goals and objectives (Zangaro, 2001). Accordingly, OC will contribute to employees' internalization and active participation in the values and goals set by the organization (Botella-Carrubi, Gil-Gomez, Ultra-Badenes,, & Jabaloyes-Vivas, 2021).

2.2. Review of Literature

The study of the relationship between TM and OC has become increasingly important and has been extensively researched in recent years. The literature has discussed the positive and negative effects of TM practices on employee organizational commitment. The positive effects of TM on OC have been the focus of most empirical studies in the literature.

Vural et al. (2012), in their study, aimed to understand the TM policies of organizations and to measure their impact on employee commitment after integrating these policies into human resources practices. For this purpose, they surveyed 123 middle and senior level managers of various organizations operating in the service sector in Istanbul. As a result of the research, they found that integrated human resources procedures and performance systems of TM have a positive impact on employee commitment. Malkawi (2017) examined the relationship between TM and OC in Aqaba. In this context, 51 employees working in the organization were surveyed. The study demonstrated a positive correlation between the acquisition, development, and retention of talent and OC. Abazeed (2018) surveyed 375 managers working in telecommunication companies in Jordan to see the impact of TM on OC. The results revealed that TM has a significant impact on OC. It can be observed that TM has a profound impact on all dimensions of OC.

Krishnan and Kalra (2018) examined the impact of TM practices on the commitment of employees in the Information Technology industry in India. As a result of the research, it was found that TM practices positively affect the commitment of employees in companies. Mahjoub et al. (2018) investigated the role of strategic TM in project success by considering OC, job satisfaction and motivation as mediators. For this purpose, they applied a questionnaire to 200 employees in the project team of a company operating in the field of oil and gas in Iran. They discovered a significant relationship between strategic TM and OC, indicating that the presence of strategic TM in a project-based organization will increase OC. Friday and Sunday (2019) investigated the relationship between TM and employee commitment to oil and gas companies in Nigeria. TM, as measured by attracting, developing, and retaining talent, was shown to have a positive relationship with employee commitment.

Köprülü and Çetinsöz (2019) investigated the relationship between OC and TM perceptions of 234 employees working in hotels. They discovered a positive and strong relationship between TM and OC. The primary objective of Alparslan and Sander's (Alparslan & Saner, 2020) study is to assess the influence of sustainable TM on employees' job satisfaction and OC. For this purpose, they surveyed 575 employees working in some selected manufacturing companies in Turkey. The results of the research indicated that TM has a positive and significant effect on OC. The relationships between employees' perceptions of OC, TM, and pay satisfaction were examined by Luna-Arocas et al. (2020). The authors discovered that TM practices have a considerable and constructive impact on employee dedication, and that there is a positive correlation between TM perceptions and remuneration satisfaction.

Pa'wan and Said (2020) conducted a study to examine the influence of TM as a potential predictor of OC. They surveyed 288 academicians with at least five years of working experience in Higher Education Institutions (HEI) in Malaysia. The results of the research indicated that TM has a positive and significant effect on OC. The primary objective of Diñçer and Kart's (2021) study is to assess the moderating impact of TM on the relationship between organizational culture and OC. According to the researchers, it was determined that TM exerts a favorable and statistically significant impact on OC. Özer et al. (2021) investigated the relationship between strategic TM and sustainable competitive advantage and whether OC plays a role in this relationship. They found that strategic TM has a significant effect on sustainable competitive advantage and OC and strategic TM has a significant effect on OC.

Bahuguna et al. (2023) conducted a study to determine the causal relationship between TM practices and OC. To achieve this objective, a survey was conducted among 300 employees who were working in hotels located in India. The research findings indicated that TM practices in the hospitality industry exert a significant influence on OC among employees. In a recent study, Erdem and Bozkurt (2023) investigated the mediating role of employer brand in the relationship between employees' perceptions of TM practices and OC in various sectors. The study found that the employer brand plays a partial mediating role in the relationship between employees' perceptions of TM practices and OC. In addition, it was observed that TM practices have an effect on OC. Korkmaz and Göktaş (2023) examined employees' OC levels with TM and organization-based self-esteem, which is thought to be positively affected by TM. The authors found that organization-based self-esteem has a partial mediating role in the effect of TM on OC. They also found that an increase in TM increases OC. Saygılı et al. (2023) aimed to examine the effect of TM on OC in primary schools. For this purpose, a questionnaire was applied to 262 teachers and school administrators working in 38 different primary schools in Esenyurt district of Istanbul province in the 2022-2023 academic year. The study demonstrated a statistically significant correlation between teachers' TM in education and OC. In addition, demographic characteristics were found to affect TM in education and OC at different levels in their sub-dimensions. The first hypothesis of the study was formed in the light of the research stated in the literature.

H₁: There is a significant positive relationship between TM and OC.

However, the literature does not separately address the impact of women's perceptions of TM on OC and the impact of men's perceptions of TM on OC. Therefore, there is a need to explain this gap in the literature more clearly. The second and third hypotheses formed in this direction are as follows:

H₂: Women's perceptions of TM have an effect on their affective commitment.

H₃: Women's perceptions of TM have an effect on their continuance commitment.

H₄: Women's perceptions of TM have an effect on their normative commitment.

H₅: Men's perceptions of TM have an effect on their affective commitment.

H₆: Men's perceptions of TM have an effect on their continuance commitment.

H₇: Men's perceptions of TM have an effect on their normative commitment.

There are also studies in the literature that examine the relationship between TM and the sub-dimensions of OC (Vito, Alagala, & Naakuu, 2018; Tarakcı & Öneren, 2018; Mumcu & Salepçioğlu, 2019; Almaaitah, Alsafadi, Altahat, & Yousfi, 2020; Atrizka, Lubis, Simanjuntak, & Pratama, 2020; Altay, Karadal, & Sabuncuoğlu, 2021; Gül, Akkaya, & Yıldırım, 2023; Öztürk, İrmiş, & Dincer Aydın, 2023). Vito et al. (2018) investigated the relationship between TM and OC perceptions of employees of deposit banks in Port Harcourt. The research findings indicate that TM has a significant impact on employees'

affective commitment (AC), normative commitment (NC), and continuance commitment (CC). Taraklı and Öneren (2018) aimed to measure the effect of TM practices in academic institutions on the OC, job satisfaction and turnover intention of academic staff. The findings of the research indicate that TM has a positive and significant effect on OC sub-dimensions.

Mumcu and Salepçioğlu (2019) examined the impact of TM practices on OC and work performance. The results of the research indicated that tangible TM has a significant and positive effect on normative commitment and affective commitment, which are sub-dimensions of OC. Almaaitah et al. (2020) examined the effects of TM in human resources on improving organizational performance. They also investigated whether OC is a mediating factor for this relationship. The research findings indicated that TM has a positive effect on organizational performance, AC and NC. However, AC and NC play a mediating role. Atrizka et al. (2020) aimed to determine the role of TM on organizational citizenship behavior and organizational affective commitment. For this purpose, 435 employees working in the Indonesian pharmaceutical industry were surveyed. The authors found that TM has a significant impact on OCB and affective commitment of pharmaceutical companies. Altay et al. (2021) investigated how employees' perception of TM affects their commitment to the organization. The results showed that employees' concrete perceptions of TM practices had a significant and positive effect on their OC and sub-dimensions of OC such as identification commitment, adaptation commitment, and internalization commitment. Gül et al. (2023) examined the effect of TM on nurses' job satisfaction and OC and the mediating role of job satisfaction. The authors found that TM had a significant and positive effect on intrinsic and extrinsic sub-dimensions of job satisfaction and total score, AC, NC and CC. In addition, job satisfaction fully mediates the effect of TM on AC and CC, and partially mediates the effect of TM on NC. Öztürk et al. (2023) performed a study to investigate the correlation between the perception of TM practices and OC. The research yielded a positive correlation between the perceptions of TM practices and OC among research assistants, lecturers, and doctoral faculty members employed in universities. However, while a positive relationship was found between the participants' perceptions of TM practices and their affective commitment, no relationship was found between their perceptions of TM practices and their continuance commitment.

Based on the research in the literature, it is thought that TM will have an impact on OC. Accordingly, the fourth, fifth and sixth hypotheses of the study were formed as follows:

H₈: TM has an effect on affective commitment.

H₉: TM has an effect on continuance commitment.

H₁₀: TM has an effect on normative commitment.

3. Material and Method

3.1. Purpose of the Study

The present study aimed to examine the effect of employees' perceptions of TM practices on their OC. For this purpose, the effect of the independent variable TM on the dependent variable OC is discussed. In addition, the effect of TM on the OC sub-dimensions of AC, CC and NC were also examined. Finally, the effect of women's perceptions of TM on OC and the effect of men's perceptions of TM on OC were investigated separately.

3.2. Population and Sample

In order to test the research model and hypotheses, the population consists of the employees of an Istanbul-based company with a chain of stores in the retail sector. The total number of store employees of the company in Istanbul is not shared by the organization and is uncertain. For this reason, the universe is considered as an unlimited universe and the confidence level is accepted as 95% and accordingly, the sample is calculated as 344. Within the framework of voluntary participation, 500 employees participated in the surveys.

3.3. Research Model

The research model (Figure 1) developed by considering the relationships between variables is as follows:

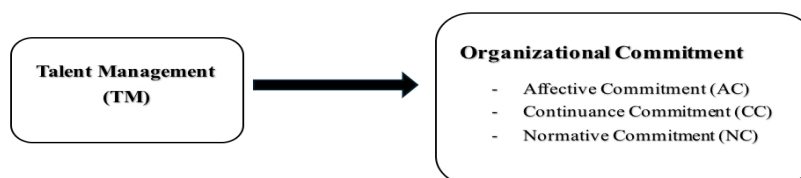


Figure 1. Research Model

3.4. Data Collection Tool

In the study, the questionnaire method was used as a data collection tool. The administration of the questionnaire was conducted in accordance with the decision of the Scientific Ethics Committee of Selçuk University Aksehir Faculty of Economics and Administrative Sciences, dated March 26, 2024, and numbered 01/02. The questionnaire form consists of three sections with demographic statements. The first section includes demographic characteristics, the second section includes TM scale statements, and the third section includes OC scale statements.

- TM Scale: The TM Scale developed by Tutar, Altınöz and Çöp (2011) was used in the study.
- OC Scale: "OC Scale" developed by Allen and Meyer (1991) was used in the study. This scale, which was translated into Turkish by Wasti (2000), consists of three dimensions: affective, normative and continuance commitment.

In this study, data were analyzed using SPSS 24.0 and GraphPad Prism. Frequency analysis was performed for multiple-choice demographic questions to analyze the research model and hypotheses. Correlation and regression analyses were conducted to investigate the relationships between variables and to assess the impact of independent variables on dependent variables.

In order to ascertain the reliability of both scales utilized in the study, KMO test and the Barlett Sphericity test were conducted. Cronbach's alpha values of the scales are given in Table 1. Accordingly, Cronbach's alpha values of the scales and sub-dimensions (OC sub-dimensions) used in the questionnaire form are higher than 0.70. According to Akbulut (2010), this result is quite reliable. Therefore, it is seen that the scales are reliable.

Table 1. Cronbach's Alpha Values of the Scales

	Number of Statements	Cronbach's Alpha Values
TM	18	0,936
OC	18	0,824
AC	6	0,827
CC	6	0,714
NC	6	0,94

4. Findings

The findings indicate that 255 (51%) of the participants were female, while 245 (49%) were male. Participants were predominantly between the ages of 18-29 (69.6%). When we look at the marital status of the participants, it is seen that they are predominantly single (76.0%). When we look at the educational status of the employees, it is found that half of the employees are high school graduates (55%) and almost half of them have high school and above education level. Almost half of the participants (43.8%) have been working in the sector for 1-3 years. Almost half of the participants (46.8%) had a monthly income of 17,002 TL or less. Almost all of the participants (95.2%) are non-managerial personnel.

This section of the study is devoted to the analysis of the findings obtained within the scope of the research. For this purpose, firstly, the relationships between the variables of TM, OC, which form the basis of the study, and AC, NC and CC, which are the sub-dimensions of OC, were examined. To determine the relationships between the variables, correlation analysis was performed (Table 2).

Table 2. Correlation Analysis of Variables

	TM	OC	AC	CC	NC
TM	1				
OC	0,324**	1			
AC	0,266**	0,736**	1		
CC	0,374**	0,816**	0,496**	1	
NC	0,071	0,624**	0,059	0,314**	1

**p<.01

The results of the correlation analysis indicate a low-level positive relationship between TM and OC ($r=.324$; $p<.01$) (Table 2). This may mean that the development of TM practices may also strengthen OC. Similarly, when we look at the relationship between TM and OC sub-dimensions, we see that there is a low-level positive effect with AC ($r=.266$; $p<.01$) and CC ($r=.324$; $p<.01$). However, there is no statistically significant relationship between TM and NC ($p>.01$). Based on these findings, the hypothesis (H_1) which states that "There is a significant positive relationship between TM and OC" is accepted.

In this study, the effect of TM on AC, CC and NC, which are the sub-dimensions of OC, was tried to be explained. For this purpose, linear regression analysis was applied in which the sub-dimensions of OC were dependent and TM was the independent variable (Figure 2).

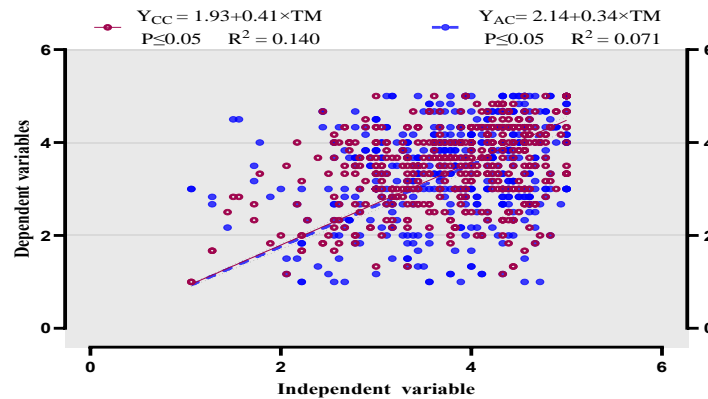
**Figure 2.** Regression Analysis between TM and OC

Figure 2 shows that TM has a statistically significant effect on continuance commitment, which is a sub-dimension of OC ($Y_{CC} = 1.93 + 0.41 \times TM$, $R^2 = 0.140$). This result indicates that 14% variance in continuance commitment is explained by TM. Similarly, it was found that TM has a statistically significant effect on AC, which is a sub-dimension of OC ($Y_{AC} = 2.14 + 0.34 \times TM$, $R^2 = 0.071$). This indicates that 7% variance in AC is explained by TM. However, when the Beta coefficients are analyzed, it is seen that TM has no significant contribution in explaining NC ($\beta = 3.329$, $p < 0.01$). Based on these findings, the hypotheses (H_8 , H_9) which state that "TM has an impact on AC" and "TM has an impact on CC" are accepted. On the other hand, the hypothesis (H_{10}) which states that "TM has an effect on NC" is rejected.

In the study, the effect of women's perceptions of TM on their OC and the effect of men's perceptions of TM on their OC were addressed separately. For this purpose, a linear regression analysis was applied in which the sub-dimensions of OC for women were the dependent variable and TM was the independent variable (Figure 3).

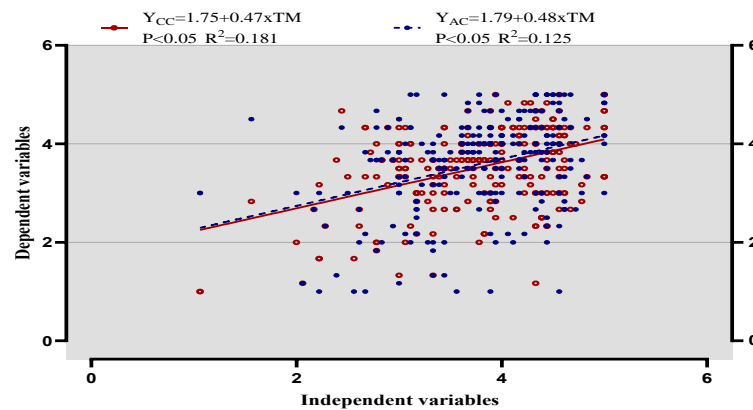


Figure 3. Regression Analysis between TM and OC for Women

Figure 3 shows that for women, TM has a statistically significant effect on continuance commitment, which is a sub-dimension of OC ($Y_{CC} = 1.75 + 0.47xTM$, $R^2 = 0.181$). This result indicates that 18% variance in women's continuance commitment is explained by TM. Similarly, it was found that TM had a statistically significant effect on AC, which is a sub-dimension of OC, for women ($Y_{AC} = 1.79 + 0.48xTM$, $R^2 = 0.125$). This indicates that 13% variance in women's AC is explained by TM. However, when the Beta coefficients are analyzed, it is seen that TM ($\beta = 3.652$, $p < 0.01$) has no significant contribution in explaining NC. Based on these findings, the hypotheses (H_2 , H_3) which state that "Women's perceptions of TM have an impact on their AC" and "Women's perceptions of TM have an impact on their CC" are accepted. On the other hand, the hypothesis (H_4) which states that "Women's perceptions of TM have an effect on NC" is rejected.

For men, linear regression analysis was applied in which the sub-dimensions of OC were the dependent variable and TM was the independent variable (Figure 4).

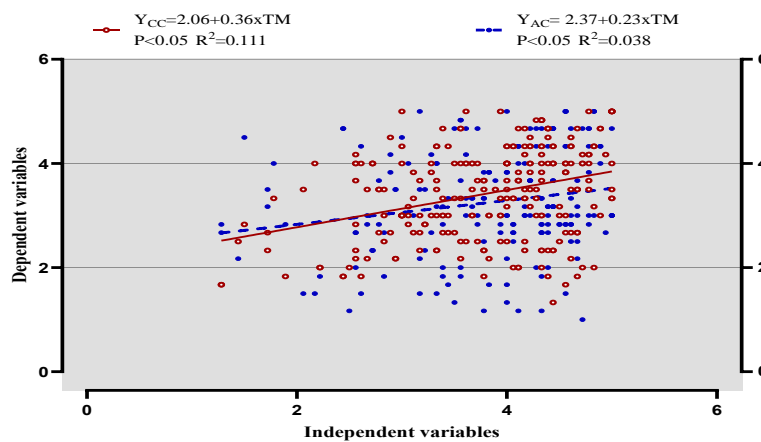


Figure 4: Regression Analysis between TM and OC for Men

Figure 4 shows that for men, TM has a statistically significant effect on continuance commitment, which is a sub-dimension of OC ($Y_{CC} = 2.06 + 0.36xTM$, $R^2 = 0.111$). This result indicates that 11% variance in continuance commitment is explained by TM. Similarly, it was found that for men, TM has a statistically significant effect on AC, which is a sub-dimension of OC ($Y_{AC} = 2.37 + 0.23xTM$, $R^2 = 0.038$). This indicates that 4% variance in AC of men is explained by TM. However, when the Beta coefficients are analyzed, it is seen that TM ($\beta = 3.034$, $p < 0.01$) has no significant contribution in explaining NC. Based on these findings, the hypotheses (H_5 , H_6) which state that "Men's perceptions of TM have an impact on their AC" and "Men's perceptions of TM have an impact on their CC" are accepted. On the

other hand, the hypothesis (H7) which states that "Men's perceptions of TM have an effect on their NC" is rejected.

5. Discussion and Conclusion

Today, it is known that qualified and talented employees are one of the most important resources for businesses in order to gain competitive advantage and to maintain their existence. Therefore, it is very important for organizations to attract and retain talented human resources. In achieving the desired results, it is also important that employees are employed in positions appropriate to their existing talents and that these talents are continuously developed. With TM practices, it will be possible to increase and develop employees' talents and achieve effective results at the right place and time. This will also increase OC by making employees feel valued and important to the organization. TM will enable both the development of existing talents and the retention of these talents within the organization.

This study examines the relationship between TM and OC. The effect of TM on OC sub-dimensions was investigated. In addition, the effect of women's perceptions of TM on OC and the effect of men's perceptions of TM on OC are discussed separately. For this purpose, the research was conducted on 500 employees working in an Istanbul-based company with a chain of stores in the retail sector.

In this study, the independent variable is TM, the dependent variable is OC and the sub-dimensions of OC are AC, CC and NC. In the study, whether the independent variable has any effect on the dependent variables was tested by correlation and regression analyses.

The results of the correlation analysis indicated that there is a statistically significant and positive relationship between TM and OC. This result supports the studies in the literature (Vural, Vardarlier, & Aykir, 2012; Malkawi, 2017; Abazeed, 2018; Krishnan & Kalra, 2018; Mahjoub, Atashsokhan, Khalilzadeh, Aghajanloo, & Zohrehvandi, 2018; Friday & Sunday, 2019; Köprülü & Çetinsöz, 2019; Alparslan & Saner, 2020; Luna-Arocas, Danvila-Del Valle, & Lara, 2020; Pa'wan & Said, 2020; Dinçer & Kart, 2021; Özer, Saldamlı, & Cinnioğlu, 2021; Bahuguna, Bangwal, & Kumar, 2023; Erdem & Bozkurt, 2023; Korkmaz & Göktaş, 2023; Saygılı, Burak, & Asarkaya, 2023). The results of the correlation analysis indicated a statistically significant and positive relationship between TM and AC and CC. However, there was no statistically significant relationship with NC.

In order to determine the influence of the independent variable TM on the dependent variables AC and CC, a regression analysis was conducted. The results of the regression analysis indicate that TM has a positive effect on AC and CC. To put it more clearly, as TM increases, AC and CC increase. This situation supports the studies in the literature (Vito, Alagala, & Naakuu, 2018; Tarakcı & Öneren, 2018; Mumcu & Salepçioğlu, 2019; Almaaitah, Alsafadi, Altahat, & Yousfi, 2020; Atrizka, Lubis, Simanjuntak, & Pratama, 2020; Altay, Karadal, & Sabuncuoğlu, 2021; Gül, Akkaya, & Yıldırım, 2023; Öztürk, İrmiş, & Dincer Aydın, 2023).

In the literature, it has been observed that the effect of women's perceptions of TM on OC and the effect of men's perceptions of TM on OC have not been addressed separately. For this reason, in order to explain this gap in the literature more clearly, the relationship between the two variables was also examined in terms of gender. According to the results of the regression analysis, it was found that both for men and women, TM has a statistically significant effect on the OC sub-dimensions of CC and AC. Accordingly, it is possible to say that women's perceptions of TM affect their AC and CC at a higher level than men.

It is thought that organizations that want to gain sustainable competitive advantage in the long term can ensure the OC of their employees by giving importance to TM practices. This means both developing and increasing the skills of talented employees, which is one of the most important resources in gaining competitive advantage and retaining these employees. It is possible to say that TM practices are of vital importance for businesses in order to increase the strategic qualifications of talented human resources and their commitment to the organization. In this sense, it is important to increase the importance and value given to TM activities in order for businesses to retain their qualified employees.

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.

References

- Abazeed, R. (2018). The Impact of Talent Management on Organizational Commitment of the employees of telecommunication companies in Jordan: The Mediating Role of Employee Work Engagement. *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*, 8(4), 153-162.
- Akbulut, Y. (2010). *Sosyal Bilimlerde SPSS Uygulamaları*. İstanbul: İdeal Kültür Yayıncılık.
- Allen, N., & Meyer, J. (1991). A Three-Component Conceptualization of Organizational Commitment. *Human Resource Management Review*, 61-89.
- Almaaitah, M., Alsafadi, Y., Altahat, S., & Yousfi, A. (2020). The effect of TM on organizational performance improvement: The mediating role of Organizational Commitment. *Management Science Letters*, 10(12), 2937-2944.
- Alparslan, A., & Saner, T. (2020). The Influence of Sustainable Talent Management on Job Satisfaction and Organizational Commitment: Moderating Role of In-service Training. *Revista de cercetare si interventie sociala*, 69.
- Altay, İ., Karadal, K., & Sabuncuoğlu, Z. (2021). Yetenek Yönetiminin Örgütsel Bağlılık Üzerine Etkisi: Bir Otomotiv Sektörü Araştırması. *Work, Power: The Journal of Industrial Relations & Human Resources*, 23(1).
- Atrizka, D., Lubis, H., Simanjuntak, C., & Pratama, I. (2020). Ensuring Better Affective Commitment and Organizational Citizenship Behavior through Talent Management and Psychological Contract Fulfillment: An Empirical Study of Indonesia Pharmaceutical. *Systematic Reviews in Pharmacy*, 11(1).
- Bahuguna, P., Bangwal, D., & Kumar, R. (2023). Talent Management and its impact on Organizational Commitment: An empirical investigation of Indian hospitality industry. *FIIB Business Review*, 12(2), 176-192.
- Bali, M., & Dixit, S. (2016). Employer brand building for effective Talent Management. *International Journal of Applied Sciences and Management*, 2(1), 183-191.
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.
- Botella-Carrubi, D., Gil-Gomez, H., Oltra-Badenes, R., & Jabaloyes-Vivas, J. (2021). Employer branding factors as promoters of the dimensions of employee Organizational Commitment. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 34(1), 1836-1849.
- Cappelli, P. (1999). *The New Deal at Work: Managing the Market Driven Workforce*. Massachusetts, Boston: Harvard Business School Press.
- CIPD. (2023, January 5). *Chartered Institute of Personnel and Development*. CIPD: <https://www.cipd.org/en/knowledge/factsheets/talent-factsheet/> adresinden alındı.
- Damgacı, T. (2023). Küreselleşme sürecinin havayolu ulaştırmasına etkileri: Küresel havayolu iş birlikleri. H.A. Kutlu (Ed.), *Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Alanında Gelişmeler* (s. 232-254). Platanus Publishing.
- De Villiers, C., Naiker, V., & Van Staden, C. (2011). The effect of board characteristics on firm environmental performance. *Journal of Management*, 37(6), 1636-1663.
- Diñçer, E., & Kart, M. (2021). Örgüt kültürünün örgütsel bağlılık üzerindeki etkisinde yetenek yönetiminin aracılık rolünün incelenmesi. *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13(4), 21-42.
- Erdem, H., & Bozkurt, S. (2023). Yetenek Yönetimi ve Örgütsel Bağlılık İlişkisinde İşveren Markasının Aracı Rolünün İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(2), 68-82.
- Friday, E., & Sunday, M. (2019). Talent Management and workers' commitment: oil & gas firms in Nigeria. *SEISENSE Journal of Management*, 2(3), 1-15.
- Grant, M. (1991). The resource-based theory of competitive advantage: implication for strategy formulation. *California Management Review*, 33(3), 114-135.
- Gül, D., Akkaya, G., & Yıldırım, A. (2023). The effect of Talent Management on the job satisfaction and Organizational Commitment of nurses. *International Nursing Review*, 70(3), 329-337.
- Hart, S. (1995). A natural-resourced-based view of the firm. *The Academy of Management Review*, 20(4), 986-1014.

- Haynes, K., & Hillman, A. (2010). The effect of board capital and CEO power on strategic change. *Strategic Management Journal*, 31(11), 1145-1163.
- Heinen, J., & O'Neill, C. (2004). Managing talent to maximize performance. *Employment Relations Today*, 31(2), 67.
- Huang, Y., Yang, M., & Wong, Y. (2016). The effect of internal factors and family influence on firms' adoption of green product innovation. *Management Research Review*, 39(10), 1167-1198.
- Kanter, R. M. (1989). *When Giants Learn to Dance: Mastering the Challenge of Strategy, Management, And Careers in the 1990s*. New York: Simon and Schuster.
- Köprülü, O., & Çetinsöz, B. (2019). Otel İşletmelerinde Yetenek Yönetimi ve Örgütsel Bağlılık İlişkisi Üzerine Bir Araştırma. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 26-48.
- Korkmaz, O., & Göktaş, T. (2023). Yetenek Yönetiminin Örgütsel Bağlılığa Etkisi: Örgüt Temelli Öz Saygının Aracılık Rolü. *International Journal of Management and Administration*, 7(14), 112-140.
- Krishnan, K., & Kalra, A. (2018). Influence of Talent Management practices on commitment of non-critical employees in IT companies in Chennai. *International Journal of Business Administration and Management Research*, 4(1), 1-5.
- Luna-Arocas, R., Danvila-Del Valle, I., & Lara, F. (2020). Talent Management and Organizational Commitment: the partial mediating role of pay satisfaction. *Employee Relations: The International Journal*, 42(4), 863-881.
- Mahjoub, M., Atashsokhan, S., Khalilzadeh, M., Aghajanloo, A., & Zohrehvandi, S. (2018). Linking "Project Success" and "Strategic Talent Management": satisfaction/motivation and Organizational Commitment as mediators. *Procedia computer science*, 138, 764-774.
- Malkawi, E. (2017). The relationship between Talent Management and Organizational Commitment case study: Aqaba special economic zone authority, Jordan. *International Business and Management*, 14(1), 80-84.
- Meyer, J., Becker, T., & Vandenberghe, T. (2004). Employee Commitment and Motivation: A Conceptual Analysis and Integrative Model. *Journal of Applied Psychology*, 89(6), 991-1007.
- Mumcu, Ö., & Salepçioğlu, M. (2019). E-ticaret sektöründe yetenek yönetimi uygulamalarının örgütsel bağlılık ve çalışan performansına etkisi. *Anadolu Bil Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 15(57), 35-56.
- Özer, K., Saldamlı, A., & Cinnioğlu, H. (2021). The role of Organizational Commitment in the relationship of strategic Talent Management and sustainable competitive advantage. *ASBİ Abant Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(1), 223-238.
- Öztürk, F., İrmiş, A., & Dincer Aydın, H. (2023). *Üniversitelerde Yetenek Yönetimi Uygulaması Algısı ve Örgütsel Bağlılık İlişkisi*. K. Tutar (Ed.), *Sosyal ve Beşeri Bilimlerin Değişen Yüzü: Stratejik Yaklaşımlar* (s. 77-118).
- Pa'wan, F., & Said, I. (2020). Strengthening Talent Management in enhancing Organizational Commitment in developing countries. *Revista Argentina de Clínica Psicológica*, 29(4), 67.
- Saygılı, Z., Burak, T., & Asarkaya, M. (2023). İlköğretim Okullarında Yetenek Yönetiminin Örgütsel Bağlılık Üzerine Etkisi. *Premium e-Journal of Social Science (PEJOSS)*, 7(33), 748-762.
- Tarakcı, H., & Öneren, Ö. (2018). Yetenek Yönetiminin Örgütsel Bağlılık, İş Tatmini ve İşten Ayrılma Niyeti Üzerine Etkileri. *Istanbul Journal of Social Sciences*, 20, 71-86.
- Tatoglu, E., Glaister, A., & Demirbag, M. (2016). Talent Management motives and practices in an emerging market: A comparison between MNEs and local firms. *Journal of World Business*, 51, 278-293.
- Tutar, H., Altınöz, M., & Çöp, S. (2011). İşletmelerde yetenekli çalışanların örgütsel bağlılıklarının artırılmasına yönelik bir araştırma. *19. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi* (s. 306-312). Çanakkale: Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi.
- Vito, B., Alagala, M., & Naakuu, K. (2018). Talent Management as Predictor of Employee Commitment of Deposit Money Banks in Port Harcourt. *International Journal of Social Sciences and Management Research*, 4(5), 50-66.
- Vural, Y., Vardarlier, P., & Aykir, A. (2012). The effects of using Talent Management with performance evaluation system over employee commitment. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 58, 340-349.

Wasti, S. A. (2000). Validity and reliability analysis of Meyer and Allen's three-dimensional Organizational Commitment scale. *8th National Management and Organization Congress*.

Wernerfelt, B. (1984). A resource-based view of the firm. *Strategic Management Journal*, 5(2), 272-280.

Zangaro, G. A. (2001). *Organizational Commitment: A concept analysis*. In Nursing forum: Blackwell Publishing Ltd.

Management Accounting Practices of 4 and 5 Star Hotels in Konya Province*

Ali KURNAZ** 
Semih BÜYÜKİPEKÇİ*** 

ABSTRACT

In the tourism sector today, where competition is intensely felt and high risk and uncertainty are present, businesses need to effectively and efficiently use their resources to sustain their existence. Hotel businesses, established with high capitals, aim to increase their profitability by controlling costs in these challenging market conditions. Especially, hotel businesses facing situations such as seasonal fluctuations in demand and changing customer needs and expectations, need good management and accounting systems for both performance evaluation and strategic planning. At this point, the presence of management accounting, which provides all the financial and non-financial information needed by the managements and affects decision-making, is of great importance for hotel businesses.

Thus, the aim of this study is to examine the management accounting practices of 4 and 5-star hotel businesses in Konya province and to determine their current situation. According to the findings of the research, it has been determined that 50% of the hotel businesses have a separate management accounting department, and 58.3% have a separate cost accounting department. In terms of costing approaches, 66.7% have adopted activity-based costing, 58.3% have adopted full costing approach, and the standard costing approach, at 33.3%, is relatively lower compared to others. Moreover, it has been found that the use of actual costing, budgeting activities, performance evaluation methods, and strategic management accounting practices have a high level of benefit for the businesses.

Keywords: Cost Accounting, Management Accounting, Budgeting, Hotel Businesses.

Konya İlinde Faaliyet Gösteren 4 ve 5 Yıldızlı Otellerin Yönetim Muhasebesi Uygulamaları

ÖZ

Günümüzde rekabetin yoğun olarak hissedildiği, yüksek risk ve belirsizliğin bulunduğu turizm sektöründe işletmeler, varlıklarını sürdürebilmeleri adına kaynaklarını etkin ve verimli kullanmaları gerekmektedir. Yüksek sermayelerle kurulan otel işletmeleri, bu zorlu piyasa koşullarında maliyetleri kontrol altına alarak karlılıklarını arttırabilmeyi hedeflemektedir. Bilhassa, talepte meydana gelen mevsimsel dalgalanmalar ve değişen müşteri istek ve beklentileri gibi durumlara karşı karşıya kalan otel işletmeleri gerek performans değerlendirme gerekse de stratejik planlama için iyi bir yönetim ve muhasebe sistemlerine ihtiyaç duymaktadır. Bu noktada yönetimlerin ihtiyaç duyduğu finansal ve finansal olmayan tüm bilgileri sağlayarak, kararların alınmasında etkili olan yönetim muhasebesinin varlığı otel işletmeleri için büyük önem arz etmektedir.

Buradan hareketle bu çalışmanın amacı, Konya ilinde faaliyet gösteren 4 ve 5 yıldızlı otel işletmelerinin yönetim muhasebesi uygulamalarını inceleyerek mevcut durumlarının tespit edilmesidir. Elde edilen araştırma bulgularına göre, otel işletmelerinin %50'sinin ayrı yönetim muhasebesi bölümüne, %58,3'nün ise, ayrı maliyet muhasebesi bölümüne sahip olduğu belirlenmiştir. Maliyetleme yaklaşımları açısından bakıldığında ise, %66,7'sinin faaliyete dayalı maliyetleme, %58,3'nün tam maliyetleme yaklaşımını benimsedikleri, %33,3 oranı ile standart maliyetleme yaklaşımını ise, nispeten diğerlerine göre düşük olduğu ortaya konmuştur. Ayrıca işletmelerin, fiili maliyet, bütçeleme faaliyetleri, performans değerlendirme yöntemleri ve stratejik yönetim muhasebesi uygulamalarının kullanılmasının fayda düzeyinin yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Maliyet Muhasebesi, Yönetim Muhasebesi, Bütçeleme, Otel İşletmeleri.

*The summary of this study was published in the proceedings of the 7th International Entrepreneurship Social Sciences Congress. The study has been updated and revised.

** Ph.D. Stud., Selçuk University, Social Sciences Institute, Konya, Türkiye, ali.kurnaz@selcuk.edu.tr

*** **Corresponding Author/Sorumlu Yazar**, Assoc. Prof. Dr., Selçuk University, Konya, Türkiye, sbipekci@selcuk.edu.tr

Makale Gönderim ve Kabul Tarihleri/Article Submission and Acceptance Dates: 30.04.2024-01.08.2024

Citation/Atf: Kurnaz, A., Büyükipekci, S. (2024). Management accounting practices of 4 and 5 star hotels in konya province. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 54, 439-452. <https://doi.org/10.52642/susbed.1476156>



1. Introduction

Tourism is a sector where demand constantly diversifies, uncertainty and risk always exist, cost and expense control becomes difficult, and profit margins continuously change (Civan & Cenger, 2013:354). Because tourism has affected a wide range of areas, especially economic growth, education, employment and social development, it is a critical component of socio-economic development and prosperity for both developed and developing countries (Çankaya Kurnaz & Kurnaz, 2022:68). In hotel business, which are among the most important components of the sector, the use of methods and tools that will provide competitive advantage among the different and various services offered by competitors has become mandatory due to the prominence of issues such as market conditions and increasing competition in which hotel business are situated, the importance of special services offered to customers, and customer satisfaction (Arsu et al., 2015:17). In light of these developments, hotel businesses must satisfy their customers by providing price advantages and also maintain the highest level of profitability. For this purpose, an effective cost management system must be established to benefit the decision-making process of senior management. Accounting, finance, and management coming together form an interdisciplinary concept like management accounting. Management accounting, which includes practices that add value to the business, is key to business success (Enoch, 2015: 86). Managers need accurate and reliable financial information for the protection of business assets, elimination of errors, evaluation of business policies, increase in demand, marketing strategies, and pricing policies (Sarı & Çam, 2014:247). At this point, management accounting meets the needs of hotel businesses as it is designed to provide all the information needed by the manager to make decisions in a manner that meets the strategic, economic, and profit goals determined by the organization's leadership (White, 2009:63; Didin & Koroğlu, 2008:114).

Management accounting primarily focuses on the corporate strategy, emphasizing the connection between the organization's accounting and control system design and strategic choices (Ittner and Larcker, 2001:363). Unlike other accounting functions, management accounting is completely tailored according to business demands and needs, providing information aimed at business management rather than the external environment (Sarı & Çam, 2014:249), especially providing detailed information for business management on planning and controlling business decisions (Güngör Taç, 2012).

In hotel businesses, management accounting consists of the integration of four basic management accounting tools: cost calculation and analysis tools, planning and budgeting tools, decision support tools, and performance evaluation (Özdoğan, 2010:44). Within the context of success and sustainability of hotel businesses, the management accounting system must adapt existing techniques to current conditions and develop new techniques to meet the needs and expectations in the decision-making process for the present and future (Chenhall & Langfield-Smith, 1998: 1). The data obtained with these tools will enable businesses to gain a long-term competitive advantage and enhance the effectiveness of strategic decisions (Bilici & Turan, 2019: 142).

As clearly stated above, management accounting is a significant element in terms of enhancing the competitiveness level of hotel businesses, managing them with a professional approach, and producing accurate cost information. Therefore, the purpose of this study is to examine the extent to which 4 and 5-star hotel businesses in Konya province benefit from cost and management accounting practices and to make a situational assessment.

2. The Concept of Management Accounting

Management accounting emerged in the early 19th century following the industrial revolution. The development of management accounting tools and the beginning of their application were observed in the late 19th and early 20th centuries. The management accounting tools used in that period have undergone many changes, especially in recent years, due to the impact of technology and globalization (Fonseka et al., 2005: 4-5) and diversification of service delivery. This change has been the driving force in the development of different approaches in many sectors (Çankaya, 2021).

When reviewed in the literature, it is possible to encounter different definitions rather than a single universally accepted definition regarding the concept of management accounting. According to The Chartered Institute of Management Accountants (CIMA), management accounting is the application of

the principles of financial management and accounting to create, protect, preserve, and enhance value for stakeholders in public and private sector organizations, both for-profit and non-profit (Akmeşe & Bayrakçı, 2016:8). The Institute of Management Accountants (IMA) defines management accounting as "a field of expertise that involves providing financial reporting and control expertise to assist management in the decision-making, planning, and performance management systems and in formulating and implementing an organization's organizational strategy" (Apak, 2018:4-5). Management accounting can simply be defined as the identification, preparation, collection, analysis, and recording of useful accounting and statistical data, as well as reporting to managers (Crossman, 1958: 222; Leitner, 2013:11; Kaygusuz & Dokur, 2012: 2).

Management accounting is an accounting discipline designed to provide all the information needed by the manager to make decisions that meet the strategic, economic, and profit goals set by the organization's leadership (White, 2009:63). Coombs et al. (2005:2) have listed the information that managers may need as follows:

- Financial or non-financial;
- Accurate or generally correct;
- Exact or estimated;
- Past or future-oriented;
- Detailed or broadly adequate;
- Presented in any form of verbal or written forms, such as numbers, tables, and pictures;
- Profits/losses, costs/revenues, turnovers, quality indicators, and trends, etc.

In decisions related to the internal and external environment of businesses, managers make their decisions based on the timeliness and accuracy of the information used. For decisions concerning the internal environment of the business, managers usually utilize management accounting, whereas for decisions related to the external environment, they generally rely on financial accounting (Güngör Taç, 2012:171). On the other hand, where the basic functions of financial and cost accounting fall short, the functions of management accounting become operational by compiling the missing data and eliminating them (Mayanja, 2010: 5). Although management accounting and financial accounting show similarities due to their application based on the financial information and various numerical data of businesses, management accounting operates on a different logic than financial accounting. This logic is referred to as the commercial orientation logic. This concept points to the ability to sustain future earnings rather than the instant profit of the business. For a business to have this capability requires the business to have a more comprehensive perspective and to fully perform capacity management (Köse, 2007: 218). Therefore, to understand management accounting methods, rather than focusing on financial statements prepared for external users, it is necessary to consider what information managers need to make accurate economic decisions. Because the purpose of management accounting is to provide managers with information to align their businesses with corporate strategic goals based on solid strategic data within a logical framework (White, 2009:64; Büyükmirza, 2007:29).

3. Management-Cost Analysis And Planning Systems

For-profit businesses require management that ensures the highest revenue at the lowest cost to achieve their objectives. This is only possible by considering how each management decision will impact "costs and revenues."

In the management of public institutions that aim solely to serve the community, the focus shifts to providing the maximum service at the minimum cost. Therefore, every decision in these institutions must consider how it will affect "costs and services provided" (Büyükmirza, 2007: 564). This section will explain cost-volume relationships, cost-volume-profit analyses, methods of full-normal-variable costs and business budgets.

3.1. Cost-Volume Relationships

One of the most important factors in determining the costs of a business or a department is the volume of businesses. Analyzing how operation volumes affect costs, in other words, the cost-volume

relationship, is crucial in preparing expense budgets and profit planning. The volume of businesses is an indicator of the working intensity of a unit (enterprise, department, machine, etc.) being examined for costs during a certain period. Operation volume, also referred to as activity volume, work volume, and operation capacity, is expressed with various criteria according to the unit being examined. For example, in hotel businesses, criteria for operation include the number of rooms sold, average number of overnight stays, and occupancy rate (Büyükmirza, 2007:327-329). In this context, there is a solid relationship between operation volume and costs. Generally, as the volume of businesses decreases, costs decrease, and as the volume of businesses increases, costs also increase. Similarly, there is an inverse relationship between the quantity of sales that constitute the operation volume and the sales price; as one increases, the other decreases (Bayri, 2005:186).

When examining costs in relation to operation volume, they are divided into three groups: fixed expenses, variable, and mixed expenses. Fixed costs are costs that remain constant despite changes in the volume of activity over a certain period. An example of fixed costs is the rent for a hotel building. Even if the hotel's sales volume increases, the rent for the relevant period will remain unchanged. (Arnold, 2008:172). Variable expenses are costs that increase or decrease proportionally with the operation volume (Horngren et al., 2011: 925). In hotel businesses, examples of variable expenses include food and beverage materials, cleaning expenses, heating, lighting, and energy expenses (Çetiner, 2009: 179). Mixed expenses consist of semi-fixed and semi-variable expenses. These expenses contain characteristics of both variable and fixed expenses to certain extents (Büyükmirza, 2007:335). For example, in hotel businesses, maintenance and repair department costs are fixed (maintenance and repair staff salaries, depreciation) when there is no malfunction. However, when materials begin to be used due to a malfunction, the previously fixed maintenance and repair costs will become variable (Usal & Kurgun, 2006: 36-37).

The cost function is a function that shows the relationship between any cost item and the activity measure. Knowing the cost functions is a necessity for budgeting and control (Gürsoy, 2009:397). The cost function can be separately considered as total cost and unit cost function. Total cost refers to the sum of variable, fixed, semi-variable, and semi-fixed expenses incurred for the entirety of goods or services produced in a certain period, measurable in money. The unit cost function refers to the total of sacrifice shares expressed in money for each unit of goods or services (Birkan Yılmaz, 2015:15).

In making management decisions within an enterprise, it is necessary to separate fixed and variable costs to utilize enterprise costs effectively. At this point, the amount of enterprise costs that are fixed versus variable is determined based on the relationship between operation volume and costs. Certain methods and techniques are employed to determine these relationships. The first is the analytical method, which addresses the relationships between expenses and activity volume in two stages: physical (quantity) connections and monetary (expense-volume relationships) connections. The second is the "accounting method," which starts with accounting records to determine fixed and variable expenses, followed by determining the cost function. The third includes "mathematical and statistical techniques," such as the graphical technique, high/low volumes technique, double average technique, and least squares method (Büyükmirza, 2007:366-387).

The purpose of using these methods is to evaluate past data to predict future costs. However, it should be noted that there is no method that will provide the most accurate and best result in every condition or enterprise. The application of these methods will be adversely affected if the enterprise's costs cannot be accurately recorded or if the necessary information for applying the methods is missing. On the other hand, the costs incurred as a result of using these methods may, in some cases, exceed the benefits they provide. In such cases, choosing the cost analysis method most suitable for the enterprise data is of great importance for conducting more accurate cost analyses (Usal & Kurgun, 2006:72).

3.2. Cost-Volume-Profit Analysis

Cost-volume-profit analysis is a series of problem-solving techniques and methods that systematically examine the relationship between sales prices, sales and production volumes, costs, expenses, and profits (Glautier et al., 2001; Buşan & Dina, 2009:103). Cost-volume-profit analyses can be used in various management decisions, such as pricing, production decisions, distribution decisions, production or

purchasing decisions (Kartal, 2013: 61), profit planning, and budgeting process support (Harris, 1992: 24). Furthermore, the cost-volume-profit analysis method generates estimates to assist management in the decision-making process by evaluating current and future events related to sales revenue inputs and cost outputs (Jagels & Coltman, 2004:327).

Cost-volume-profit analysis can be used to determine the breakeven point of a single product as well as in real business applications, such as determining the breakeven points or targeted profit values of multiple products, especially when uncertainty exists. In general, cost-volume-profit analysis can be integrated with many strategic cost management topics related to decision-making, such as sensitivity analysis, activity-based costing, theory of constraints, capital budgeting, pricing decisions, cash flow, performance, and product profitability analysis (Ekergil, 2017:489).

3.3. Full Costing, Normal Costing, and Variable Costing Methods

The full costing method is an approach that advocates for including all cost elements, regardless of their fixed or variable nature, in the production activity within a period, hence, all expenses should be included in the product cost. This method provides convenience and advantage as it does not require separating general production expenses into fixed and variable parts. However, during periods of volume fluctuations in production, production expenses are inversely related, which can result in high costs during low production volumes and low costs during high production volumes, leading to incorrect managerial decisions (Büyükmirza, 2007:498). The full costing method is criticized for contradicting the causality principle, which finds it meaningful to allocate only variable costs directly to products. In the full costing method, fixed costs are also included, thereby creating a direct proportion between fixed costs and the produced goods that does not actually exist. Additionally, this method is considered inadequate for profit planning and control required by business management (Badem & Özbek, 2013:69).

Variable costing is a method aimed at overcoming the deficiencies of the full costing method by separating costs into variable and fixed categories. This method charges only variable production expenses (direct materials, direct labor, and variable manufacturing overhead) to production costs, while all fixed production expenses are kept out of production costs and directly reflected in the income statement (Büyükmirza, 2007:506; Demirel Utku & Ersoy, 2008:1633).

The appropriateness of the variable costing method becomes evident when variable costs are significant and constitute a significant part of the total cost. This method is a useful tool for business management, especially in determining the relative profitability of product lines or assessing the effects of changes in production volume, price, or costs. Decisions made using the information obtained from the variable costing method are more accurate compared to the full costing method, thereby increasing business profitability. On the other hand, the difficulty of separating costs into fixed and variable categories and the different results that the methods used for this separation can produce are disadvantages of this method (Demirel Utku & Ersoy, 2008:1633; Özçelik, 2019: 616).

Normal costing calculates the cost of manufactured goods by taking into account all variable production expenses and incorporating fixed general production expenses based on normal capacity through loading rates. In other words, it involves charging all direct materials and labor, and variable manufacturing overhead, and the portion of fixed manufacturing overhead up to the used capacity to production expenses. Fixed general production costs that fall into idle capacity are considered period expenses and sent to the outcome accounts, thereby mitigating the negative effects of fixed costs on unit costs due to seasonal fluctuations in business volume and enabling more accurate pricing decisions (Badem & Özbek, 2013:70; Öztürk & Güleç, 2018:15; Özçelik, 2019:616). The disadvantages of the normal costing method include inconsistencies in period profits, as well as the burdens of calculating capacity variances and separating variable and fixed costs (Büyükmirza 2007, 504).

3.4. Business Budgets

A budget is defined as a series of reports that describe in numerical and financial terms the policies and activities that businesses will follow and implement in the future to achieve predetermined goals (Yükçü 1999: 753). On the other hand, a budget is a detailed plan that shows how resources will be obtained and

used for a specific period (Çağıl, 2004: 5). Budgeting is expressed as a series of techniques, methods, and procedures related to the planning, organization, and control of business budgets (Kılınç, 2018:107).

Due to the uncertainty of the future for which the budget is prepared, many people are skeptical about the benefits of budgets (Büyükmirza, 2007:664). Additionally, haphazardly prepared budgets, setting impossible goals, or setting goals that are too easy or too difficult can lead to significant losses for the business (Çağıl, 2004: 6). However, one of the biggest factors in businesses reaching their current positions is the importance they place on budgeting and budget control. Budgets that are prepared both rationally and according to certain principles can provide benefits to businesses as tools for planning, monitoring, performance evaluation, coordination, and communication (Büyükmirza, 2007:664-667).

There are certain features that business budgets must have in order to benefit the business. These are; (Yükçü, 1999, pp. 753-754)

- Business budgets are not estimates, but a pre-prepared plan of business activities. They should be based on data prepared using scientific methods, not on simple estimates.
- It is a measurement tool used to compare and measure the predicted and actual results.
- Budgets prepared according to business needs should be flexible. They should not be definite, rigid, or unchangeable.
- The budget prepared for a period determines the policy of that period. Subsequent activities are carried out according to this policy.

The most suitable budget period for a hotel operation is one year. However, for seasonal hotels, the budget period corresponds to the operational period of the hotel. In this context, the basic activity-based budgeting process in hotel businesses is as follows; (Önal, Karadeniz, & Kandır, 2005).

1. Demand forecasting for the products and services offered by the hotel.
2. Determining the hotel's activity utilization rate.
3. Calculating the amount of activity needed by multiplying the activity usage rate with the different estimated demand for the product/service offered by the hotel.
4. Determining the hotel's resource utilization rate.
5. Determining the amount of resources needed by multiplying the amount of activity required by the hotel according to different production levels with the resource usage rate.
6. Converting the amount of resources needed for the hotel into resource costs.
7. Calculating the cost of resources needed to meet the demand for the hotel.

4. Literature Review

The importance of management accounting for businesses has not escaped the attention of academics. A review of the literature reveals that there are many studies, both domestic and foreign, especially on accommodation businesses. For example, Rasim (2004) examined the cost and management accounting practices in hotel businesses in Turkey and found that about 50% of them used traditional cost accounting systems, while some performed simple cost calculations, and some used activity-based costing. Evans (2005) examined whether "balanced scorecard" was used as a management model tool in making strategic decisions in medium and large-scale hotel businesses in England. According to the study findings, balanced scorecard applications were not widely used in hotel businesses compared to other sectors. Makrigiannakis & Soteriades, (2007) conducted a study on management accounting practices in Greek hotel businesses. According to their research findings, Greek hotels used most of the management accounting techniques, but there were some differences, such as the application of full costing methods. They also concluded that the size of the hotel and the sales volume of the hotel business were effective on the management accounting practices of the hotel business. Pavlatos & Paggios, (2009) examined the management accounting tools used in Greek hotel businesses in their research. According to the data obtained from the study, it was concluded that traditional management accounting tools (such as budgeting, customer profitability analysis, product profitability analysis, non-financial measures for performance evaluation) were widely accepted and contemporary management accounting techniques (such as activity-based costing, activity-based budgeting) were also valued. Similarly, Angelakis, Theriou, and Floropoulos (2010) compared Greece and Finland in terms of adopting management accounting

practices, determined the usage rates of traditional and new management accounting practices in Greece, and then compared the results with the current situation in Finland to measure similarities and differences. Accordingly, the levels of usage of new management accounting practices in both countries were similar. It was also found that traditional management accounting practices were used to a lesser extent in Greece. Another study with similar results was conducted by Santos et al., (2012) in Portugal. The study included 35 hotels and analyzed them separately in 2009 and 2010. According to the study findings, the rate of use of traditional management accounting techniques was higher than that of contemporary ones. This was explained by the fact that the hotels were subsidiaries of a multinational hotel chain and were influenced by their annual turnover.

Özdoğan (2010) examined the structure of the management accounting system and the use of system tools in Anemon Hotel chains operating in nine provinces of Turkey. According to their findings, such a large chain hotel group did not actively use management accounting tools, and senior management was cautious about implementing new accounting approaches. Tañç-Gürgör (2012) conducted a study to reveal management accounting practices in accommodation businesses located in the Cappadocia region and found that there was no effective cost and management accounting system in accommodation businesses. The study also revealed that the "variable costing method" and, to a lesser extent, "activity-based costing" techniques were applied as a management decision tool. Moreover, the study concluded that the level of knowledge about modern management accounting techniques was very low.

Koroğlu (2013) applied the activity-based costing (ABC) method, one of the advanced management accounting methods, on a hotel business in the Marmaris region to demonstrate its effectiveness in cost calculation. According to the research findings, the application of activity-based costing in the hotel business was effective in reaching non-quantitative general expenses, exact finished product and service costs, identifying activities that add value from the customer's perspective, reducing activities that do not add value, and providing more realistic information in capacity analysis and reducing uncertainty within the business. However, the method was problematic in terms of not considering practical capacity in calculations and charging the cost of unused capacity to costs.

Sarı & Çam (2014), in their research examining cost and management accounting practices in accommodation businesses in Turkey, concluded that most accommodation businesses benefited from traditional cost systems rather than contemporary ones and that management accounting practices were mostly used to increase efficiency and reduce costs. Arsu et al., (2015) aimed to assess the frequency of use of management accounting practices in hotel businesses in the Cappadocia region and to reveal the relationship between the organizational strategies they used and management accounting practices. They found that "Detailed Budgeting System" applications from traditional management accounting techniques were widely used. They also identified the relationship between the management accounting practices used by hotel businesses and the organizational strategies they adopted, concluding that these practices were effective on organizational strategies.

Kim et al., (2017), in their research on accounting managers working in hotel businesses, determined the first three management accounting skills to be business budgeting, income statement, and analysis of variances. A study by Bilici & Turan (2019) in the Erzurum region found that management and cost accounting systems were not effectively used.

A general review of the literature reveals that contemporary management accounting systems, such as activity-based costing, are used in hotel operations. However, it is observed that traditional costing systems are still predominantly preferred over these modern systems. Additionally, in the choice of management accounting practices to be used in hotels, factors such as whether the hotel is a multinational or chain operation, as well as the size and sales volume of the hotel, play a significant role. The findings of this study, conducted in a different region, will reveal how the results compare to or differ from those reported in the existing literature. It is anticipated that this will contribute to the literature by providing new insights.

5. Material and Methods

The aim of this study is to examine the management accounting practices of 4 and 5 star hotels in Konya province and to determine their current status by revealing the benefits and usage levels of these practices. It is thought that the findings to be obtained as a result of the research will contribute to both hotel businesses and the relevant literature, which constitutes the importance of the study.

This research has been conducted on 4 and 5-star hotel businesses in Konya province that have a Tourism Operation Certificate. The descriptive research method, which is among the quantitative research methods, has been preferred for this study. According to the data obtained from the Konya Provincial Directorate of Culture and Tourism, there are a total of 16 hotels. All these hotels were reached out to, but positive feedback was received from 12 of them. The data were obtained from the general manager, accounting manager, or authorized personnel in the accounting field of these 12 hotel businesses.

The survey technique has been applied in the research, and the scale developed by Pavlatos and Paggios (2009) and later translated into Turkish by Tanç-Güngör (2012) for use in his study has been utilized. The questionnaire form consists of two separate sections. The first section contains information on demographic characteristics, and the second section consists of questions related to management accounting practices, the majority of which are expressed with a 5-point Likert scale. In the questionnaire form, management accounting practices are addressed in four groups (cost accounting, budgeting, performance evaluation and strategic management accounting).

The data obtained in the research were analyzed with the SPSS 28.00 program in a computer environment. Basic descriptive statistical methods such as percentage distributions, frequency, arithmetic mean, and standard deviation have been utilized in the analysis of the data.

In this study, ethical principles were followed, and there is an Ethics Committee Decision dated 13/10/2021 with the number 157/48 from the Scientific Ethics Evaluation Committee of Selçuk University Faculty of Tourism.

6. Research Results

In this section, the basic findings obtained as a result of the research will be presented and interpreted in tables. Firstly, demographic characteristics of the participants are given in table 1.

Tablo 1. Demographic Results of Participants

		Frequency	Percentage
Gender	Male	9	75,0
	Female	3	25,0
Age Ranges	27-36	8	66,7
	37-46	2	16,7
	47 +	2	16,7
Educational Status	Associate Degree	2	16,7
	Bachelor's Degree	7	58,3
	Graduate Degree	3	25,0
Work Experience	1-5 years	1	8,3
	6-10 years	7	58,3
	11-15 years	2	16,7
	16 years and above	2	16,7
Position in the Business	General Manager	3	25,0
	Finance Manager	1	8,3
	Accounting Manager	3	25,0
	Accounting Staff	5	41,7
Number of Stars	4 Stars	5	41,7
	5 Stars	7	58,3
Number of Beds	101-200	3	25,0
	201-300	3	25,0
	301 +	6	50,0

When Table 1 is examined, it is observed that a large majority, 75%, of the participants are male, 66.7% are in the age range of 27-36, 58.3% have received undergraduate-level education, and again 58.3%

have work experience of 6 to 10 years. Looking at their positions in the business, 41.7% are accounting staff. Additionally, among the hotels included in the research, 58.3% are 5-star, and 50% have 301 or more beds.

Table 2. Cost and Management Accounting Departments of Hotel Businesses

	Separate Management Accounting Department		Separate Cost Accounting Department	
	Frequency	Percentage	Frequency	Percentage
Yes	6	50	7	58,3
No	6	50	5	47,7

Upon examining Table 2, it is found that 50% of the hotel businesses have a separate management accounting department, while 58.3% have a separate cost accounting department. From this, it is observed that the hotel businesses included in the research do not conduct their businesses solely through a single main accounting system but also benefit from separate cost and management accounting systems.

Table 3. Costing Approaches Used in Hotel Businesses

	Variable Costing		Full Costing		Activity-Based Costing		Estimated Costing		Standard Costing	
	Frequency	Percentage	Frequency	Percentage	Frequency	Percentage	Frequency	Percentage	Frequency	Percentage
Yes	6	50,0	7	58,3	8	66,7	5	41,7	4	33,3
No	6	50,0	5	41,7	4	33,3	7	58,3	8	66,7

According to the findings in Table 3, it is observed that activity-based costing is the most preferred in hotel businesses at 66.7%, followed by the full costing approach at 58.3%. The standard costing approach is used less frequently, at a rate of 33.3%, compared to the others. By preferring an activity-based costing system, hotel businesses will provide benefits to the management department in making accurate decisions by conducting customer profitability analyses, service profitability analyses, and internal performance measurements in line with strategic objectives in the service sector. In this context, with a rate of 66.7%, hotel businesses are adopting activity-based costing systems for their costing systems, thereby making more accurate management strategies. The analysis identified the full costing system at a rate of 58.3%. This system is where all costs are taken without making a distinction between fixed and variable costs. In this system, generally applied in hotel businesses, cost calculations are made without going into detail.

Table 4. Where Actual Cost Information is Used in Hotel Businesses

Cost Information	N	Mean	Standard Deviation
In decision-making	12	4.58	0,668
In control activities	12	4.50	0,522
In budget preparation	12	4.66	0,492
In performance evaluation	12	4.33	0,492
In customer profitability analysis	12	4.16	0,834
In service profitability analysis	12	4.41	0,668
In cost-volume-profit analysis	12	4.58	0,514
Valid N (listwise)	12		

5: Very Necessary 1: Not Necessary at All

Upon examining Table 4, which includes the levels of utilization of actual cost information, it is observed that all statements are considered important for hotel businesses, especially in budget preparation (4.66), cost-volume-profit analysis (4.58), and decision-making (4.58), indicating the necessity of using actual cost information. It is observed that hotel businesses utilize actual cost data in their budgeting for the following years, indicating that they make their plans using actual cost data. Furthermore, businesses also use the actual cost system in the decision-making process and cost-volume-profit analyses.

Table 5. The Level of Benefit of Budgeting Activities in Areas Used in Hotel Businesses

Budgeting Activities	N	Mean	Standard Deviation
Preparation of annual activity budgets	12	4.41	0,668
Budget preparation for cost control	12	4.50	0,674
Budget preparation for long-term strategic plans	12	4.16	0,577
Utilizing budgets in evaluating the performance of hotel management	12	4.25	0,753
Providing coordination with different departments of hotels	12	4.00	0,738
Preparation of flexible budgets	12	4.08	0,668
Preparation of activity-based budgets	12	4.33	0,651
Preparation of zero-based budgets	12	3.83	0,834
Valid N (listwise)	12		

5: Very Beneficial 1: Not Beneficial at All

According to the findings in Table 5, with an average of 4.50, "budget preparation for cost control" and an average of 4.41, "preparation of annual activity budgets" are seen to have high levels of benefit in terms of budgeting activities in hotel businesses. With an average of 3.83, "preparation of zero-based budgets" is determined to have a lower level of benefit compared to others. It is observed that hotel businesses mostly use their budgets for determining cost control and making decisions accordingly.

Table 6. The Level of Benefit of Using Performance Evaluation Methods in Hotel Businesses

Performance Evaluation Methods	N	Mean	Standard Deviation
Measuring profitability	12	4.50	0,797
Non-financial performance measurement of customers	12	4.25	0,753
Non-financial performance measurement related to staff	12	4.08	0,792
Non-financial performance measurement related to innovation	12	4.25	0,753
Measuring the return on investment	12	4.16	0,389
Measuring the profitability of sales	12	4.66	0,492
Measuring economic added value	12	4.25	0,452
Balanced Scorecard	12	4.58	0,514
Valid N (listwise)	12		

5: Very Beneficial 1: Not Beneficial at All

According to Table 6, it is evident that the level of benefit from using performance evaluation methods in hotel businesses is high across almost all measures. Specifically, measuring the profitability of sales with an average of 4.66, the Balanced Scorecard with an average of 4.58, and measuring profitability with an average of 4.50 have been identified as highly beneficial. It is observed that in evaluating the performance of hotel businesses, measuring the profitability of sales, which highlights the strategy towards increasing profitability, a primary goal of businesses, is highly valued.

Table 7. The Level of Benefit of Implementing Strategic Management Accounting Activities in Hotel Businesses

Stratejik Maliyet Faaliyetleri	N	Mean	Standard Deviation
Budgeting activities	12	4.58	0,621
Cost-volume-profit analysis	12	4.58	0,651
Planning and control activities	12	4.75	0,668
Target costing	12	4.33	0,674
Performance evaluation and measurement	12	4.50	0,668
Strategic planning	12	4.58	0,792
Responsibility accounting	12	4.58	0,668
Industry analysis	12	4.08	0,668
Competition situation analysis	12	4.00	0,668
Analysis of competitors' strengths and weaknesses	12	4.41	0,852
Long-term financial status forecasting of the hotel	12	4.08	0,668
Valid N (listwise)	12		

5: Very Beneficial 1: Not Beneficial at All

Upon examining Table 7, it is clear that the benefit level of implementing strategic management accounting activities in hotel businesses is particularly high in "planning and control activities" (4.75),

"responsibility accounting" (4.58), "strategic planning" (4.58), "cost-volume-profit analysis" (4.58), and "budgeting activities" (4.58). Businesses are able to make more accurate and faster decisions regarding the future with the implementation of management accounting practices. Our research also indicates that hotel businesses benefit more from planning and control activities, suggesting that they plan and manage their future-oriented activities more effectively.

7. Conclusion

Hotel businesses face challenges such as seasonal fluctuations, high fixed capital, and the goal of profitably earning back investments, as well as constantly changing customer desires and expectations. Being among the first sectors affected by even the slightest crisis, it is crucial for hotels to dynamically evaluate risk assessment factors. Decisions need to be made considering global, national, political, and sectoral risk elements. In such conditions, businesses that manage uncertainty best by making timely and effective decisions will be sustainable. Just as increasing the quality and variety of services offered is essential, so too is keeping costs under control and thoroughly analyzing business activity results (Rasim, 2004, p. 7). In this context, the presence of management accounting concepts, which provides all the necessary financial and non-financial information to keep the businesses afloat, especially in hotel businesses, is of great importance (Kırlioğlu and Doğan, 2014:141).

According to the findings of this study aimed at determining the usage levels of management accounting practices; it was found that 50% of the hotel businesses in Konya have a separate management accounting department, and 58.3% have a separate cost accounting department. Thus, contrary to the study by Bilici & Turan (2019), the hotels included in this study do not conduct all their activities through a single accounting system but effectively use cost and management accounting systems. This could be attributed to the corporate chain nature of the businesses included in this study.

Our research has shown that the most preferred costing system among hotel businesses in Konya is the activity-based costing approach at 66.7%. Due to its support in customer satisfaction and creating functional-organizational structures (Karcioğlu & Binboğa, 2010, p. 11), the activity-based costing approach stands as an effective competitive tool for hotel businesses. Contrary to the studies by Tanç-Güngör (2012), Santos et al. (2012), and Bilici & Turan (2019), the hotels included in this study are aware of this fact. Full costing approach, with a rate of 58.3%, is the second most frequently used costing method after activity-based costing. The standard costing approach is used less frequently, at a rate of 33.3%.

The use of actual cost information is important for hotel businesses, especially in budget preparation, cost-volume-profit analysis, and decision-making. Additionally, strategic management accounting activities are beneficial in planning and control, responsibility accounting, strategic planning, and cost-volume-profit analysis; budgeting activities in preparing budgets for cost control and preparing annual activity budgets; and performance evaluation methods in measuring profitability, balanced scorecard, and measuring the profitability of sales.

Overall, it can be said that the hotel businesses included in the study are keen on following and utilizing innovative cost and management accounting systems, finding high levels of benefit in their use. Cost and management accounting practices are applied in hotel businesses, especially in corporate and chain hotels, closely following cost systems and making accurate cost analyses to make faster decisions for the future with management accounting.

Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı / Contribution of Authors

Yazarların alışmadaki katkı oranları Ali KURNAZ %50/ Semih BÜYÜKİPEKÇİ %50 şeklindedir.
The authors' contribution rates in the study are Ali KURNAZ %50/ Semih BÜYÜKİPEKÇİ %50 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 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.

References

- Apak, İ. (2018). *Stratejik Yönetim Muhasebesi Araçlarının İşletmelerin Finansal Performansı Üzerine Etkisi*. Aksaray University, Department of Business Administration, Institute of Social Sciences. Unpublished PhD Thesis. Aksaray.
- Arnold, Roger A. (2008), *Micro Economics, California State University San Marcos*, 9th Edition, South Western Cengage Learning.
- Arsu, Ş., Arsu, T., ve Duman, H. (2015). Örgüt stratejilerinin yönetim muhasebesi uygulamaları ile ilişkisi: Kapadokya Bölgesi otelleri örneği. *Journal of Aksaray University Faculty of Economics and Administrative Sciences*, 7(2), 17-31.
- Badem, C., & Özbek, Y. (2013). Tam Maliyet ile Normal Maliyet Yöntemlerinin Tms 2 Stoklar Standardı ile Vuk Açısından Karşılaştırması ve Muhtemel Ertelemiş Vergi Etkisi. *Journal of Accounting and Taxation Studies*, 6(2), 65-92.
- Bayrı, O. (2005). Maliyet Liderliği Stratejisi Açısından Maliyet-Hacim Analizleri. *The Journal of Accounting and Finance*, (28), 184-197.
- Bilici, N. S., & Turan, B. (2019). Yönetim Muhasebesi Uygulamalarının İncelenmesi: Erzurum İli Otel İşletmelerine Yönelik Bir Araştırma. *Journal of Tourism Intelligence and Smartness*, 2(2), 130-145.
- Birkan Yılmaz, Ş. (2015) *Maliyet-Hacim Kar Analizinin Bankalarda Uygulanması*. Inonu University Institute of Social Sciences. Unpublished Master's Thesis. Malatya.
- Buşan, G., & Dina, I. C. (2009). *Using Cost-Volume-Profit Analysis In Decision Making*. Of The University of Petroşani Economics, 9(3), 103-106.
- Büyükmirza, K. (2007). *Maliyet ve Yönetim Muhasebesi* 11th Edition, Ankara, Gazi Publishing.
- Çankaya Kurnaz, S. (2021). *Geleneksel Kamu Yönetiminden Yeni Kamu Hizmeti Yaklaşımına Karşılaştırmalı Bir Analiz*, Teori ve Uygulamada Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi alanında Yaşanan Bilimsel Gelişmeler (edit. Şahin Karabulut), Ankara: Gazi Publishing.
- Çankaya Kurnaz, S. & Kurnaz, A. (2022). Majör Challenges for EU Tourism Policy. *Acta Universitatis Danubius. Relationes Internationales*, 15(1).
- Chenhall, R. H. ve Langfield-Smith, K. (1998). Adoption and Benefits of Management Accounting Practices: An Australian Study. *Management Accounting Research*, 9, 1-19. doi:10.1006/mare.1997.0060
- Civan, M. ve Cenger, H. (2013). Borsada İşlem Gören Turizm İşletmelerinin Finansal Yapı ve Karlılık Oranları Arasındaki İlişkinin Analizi (2009-2012). 17. *Finance Symposium Proceedings Book*, Muğla, p.354-363.
- Coombs, H., Jenkins, E., & Hobbs, D. (2005). *Management accounting: principles and applications*. Sage Publications Ltd. 360 P.
- Crossman, P. T. (1958). The nature of management accounting. *Accounting Review*, 222-227.
- Çağıl, N. (2004). *Yönetim kontrol aracı olarak işletme bütçeleri*, Marmara University Social Sciences Institute Department of Business Administration Accounting and Finance Department, Unpublished Master's Thesis. İstanbul.
- Çetiner, E. (2009). *Otel İşletmeleri Yönetim Muhasebesi*, Ankara: Gazi Publishing.
- Demirel Utku B., Ersoy, A. (2008). Kısıtlar Teorisi ve Süreç Katkı Muhasebesinin Geleneksel ve Çağdaş Yönetim/Maliyet Muhasebesi Yöntemleri ile Karşılaştırılması. *Journal Of Yaşar University*, 3(11).
- Didin, S., ve Köroğlu, Ç. (2012). Konaklama işletmelerinin satışlar-maliyetler bakımından rekabet edebilme durumu ve gelecekte beklenenleri. *Internatinoal Journal of Management Economics and Business*, 4(7), 109-118.
- Ekerşil, V. (2017). Maliyet Hacim Kâr Analiz Tekniğinin Müşteri Kârlılık Analizinde Kullanılması ve İşletmeler İçin Model Önerisi. *Journal of Business Research*, 9(3), 487-520.
- Enoch, O. K. (2015). "Management Accounting Reports and Hospitality Industry Development in Nigeria", *European Journal of Applied Business Management*, 83-99.
- Fonseka, K., A. Manawaduge, D. Senarante (2005). *Management Accounting Practices in Quoted Public Companies in Sri Lanka*, University of Sri Jayawardenepura.
- Glautier, M. W. E And Underdown B. (2001). *Accounting Theory And Practice*. Pearson Education Limited. Harlow England.
- Gürsoy, C. T. (2009). *Yönetim ve Maliyet Muhasebesi*, İstanbul, Beta Publishing.

Harris, P. J. (1992). Hospitality Profit Planning In The Practical Environment: Integrating Cost-Volume-Profit Analysis With Spreadsheet Management. *International Journal Of Contemporary Hospitality Management*, 4(4), 24-33.

Horngren, C., Harroson, W., & Oliver, M. (2011). *Financial & Managerial Accounting* (3th Ed.). Pearson Prentice Hall, New Jersey.

Ittner, C. D., ve Larcker, D. F. (2001). Assessing empirical research in managerial accounting: a value-based management perspective. *Journal of accounting and economics*, 32(1-3), 349-410.

Jagels, M. G., & Coltman, M. M. (2004). *Hospitality Management Accounting*. New Jersey: John Wiley & Sons Inc.

Karcioğlu, R., ve Binboğa, G. (2010). Faaliyete Dayalı Maliyetleme ve Faaliyete Dayalı Yönetimin İşletme Stratejisinin Belirlenmesindeki Rolü. *Journal of Economics and Administrative Sciences*, 24(1), 1-13.

Kartal, A. (2013). Maliyet Davranışları ve Tahmin Yöntemleri. A. Kartal, H. Gündüz, & A. Sevim İçinde, *Cost Management* (S. 36-58). Eskişehir: Anadolu University Publishing.

Kaygusuz, S. Y ve Dokur, Ş. (2012). *Management Accounting*. Dora Printing Publishing Distribution.

Kılınç, Y. (2018). İşletmeler Bütçelemeden Vazgeçmeli mi? *Journal of Accounting, Finance and Auditing Studies*, 4(4), 107-124.

Kim, M., Schmidgall, R. S., & Damitio, J. W. (2017). Key managerial accounting skills for lodging industry managers: The third phase of a repeated cross-sectional study. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 18(1), 23-40.

Köse, T. (2007). “Yönetim Muhasebesinde Değişim ve Yönetim Muhasebesi Eğitiminin İncelenmesi “. *Afyon Kocatepe University Journal of Economics and Administrative Sciences*, Vol: 9 Issue: 1 s. 215-234.

Leitner, S. (2013). *Information Quality and Management Accounting: A Simulation Analysis of Biases in Costing Systems* (Vol. 664). Springer Science & Business Media.

Makrigiannakis, G., ve Soteriades, M. (2007). Management accounting in the hotel business: the case of the Greek hotel industry. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 8(4), 47-76.

Mayanja, M. K. (2010). *Management accounting as an instrument for corporate governance in Botswana* (PhD Thesis, University of South Africa).

Önal, Y. B., Karadeniz, E., & Kandır, S. Y. (2005). Otel İşletmelerinde Esnek Bütçeleme. *Journal of Social Sciences*, 2(2).

Özçelik, F. (2019). Maliyet Yöntemlerinin Değerlendirilmesi ve Seçimi. *Academic Review of Economics and Administrative Sciences*, 12(4), 607-622.

Özdoğan, B. (2010). *Konaklama İşletmelerinde Yönetim Muhasebesi Sistemleri ve Uygulaması* (Unpublished Master's Thesis). Celal Bayar University Social Sciences Institute, Manisa.

Öztürk, E., & Güleç, Ö. F. (2018). Normal Maliyetleme Yaklaşımının Gelişimi ve Uygulanmasına Yönelik Bir İnceleme. *Journal Financial Analysis*, (148).

Pavlatos, O., & Paggios, I. (2009). Management accounting practices in the Greek hospitality industry. *Managerial Auditing Journal*.

Rasim, Z. (2004). *Otel işletmelerinde maliyet ve yönetim muhasebesi uygulamaları: Bir araştırma*. Selçuk University Social Sciences Institute Unpublished Master's Thesis, Konya.

Sarı, M.ve Çam, A.V. (2014). Konaklama İşletmelerinde Yönetim Muhasebesi Uygulamaların Kullanımı. *Gümüşhane University Journal of Social Sciences Institute*, Issue:9, s.247- 266

Tanç, Ş. G. (2012). Otel İşletmelerinde Yönetim Muhasebesi Uygulamalarını Tespit Etmeye Yönelik Araştırma: Kapadokya Bölgesi Örneği. *Neşehir Hacı Bektaş Veli University Journal of ISS*, 2(1), 170-182.

Usal, A., Kurgun, O.A. (2006). *Turizm İşletmelerinde Maliyet Analizleri*, 3rd Edition, Detay Publishing: Ankara.

White, L. (2009). Resource consumption accounting: Manager-focused management accounting. *Journal of Corporate Accounting & Finance*, 20(4), 63-77.

Yükçü, Süleyman (1999). *Yönetim Açısından Maliyet Muhasebesi*. Nokta Publishing. İzmir.

Türkiye’de Somut Olmayan Kültürel Mirasın Medyaya Yansıması ve Kültür Endüstrisi Sorunu

Elif Pınar KILINÇ* 

ÖZ

Kapitalist ilişkilerin hakimiyetindeki kültür endüstrisinde işlevsel olan medyanın, 2003 UNESCO Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi kapsamında belirlenen unsurların korunması ve yaşatılması için kullanımı, bir tehdit midir yoksa bir fırsat mıdır? sorusu, makalenin problemi oluşturmaktadır. Geçen on altı yılda medyanın bu tartışmalı durumunun geldiği aşamayı ve özellikle dijitalleşen günümüz medyasında işlevsel olarak yerini ortaya koymayı amaçlayan çalışma, Türkiye’de bu mirası oluşturan bütün unsurların, en çok görüntülenen dijital gazetelere yansıma sıklığı ve biçimi üzerine bir araştırma olması açısından önemlidir. Nitel araştırma tekniğinin benimsendiği çalışmada veriler, literatür ve doküman analizi yöntemi ile tarihsel bir yaklaşımla incelenmiş ve örnekler üzerinden değerlendirilmiştir. Ayrıca, Türkiye’nin Somut Olmayan Kültürel Miras Listesinde yer alan unsurların, internette sırasıyla en çok görüntülenen Hürriyet, Sabah, Milliyet, Sözcü, Posta, Haber Türk ve Yeni Şafak gazetelerinde yer alma sıklığına dair veriler, Python programlama dili kullanılarak gerçekleştirilen web kazıma (web scraping) tekniğiyle tarama yapılarak elde edilmiştir. Çalışmada ortaya çıkan en önemli bulgu, medyanın kültürel mirasın korunması için bir risk ya da fırsat oluşturmasının ötesinde, dijital medyada bu mirasın yeterince yer bulamaması; bulunduğu ise korunması ve yaşatılması kapsamında gerekli olan planlama, hassasiyet ve özenin eksik olduğu bir anlayışın hâkim olmasıdır.

Anahtar Kelimeler: Somut Olmayan Kültürel Miras, Kültür Endüstrisi, UNESCO.

Media Reflection of Intangible Cultural Heritage in Turkey and the Problem of Culture Industry

ABSTRACT

The question of whether the use of the media, which is functional in the culture industry dominated by capitalist relations, for the protection and preservation of the elements identified in the 2003 UNESCO Convention on the Safeguarding of Intangible Cultural Heritage is a threat or an opportunity constitutes the problem of the article. The study aims to reveal the stage reached by the controversial situation of the media and its function in today's digital media. The data is analyzed by adopting a historical approach through literature and document analysis and evaluated through examples. The data on the frequency of the cultural elements on the list in Hürriyet, Sabah, Milliyet, Sözcü, Posta, Haber Türk and Yeni Şafak newspapers, which are respectively the most viewed newspapers in Turkey, were obtained by scanning with the web scraping technique using the Python programming language. The most important finding that emerged is that beyond the fact that the media poses a risk or opportunity for the protection of cultural heritage, this heritage does not find enough space in digital media; and when it does, it is dominated by an understanding that lacks the planning, sensitivity and care required for its protection and preservation.

Keywords: Intangible Cultural Heritage, Culture Industry, UNESCO.

1. Giriş

İnsanlığın, varoluşundan bu yana şekillendirdiği ve paylaştığı sözlü anlatımlar, toplumsal uygulamalar, şölen ve ritüeller, gösteri sanatları, el sanatları geleneği, doğa ve evrenle ilgili uygulamalardan oluşan somut olmayan kültürel mirasın yaşatılması ve korunup aktarılması, kapitalist düzenin hakimiyetinde mümkün değildir. Hali hazırda yaşayan ancak ömürleri insan yaşamıyla sınırlı olan ve daha çok sözel biçimlerden oluşan bu kültürel miras değerlerini korumaya almak, yaşatmak, yeni nesillere aktarmak amacıyla, UNESCO Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi 2003 yılında kabul edilmiştir. Bu mirasın sürdürülebilirliğinde, genç kuşaklara teslim edilmesi ise özellikle üzerinde durulan bir koruma ve yaşatma stratejisidir. Bu kapsamda, eğitim ve medyanın üstlendiği rol öne çıkmaktadır. Konunun bilinirliği

* **Corresponding Author/Sorumlu Yazar,** Dr. Öğr. Üyesi/Asst. Prof., Anadolu Üniversitesi, Eskişehir, Türkiye/ Anadolu University, Eskişehir, Türkiye, epkilitcatan@anadolu.edu.tr

Makale Gönderim ve Kabul Tarihleri/Article Submission and Acceptance Dates: 30.04.2024-27.05.2024

Citation/Atf: Kılınç, E. P. (2024). Türkiye’de somut olmayan kültürel mirasın medyaya yansıması ve kültür endüstrisi sorunu. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 54, 453-469. <https://doi.org/10.52642/susbed.1476209>

This work is licensed under Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License



üzerine daha önce yapılan çalışmalar mevcuttur. “Somut Olmayan Kültürel Miras Farkındalığının Bilinirlik ve Deneyimleme Açısından Değerlendirilmesi” başlıklı 2021’de gerçekleştirilmiş çalışmada, Türkiye adına kayıtlı on dokuz somut olmayan kültürel miras unsurunun halk tarafından “bilinirlik” ve “deneyimleme” düzeyleri araştırılmıştır. Çalışmanın bulgularında, bu mirasın beşinin hem farkındalık düzeyi hem de bilinirlik ve deneyimleme düzeyi yüksek çıkarken; bilinirlik düzeyleri yüksek ancak deneyimleme düzeyleri düşük olan beş somut olmayan kültürel miras unsurunun ise kısmi farkındalık düzeyine sahip olduğu ortaya çıkmıştır. İlgili çalışmanın sonucunda, somut olmayan kültürel miras unsurlarının, toplum tarafından unutulmaması ve yok olmaması için ciddi şekilde önlemler alınmasına yönelik çalışmalara ihtiyaç duyulduğu tespit edilmiştir (Gündüz Alptürker vd., 2021). Üniversite öğrenimi gören gençlerin bu miras ile olan ilişki düzeylerini araştıran “Somut Olmayan Kültürel Miras ve Üniversite Gençliği” başlıklı çalışmada ise, gençlerin kültürel miraslarından habersiz, küreselleşme karşısında kendi kültürel değerlerini yaşama ile koruma bilgi ve azminden uzak olduğu ve Türk kültürüne ön yargılı bir tutum geliştirdiği ortaya çıkmıştır (Çelepi, 2016).

Somut olmayan kültürel mirasın, niteliği gereği suya yazı yazmaya benzer bir özellik göstermesi, yaşatılması ve korunması üzerine birbirinin tekrarı olan durum tespitinden ziyade, somut adımların atılmasının gerekli olduğu açıktır. Burada ise kültür endüstrisi egemenliğindeki medya ile söz konusu mirasın temel özelliklerinin arasındaki gerilimin giderilmesi gerekmektedir.

Kültür endüstrisinin varlığı ve hakimiyetindeki temel unsurlardan olan medya araçlarının, geleneksel olanın yaşatılması ve korunmasındaki işlevi ile bu işlevin yarattığı/yaratacağı tehditleri ve fırsatları konu edinen çalışmada, somut olmayan kültürel mirasın medya araçları üzerinden korunması ve aktarılması süreçlerinin, çoğu sözel kültür, gelenek ve uygulamalardan oluşan bir miras olması nedeniyle bunun, onu somut hale getireceği ve dolayısıyla bu mirasın doğasına aykırı bir koruma yöntemi olduğu tartışma konusu olan noktalardan biridir. Tartışmaların büyük bölümünü oluşturan diğer konu ise şimdye dek net bir sonuç ve karara ulaşılamamış olan kültür endüstrisi çıkmazıdır. Bu kapsamda, kültür endüstri içinde faaliyet gösteren medya mecralarının söz konusu mirası erozyona uğratacağı, her şey gibi meta formunda tüketilerek popüler bir kitle kültürü ürünü olmasının, korunarak yaşatılmasından çok, özünü kaybedip yitip gitmesine neden olacağı merkezinde şekillenen tartışmalar, hem UNESCO sözleşmeleri hem de bu alanda yapılan ulusal ve uluslararası araştırmalar kapsamında doküman ve literatür analizi yöntemiyle ele alınacaktır.

Bu tabloda, dijitalleşen medyanın işe nasıl koşulduğu, işlevinin niteliği, 2008 yılında Türkiye’nin ilk yazımlarının gerçekleştiği UNESCO Somut Olmayan Kültürel Miras Listesine 2023 yılına dek dahil olan 30 kültürel miras unsurunun, Türkiye’nin internette en çok görüntülenen yedi gazetesinde yer alma sıklığına dair veriler, Python programlama dili kullanılarak gerçekleştirilen web kazıma (web scraping) tekniğiyle tarama yapılarak elde edilecektir. En çok haber olan kültürel miras unsuruna ait internet yayınlarındaki haberlerin biçimsel ve yapısal çerçevesi detaylı olarak incelenecektir.

2. Kuramsal Çerçeve

2.1. İnsanlığın Somut Olmayan Kültürel Mirası

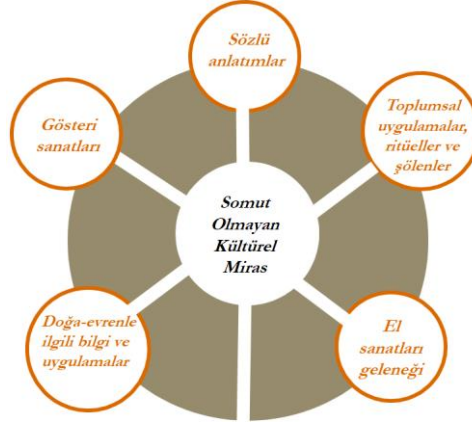
İnsanlığın, varoluşundan bu yana şekillendirdiği ve paylaştığı değer, inanç, davranış, sanatsal üretim, gelenek ve pratik ettiği yaşam tarzının bir araya gelmesiyle oluşan, merkezinde çeşitliliğin olduğu mirastır kültür. Dilbilimciler, kültür sözcüğünün Latince toprak kültürü olarak karşılık bulan *edere-cultura* (Mejuyev, Vadim, 1987) bileşiminden geldiğini söyler. Bu bakış açısı, *culture* sözcüğünün oturmak, muhafaza etmek, yetiştirmek gibi kök anlamları olan *colere* kökünden türemiş olduğu düşüncesiyle de örtüşür (Williams, 2005). Kullanıldığı ilk zamanlarda kendi kendine var olabilen bitkilerin yanı sıra insanın kendi emeğiyle yetiştirdiği bitkileri tanımlamak için kullanılan *cultura* sözcüğünün, tarımsal faaliyetlerle ilgili bu ilk kullanımının, sözcüğün, daha sonra kazandığı öbür anlamları da etkilediği belirtilir (Özlem, 2000)

Kültür, insanların yaşamlarını anlamlandırmalarına, toplumsal normları benimsemelerine ve birlikte yaşama becerilerini geliştirmelerine yardımcı olurken; kültürler arası etkileşimler yoluyla da farklı kültürlerin birbirlerini anlamaları ve zenginleşmeleri sağlanır. Bu etkileşimler, insanların dünya görüşlerini genişletir, hoşgörüyü artırır ve küresel anlamda bir dayanışma ve iş birliği kültürü oluşturulmasına katkıda bulunur. İçinde yaşanan küreselleşme, parmak izi kadar benzersiz olan kültürlerin tek tipleşme tehlikesini

beraberinde getirmiştir. Dünyadaki kültürlerin yok olmasına ve kültürel çeşitliliğin kan kaybetmesine dair duyulan endişe, bazı stratejiler üretmeyi zorunlu kılmıştır. “Somut olmayan” şeklinde ifade edilen söz konusu bu yaşayan kültürel miras, gelenekler, ritüeller, dil, müzik, gösteri sanatları, el sanatları, festivaller, gastronomi gibi toplumların nesilden nesile aktarılan değer ve kimliklerini içeren sözel biçimlerdir.

Antropolog Ahmed Skounti, somut olmayan kültürel miras materyallerinin hem kırılğan hem de dirençli bir esneklik taşıdığını belirtir. Dahası, maddi miras çok kısa bir süre içinde yok edilebilirken (Afganistan'daki Bamiyan Budaları buna bir örnektir), somut olmayan miras daha uzun süreler hayatta kalır. Onu taşıyanların yaşam süresinden çok daha uzun ömürlüdür çünkü bu mirası birinden diğerine aktaran bireylerin nesillerini aşar ve basitçe yok olmaz; aksine, dönüştürülür, uyarlanır ve bu böyle devam eder (Skounti, 2008). Sheenagh Pietrobruno da, “Cultural Research and Intangible Heritage” (Kültürel Araştırma ve Somut Olmayan Miras) başlıklı çalışmasında, var oluşunun, anıtlar, çeşitli dokümanlar ya da medya mecraları yerine, yaşanmış kültürler aracılığıyla insan bedeni, zihni ve yaşam şekillerinde devam etmesinin, somut olmayan kültürel mirasın kırılğan bir yapıya sahip olmasının asıl nedeni olduğunu vurgular. Bu bağlamda, eğitim, bilgi ve iletişim, kültür, doğa bilimleri ile sosyal ve beşerî bilimler alanlarında uluslararası iş birliği yoluyla dünya barışını ve güvenliğini koruma amacı güden Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Kurumu (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization; kısaca UNESCO), yaşayan ve ömürleri kısa olan bu kültürel biçimleri korumaya almak için “Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi”ni 17 Ekim 2003 tarihinde Paris’te kabul etmiştir. Böylece, çoğunlukla sözel olan ve insan ölümleri neticesinde yok olan söz konusu mirasın, sürdürülebilir devamlılığı açısından büyük bir adım atmıştır. Bundan üç yıl sonra ise “Kültürel İfadelerin Çeşitliliğinin Korunması ve Geliştirilmesi Sözleşmesi” yine UNESCO’da kabul edilmiştir. Bu sözleşmenin işaret ettiği kültürel ifade çeşitliliğine ait kaynakların çoğu zaten somut olmayan kültürel miras alanına dahildir. Dolayısıyla, somut olmayan kültürel miras unsurlarını koruyamayan ülkelerin, kültürel ifade çeşitliliğine katkı sunması da olası değildir (Oğuz, 2009). Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi’ndeki ‘koruma’ sözcüğü, bu mirasın yaşayabilirliğini teminat altına almak, bunun sorumluluğunu üstlenmek anlamına gelmektedir (UNESCO, 2003).

İnsanî bütün kültürel faaliyetler somut olmayan kültürel miras olarak tanımlanmaz. Sözleşme, estetik veya kavramsal olarak işlenmiş deneyim biçimlerini kapsar ve insanların gelenek olarak adlandırdıkları eylem bütünlerine odaklanır. Sözleşmenin oluşmasına katkıda bulunan uzmanlar, küreselleşme nedeniyle sürekli artan kültürel sorunların karşısında, ancak koruma altına alınarak gelecek kuşaklara aktarımı; dolayısıyla yaşatılması mümkün olan somut olmayan kültürel miras unsurlarının, geleneksel kültürle sınırlı olduğunu belirtir ve diğer her şeyin kapsam dışında tutulması gerektiğinin altını çizer. Sözleşmeye göre bu miras, kültürel bir topluluk içinde paylaşılan ve sembolik olarak onunla özdeşleştirilen unsurlardır ve bir nesilden diğerine sosyal olarak aktarıldığı için gelenekseldir. Korunmaya, kelimenin tam anlamıyla muhtaç konumunda somut olmayan kültür unsurları, geleneğin parçası olması gerektiği için de televizyon, basın, internet ve sinema gibi medya mecralarında yayımlanan ve tiyatro, konser, müzik, kulüp alanlarında pazarlanan; yani ticari karşılığı olan biçimlerden ayrı tutulur (Kurin, 2004). Öte yandan Pietrobruno, UNESCO’nun listelerinin, Batı ile dünyanın diğer bölgeleri arasındaki hiyerarşik yapıyı ortaya çıkardığını belirtir. Avrupa’nın yüksek kültürleri dünyanın somut olmayan mirasının bir parçası olarak yer almamaktadır. Batı’nın seçkin kültürü, daha az gelişmiş kültürel formlarla ilişkilendirilen ‘sözlü’ nitelendirmesiyle tanımlanmadıkları için ayrıcalıklı statülerini korumaktadır. Örneğin, klasik bale ya da Buckingham Sarayı’nın Muhafız Değişimi gibi Batı Avrupa’nın yüksek sanatları, sözlü kültür alanının dışında bırakılmaktadır (Pietrobruno, 2009).



Şekil 1. 2003 UNESCO Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi Unsurları
Oğuz, M. Ö. Kültürel Miras ve Koruma, 2023 Eskişehir

Halk bilim uzmanı Dan Ben-Amos'a göre sosyolojide 'gelenek', toplumsal yapıda ve dünya görüşünde algılanan tarihsel değişimin eksikliğini ifade ederken, antropoloji, etnoloji ve halk bilimi çalışmalarında ise sözlü iletişime dayalı bir toplumsal ve kültürel düzen biçimini ifade eder. Gelenek burada, bilginin, kuralların ve toplumsal örgütlenmenin bellekte korunduğu ve ağızdan ağıza aktarıldığı, okur-yazar olmayan ya da okur-yazarlık öncesi toplumların kültürünü tanımlayan bir terimdir. Sosyolog Shmuel Noah Eisenstadt, bu toplumların, iç sosyal hiyerarşiden yoksun kolektiviteler şeklinde sunulurken; okuryazarlık, yüksek oranda kentleşme, kitle iletişim araçlarına yüksek maruziyet, sosyal mobilizasyon ve bireyselleşme gibi tipik özelliklerin ise modern kent toplumların özellikleri olarak tasvir edildiğini belirtir (Anttonen, 2005).

Somut olmayan kültürel mirasın korunması sürecinde, sözleşme temel alındığında, günümüz teknolojisinin taşıdığı noktada medya araçlarıyla korunması, onun 'gelenek'ten kopması, somut olmayan; yani soyut formunu somutlaştırdığı için bu kapsamda tanımlanan miras unsurlarının deforme olması anlamına gelir. Başka bir ifade ile bu kapsamda tanımlanmış bir geleneğin, medya yoluyla sunumu; dolayısıyla endüstriyel bir dolaşıma girmesi, onun aynı zamanda ticarileşmesi demek de olacağı için bu yolla korunma altına alınması çeşitli riskleri de beraberinde getirir. Halk bilimi alanında çokça çalışmaya imza atmış ve bu alanda araştırmalar yapan isimler yetiştirmiş UNESCO Türkiye Komitesi Başkanı Prof. Dr. M. Öcal Oğuz, kültürel ifade çeşitliliğine katkı sunmak üzere söz konusu unsurların kültür endüstrisine esin kaynağı olamamasının nedeni olarak geleneğe ait bu unsurların korunmasında ve kuşaktan kuşağa aktarılmasında kültür endüstrisinin bu alanı kullanmamasının ilgili sonucu doğurduğunu belirtmiştir (Oğuz, 2009). Somut olmayan kültürel mirasın, geleneksel ve ticari uygulamalar arasında net bir ayrım olduğunu vurgulayan tanımı üzerinden beliren bu soru ve konu etrafında şekillenen başka soruların cevaplarına yaklaşmak adına, kültür endüstrisi kavramına yakından bakmak ve onun somut olmayan kültürel miras ile ilişkisini değerlendirmek yararlı olacaktır.

2.2. Kültür Endüstrisi ve Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması

Kültür endüstrisi, kapitalist sistemlerde var olan kültürel ürünlerin, içinin boşaltıldığı, eğlence merkezinde işlediği, derinliksiz ve ideoloji içeren yapılarda endüstriyel olarak üretilmesini ifade eder. Bu endüstrinin işleyişi ve özelliklerinin detaylarına geçmeden önce, lokomotif olan gelişmeler olarak kapitalizmin doğuşuna ve kitle kültürünün yükselişine değinmek yerinde olacaktır. Ayak seslerini ilk olarak Batı Avrupa'da duyuran kapitalizm, Rönesans, aydınlanma, makineleşme, Fransız Devrimi ve kentleşme gibi yaşanan önemli gelişmelerden hem etkilenen hem de bunları ateşleyen ekonomik, teknolojik, sosyal, zihinsel zeminde ortaya çıkan yeni dünya düzenini ifade eder. Wallerstein'in kelime kökü itibarıyla "kapital" sözcüğünden türediğini belirttiği kapitalizm, Sanayi Devrimi sonrası maddi formunu almıştır. Dolayısıyla sermaye, bu sistemde anahtar roledir. Tarihsel bir sistem olarak kapitalizmde, hep daha çok sermaye biriktirmek ve toplumsal süreçlerin tümünün metalaştırılması temel itkidir (Wallerstein, 2016). Kapitalist sistemler, mülkiyet ve meta üretimine bağımlı; ekonomik olarak örgütlenen kültürel ve ekonomik

sistemlerdir. Öyle ki değiş tokuş ilişkilerinin etkisi, sadece ekonomik alanla sınırlı kalmaz; toplumun kültürel unsurlarına da sirayet eder (Tomlinson, 2020). Marx’ın altyapı üstyapı eğretilmesinde vurguladığı üzere üretim süreci, artık günlük hayatın akışında dahi merkezi konumdadır. Dolayısıyla, kitlelerin yaşam deneyimleri ve biçimlerinde de kapitalizm belirleyicidir. Bu noktada kapitalizmin var olduğu ilk yer olan Avrupa’da yaygınlaşan ve 18. özellikle de 19. yüzyıl olgusu olarak kentleşme, kapitalist sistemlerde ekonominin yörüngesindeki kitlelerin dönüştürülmesinde önemli bir kriter olmuştur. Sanayi Devriminin ardından kapitalizmin yaşamın her alanında kurduğu hakimiyet, dönemin üretim araçlarını elinde tutan burjuvazinin, kentleri bu yeni dünya düzeninin kurallarına uygun şekilde inşasıyla geri döndürülemez bir noktaya taşımıştır. Özellikle 19. yüzyıl Avrupa kentleri, göçlerin de etkisiyle kitlelerin modernleşerek kentleşmesine sahne olmuştur. Artık kitleler, kapitalist ilişkilerin şekillendirdiği yaşam tarzı içinde giderek yalnızlaşan, kendilerine yabancı ortam ve ilişkiler içinde kapitalizmin en belirgin olarak kendini gösterdiği kentlerde kitle kültürünü inşa etmiştir. Kentlerde önceleri fabrikaların esiri olan kitlelere, sonradan tanınan kısıtlı özgürlük alanları, yine hâkim sınıf burjuvazi eliyle şekillendirilmiştir. Kitleler, boş zamanlarını da kapitalizmin yörüngesinde yapılandırılan kültürel etkinlikleri tüketerek günlük hayatın sıkıntılarında kurtulma vaadinin peşinden sürüklenmiş: alışkın olmadıkları mutluluk ve rahatlama pratikleriyle bu döngü, sürdürülebilir hale gelmiştir. Böylelikle, çalışma saatleri dışında kalan boş zaman etkinlikleri de kapitalist sistemin ve sermayenin bir parçası olmuştur. Merkezinde tüketim olan kentlerde kafelerde oturmak, bulvar boyunca renkli vitrinlerin seyri eşliğinde gezinti yapmak, alt ve orta sınıfın gerçek yaşantısında mahrum olduğu eksiklikleri görmezden gelmesini sağlayan sahte bir haz ideolojisi yaratmıştır. Kent hayatını büyümlü bir atmosfere dönüştüren etkinliklere zamanla, önceleri elitlere ait olan eğlence şekilleri ile sportif faaliyetler de dahil olmaya başlamıştır. Ayrıca modernizmin erken döneminde Avrupa’da yaygın olan şenlikler ve halk temsilleri, yerini müzik, tiyatro, spor, dans gibi ticari karşılığı olan biçimlere bırakmıştır. Bu süreçte egemen sınıf, kitle kültürünü iktisadi ve ideolojik bir araç olarak kullanırken; popüler kültüre ait unsurları da kültür endüstrisinin önemli parçası kılmıştır.

Kültürel ve sanatsal faaliyetin, sıradan ve gündelik kullanım için üretilen nesnelere biçiminde alınıp satılabilen metalara dönüştüğü ve bu ürünler aracılığıyla kültürün yeniden üretilip inşa edildiği kültür endüstrisi, ekonomik ve kültürel olarak iki boyutta şekillenir ve bu iki değişken, karşılıklı şekilde birbirini etkileyerek yeniden üretir. Bu düzen içinde yapılandırılan kültürel ürünler, iç içe geçerek ya da birbirine benzeyerek boşluğa yer vermeyecek bir sistem meydana getirir. Sermaye birikimi göz önüne alındığında kültürel ürünlerin alınıp satılması sürecini, diğer ekonomik girişimlerden ayırmak zorlaşır (Adorno, 2008). Teknik açıdan donanımlı ve alanlarında uzman ‘kültür işçileri’ temelinden güç alan kültür endüstrisi, çok çeşitli alanlarda üretilen ve alınıp satılabilen benzer ürünleri dolaşıma sokar. Amaç, pazar için üretilmiş metaların kısa süre içinde tüketilmesini sağlamaktır. Böylece kültürel ya da sanatsal gibi görünen ‘şey’ler, geniş kitlelere hitap ederek kolayca pazarlanıp satılabilen ürünlere dönüşür. Kültürel ve sanatsal ürünler de diğer her şey gibi tekdüze, birbirinin aynı ve derinliksizdir. Dahası, ideolojik yanı da olan bu kültür, endüstrileşmesiyle kapitalizmin yeniden üretiminin teminatlarından biri haline gelmiştir. Kapitalist ideolojinin yeniden üretilmesi ve yaygınlaşması işleviyle kültür endüstrileri, farklı sesleri, eleştiriyi engeller; var olan süreçten memnun, sürekli tüketen, uyumlu, zevk ve eğlence odaklı, pasif, yaratıcılıktan uzak, oluşturulmuş niteliksiz homojen içeriği kabullenen, katılımlarının sadece satın alıp-almama ile sınırlı olduğu, bencil, yarışmacı ve nihayetinde yabancılaşmış tüketiciler oluşturur. (Oskay, 2014).

Her şeyin meta olarak alınıp satılmasını mümkün ve olağan kılan kültür endüstrisinin yapılandırıldığı süreçte; hâkim sınıfın hegemonya kurmasında önemli ve etkisi tartışılmaz unsurlardan biri de kitle iletişim araçlarıdır. İdeolojik işlevi olan bu araçlar, iktidarın elinde şekillenmiş; süreç içinde internet ve iletişim teknolojilerinin gelişimiyle çeşitlenen ve dönüşen medya mecralarıyla da tahakkümleri perçinlenmiştir. Öte yandan, kitle kültürünün üreticileri ve tüketicilerinin bu kültürden beslenmesi dolayısıyla kitle iletişim araçlarının oluşturduğu ideolojik gerçekliğe kitlelerin katılımı, daha kolay ve güçlü şekilde olmuştur. İktidarı elinde bulunduran burjuva sınıfının kitleleri ideolojik açıdan yönlendirme ve düşüncelerini şekillendirip yeniden üretmesi gayesinde gazete ile başlayan süreç, 1950’li yıllar itibarıyla televizyonun kitleleşmesi ve diğer araçlara göre sürece bir katılım hissi yaratmasıyla televizyon artık, kentli modern insanın en çok tercih ettiği popüler boş zaman etkinliği haline almıştır. Kapitalist dünya düzeninde medyanın aracılığıyla kitleler üzerinde hegemonya kurup onların yönlendirilmesinde kâr odağında yapılan eğlence, artık insanların

evlerinde oturduğu yerden izledikleri, hiç gidemeyecekleri, göremeyecekleri uzakları yakın eden bir gerçeklik yanılsaması olarak hayatlarını çevrelemiştir. 1990’lı yıllar itibarıyla ekonominin uluslararasılaşmaya başlaması, medyayı da içine aldığı bir düzen oluşturmuş; satın alma-birleşme süreçleri sonrası medya, çokuluslu yapılar bünyesinde faaliyet göstermeye başlamıştır. Adorno’nun kültür endüstrisi kavramına tekrar dönersek, televizyon, yazılı basın, film ve müzik endüstrileri de kendi içlerinde ya da medya dışındaki başka faaliyet alanlarına ait sektörlerle birleşip genişlemiş; ulusaşırı medya holdingleri halini almıştır (McChesney, 2004).

Kültür endüstrisinin pazarladığı kitle kültürü ürünleri, yaratıcı süreçleri içermeyen, kitlesel bir formüle göre dizayn edilen ürünlerdir ve bu ortama ait medya ise sahte bir görünüm sunarak gerçeklik duygusunu yeniden tanımlar. Bu kültür, sıradanlığı ve vasatlığı yüceltirken; halk sanatını yok eder, yüksek sanatı sindirir (Mutlu, 2004). Hall’a göre püçüler kültür, ileri teknolojinin oluşturduğu medya araçlarıyla metalaşırken ulusal sınırları aşmış; ‘küresel kitle kültürü’ oluşturmuştur. Batı merkezli bu küresel kitle kültürü, Amerikan tarzı yaşamın hakimiyetinde biçimlenen küresel markalar inşa etmiş ve dünya eğlence kültürünün belirleyeni haline gelmiştir. Çok sayıda tipik özelliği olan küresel kitle kültürünün öne çıkan iki karakteristiği vardır: Batı merkezli olmaya devam etmesi ilk karakteristiğidir. Küresel kitle kültürünün dinamosu olan ve Batı’nın vurgusu en çok yapılan öyküsü olarak gelişmiş emeğin yoğunlaşmasının sürdürülmesi, küresel kitle kültürünün Batı merkezli tanımını pekiştirmektedir. İkinci karakteristiğini homojenleştirici etkisi oluşturmaktadır. Bu homojenleştirme, açık şekilde çabalamaksızın kendi içine fark ettirmeden çeken kültürel temsilde, Amerikanlığın küçük versiyonlarını üretmekten ziyade, farklılıkları keşfedip onları da kapsayan bir Amerikalı forma yerleştirme motivasyonu ile hareket eder (Stuart, 2014).

Amerikan popüler kültürünün yayılmasında ana rollerden birini üstlenen kitlesel medya araçları, kültürel zeminde homojenleşme ve standartlaşmayı beraberinde getirmiş; kültürel özgünlük ve çeşitliliğin aşınmasına neden olmuştur. Öyle ki toplumlar, daha küçük yaşta karşılaştığı masalarda dahi bu kültüre ait ürünleri tüketebilecek potansiyeller biçiminde şartlandırılıp kendi sözlü geleneklerini tanımadan miraslarından yoksun yetişmektedir. Bu noktada, toplumların kültürel kimliğini oluşturan geleneksel yaşam şekillerinin ve milli kültürlerinin yitip gitmesinin önüne geçme gayesi olarak somut olmayan kültürel miras unsurlarının, nesiller boyu aktarımında, yaşatılarak korunmasında kültür endüstrilerinin dahil olduğu başta medya olmak üzere kitaplar, dergiler, edebiyat gibi kültür taşıyıcılarının üstleneceği rol oldukça önemlidir.

Buraya kadar değinilenler ışığında, somut olmayan kültürel mirasın korunması ve dolayısıyla yaşatılmasında bu kültürel unsurları etkisizleştirme nedenlerinden biri olarak betimlenen, küresel popüler kültürü üreten, aktaran ve yayan kültür endüstrilerinden; dahası, onun yayılımı en hızlı ve etkili olan medya araçlarından yarar sağlamak olası mıdır? Bu sorunun izlerini, sözleşmenin kabul edilmesinde ele alınan somut olmayan kültürel mirasın önemi ve korunması konusunda, özellikle yeni kuşakların daha fazla bilinçlendirilmesi gerektiği (UNESCO, 2003) maddesini temel alarak küreselleşmenin temel dinamiği olan medyanın, geleneksel yapısından günümüz dijital medyasına dönüşümü bağlamında sürmek, daha net bir görünüm sunacaktır.

2.2.1. Dijitalleşen Medyada Somut Olmayan Kültürel Mirasın Kimliği

İnternet ve dijital teknolojilerin merkezinde şekillenen dijital medya, maddi formdaki kitle iletişim araçlarının elektronik ortama taşınması olarak kısaca ifade edilebilir. Dijitalleşen medyada temel anlayış, tek tip yaşam şeklinin hızla yaygınlaşması ve böylelikle homojenleşmiş küresel kültüre eğilimin her adımda karşımıza çıkmasıdır. Medyanın farklı kültürlerin zaman ve mekândan bağımsız şekilde dijital uzamda karşılaşmasındaki etki gücü ve hızı tartışmasıdır. İletişimin dijitalleşmesi, medya ve kültür endüstrilerinin kültürler üzerindeki erozyonun artmasını beraberinde getirmiştir (Çaycı Berk & Karagülle, 2016). Tabii bu süreç ayrıntılı olarak ele alındığında, bilginin yaratılması, dağıtılması ve tüketilmesi şeklinin dönüşümünden; bunun basılı gazeteler, dergiler ve televizyon gibi geleneksel medya formlarını nasıl etkilediğine kadar çok yönlü araştırma ve tartışmalara hali hazırda sahne olmaktadır. Ancak burada, çalışmanın ele aldığı konu özelinde somut olmayan kültürel mirası korumak; dolayısıyla yaşatarak yeni kuşaklara teslim etmek üzere medyanın dönüştüğü dijital ortamın etkileri üzerinde durulacaktır. Bu bağlamda yeni nesil genç demografik grubun, hem dijital medyanın en geniş kullanıcıları-tüketicileri olması hem de söz konusu mirasın aktarımının hedefindeki kitle olması, bir yandan fırsatlar sunarken bir yandan risk olarak tanımlanmaktadır.

Kültürel ürünlerin sayısallaştırılması, kültürel miras unsurlarının dijital ortamda korunmasını, kültürel nesne ve kaynaklara ulaşmanın hızlı ve kolay olmasını sağlamış; böylelikle bu mirasın sonraki nesillere aktarılmasında ve sürdürülebilirliğinde anahtar bir rol üstlenmiştir. Medyadaki dijitalleşme aynı zamanda, kültürel katılımı teşvik ederek kültürler arasındaki etkileşimi arttırmıştır. Bu mirasın daha çok sözel kültür, gelenek ve uygulamalardan oluşması dolayısıyla medya mecraları tarafından somutlaştırılacağı ve bu durumun ise sözü edilen mirasın özüne aykırı olması, tehdit oluşturan unsurlardan biridir. Risk olarak görme tartışmalarının büyük bölümü ise çalışmanın başında da anıldığı üzere, somut olmayan kültürel mirasın tanımını oluşturan özellikleri kapsamında medyanın hem geleneksel formu hem de günümüz dijital formunun dahil olduğu kültür endüstrisinin temel dinamiklerinden biri olması odağında şekillenmektedir.

Bu kültürel mirasın korunması ve yaşatılması sürecinde karşılaşılan hem olumsuzluk kaynağı hem de sürecin en önemli dinamiği olarak belirtilen medya araçlarının sağlanan endüstrileşmiş kültür bağlantısı üzerine Nebi Özdemir, sorunun, günümüz dijital kültüründen önceki yıllarda da aynı odakta kilitlenip kaldığını; bu iki cepheli tutuma ilişkin yorum, algı, tutum değişikliğinin artık zorunlu ve gerçekçi olması gerektiğini vurgular. Bunu, UNESCO’nun 1989 yılına ait ‘Geleneksel Kültür ve Folklorun Korunması Tavsiye Kararı’ndaki maddelerin ışığında gerçekleştirir. Anılan kararın Folklorun Korunması üzerine biçimlenen D maddesinde ‘koruma’nın, toplumların kültürlerini sahiplenme haklarının bulunduğu kapsamında, bunun medya araçlarının oluşturulan kültür endüstrileri tarafından deforme edilmesi nedeniyle geleneklerin ve temsilcilerinin korunması olarak ifade edildiği belirtilirken; aynı kararın ‘Folklorun Yaygınlaştırılması’ başlığındaki E/b maddesinde ise medya araçları tarafından elde edilen folklor malzemelerinin belgelendirilmesi ve paylaşılmasının sağlanması ile medya oluşumlarında folklor bölümlerinin açılması ve medya yayınlarda folklore ait içeriğe geniş şekilde yer verilmesi gerektiği vurgulanmıştır (Özdemir, 2013).

Önceki başlıklarda ele alındığı gibi UNESCO’nun 2003 yılı Somut Olmayan Kültürel Miras Sözleşmesi, korunması amaçlanan bu kültürün, geleneğin parçası olması gerektiğinden hareketle, medya araçları üzerinden yayılımını ve ticari gelir elde edecek şekilde pazarlama unsuru olmasını risk olarak değerlendirmektedir. Çünkü sözü edilen bu tehlikeyle kültür metalaşacak ve bu da geleneksel olanın baltalanması, orijinalliğinin bozulması anlamına gelecektir. Dahası, antropolog Jonathan Friedman’a göre somut olmayan miras listelerinin kendisi bile küresel ve evrensel standartlar yaratarak kültürün yaşanmış tezahürünün dışında duran bir metakültür haline gelmektedir. Bir yandan kültürel pratikler bağlamlarından koparılırken öbür taraftan kültürlerin nesnelere halinde somutlaştırılabileceği düşüncesi, yaşayan bir süreç ve performans olan, sürekli dönüşen ve değişen kültürün doğasına da aykırı bir uygulama olacaktır. Çünkü kültür, bir metin, kod, paradigma, öz ya da madde gibi ele geçirmeye çalışılan sabit bir ürün değildir (Pietrobruno, 2009). Somut olmayan kültürel miras değişir, akışkandır, asla aynı şekilde icra edilmez, aynı anda hem kendine özgü hem de farklıdır ve bu, onun birliğini ve özgünlüğünü tanımlar. Somut olmayan kültürel mirası karakterize eden şey, otantikliğe sahip olmamasıdır. Sürekli ‘yeniden yaratılması’ (2003 Sözleşmesi’nin 2. maddesinde kullanılan bir terim), bir grup ya da toplum içinde farklılaşan uygulamaları, herkes için anlam çeşitliliği, köklülük, sadakat ya da sabitlik olarak düşünülen otantiklik kavramıyla çelişir (Skounti, 2008).

Aktarıldığı gibi konu üzerine yapılan çoğu çalışma, akışkan somut olmayan mirasın, sabit yeni medya araçları içinde korunmasını, bu mirasın özüne aykırı olarak görmektedir. Örneğin, bir performans sanatının ‘somut olmayan’ şeklinde kabul edilmesini sağlayan koşul, performansın doğasındaki geçiciliği elle tutulur bir forma dönüştüren medyada somutlaştırılmamasıdır. Ancak Pietrobruno’ya göre somut olmayan miras ne olursa olsun somut olanla ayrılmaz şekilde iç içe geçmiştir. Örneğin sahne sanatları, fiziksel beden ve zihin aracılığıyla aktarılmış ve saklanmış; eserlerle birleştirilmiş ve belirlenmiş bina ve alanlarda icra edilmiştir. Sayısız somut olmayan miras biçimi, Web 2.0’in katılımcı ve sosyal ortamında video paylaşım sitelerinde yer alan çevrimiçi videolar aracılığıyla korunmakta ve bu durum, somut olmayan mirasın saklanması için resmi olmayan bir araç sağlamaktadır. YouTube’un 2005 yılında kurulması, somut olmayan kültürün yayılmasında bir değişim yaratmıştır. Metin olarak aktarılamayan ya da başka medya çeşitleriyle kayıt altına alınamayan sayısız gösteri sanatı, kullanıcılar ve dans uygulayıcılarının kendileri tarafından online şekilde kaydedilmiştir. YouTube ve diğer video paylaşım sitelerinde yer alan somut olmayan miras koleksiyonu, aynı zamanda sürekli değişim halinde olan canlı bir arşivdir; dolayısıyla depoladığı, belgelediği

ve yaydığı somut olmayan kültürün doğasını yansıtır. Yanı sıra, kullanıcıların kendileri tarafından oluşturulduğundan, bu arşivler durağan değildir. Söz konusu durumla ilgili olarak medya tarihi ve karşılaştırmalı medya çalışmaları profesörü William Uricchio, dijital alan ile somut olmayan kültürlerin geliştiği sözlü koşullar arasında aslında bir yakınlaşma olduğunu belirtir. Her ikisini de "merkezi olmayan, ağa bağlı, işbirlikçi, birikimli, geçici ve dinamik" olarak ifade etmektedir. Bu bağlamda, dünya çapında video paylaşım hizmetleri aracılığıyla somutlaşan somut olmayan mirasın gayri resmi arşivlenmesinin dahil edilmesi, resmi olarak onaylanmış koruma tedbirlerini geliştirebilir ve zenginleştirebilir. Ayrıca, dünyanın somut olmayan kültürlerinin birçoğu, işletmeler, endüstriler ve çeşitli medya biçimleri aracılığıyla dağıtılan somut olmayan sanatlar yoluyla aktarılmaktadır. (Pietrobruno, 2009).

UNESCO'nun Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi (2003), popüler ticari kültürü korunmaya değer somut olmayan miras olarak görmemekte ve Web 2.0 aracılığıyla hali hazırdaki kolektif koruma önlemlerinin oynadığı önemli rolü göz ardı etmektedir. Oysa Skounti'nin aktardığına göre aynı sözleşmede, 'somut olmayan kültürel miras ile somut kültürel ve doğal miras arasındaki köklü karşılıklı bağımlılık' ön plana çıkmaktadır. Ayrıca sözleşme, somut olmayan kültürlerin ifadesinin bir parçası olarak 'araçları, nesnelere, eserleri ve kültürel alanları' da kapsamaktadır. Öyle ki bu durum, maddi ve maddi olmayan, sahne sanatları gibi elle tutulamayan ifadelerde bile her zaman çakışır: Belirli bir dansın hareketleri ve kalıpları insan zihninde ve bedeninde saklanır ve korunur (Skounti, 2008).

Öte yandan yapılan araştırmalar, ticari ve geleneksel olanın sıklıkla kaynaştığını ve bu iki kategori arasındaki ayrımın bulanıklaştığını göstermektedir. Dolayısıyla gelenek ve metalaşma, belirli kültürlerin gelişimi sırasında iç içe geçip birlikte yürümektedir (Pietrobruno, 2009). Benzer bir değerlendirme, UNESCO'nun 2005 yılındaki 'Kültürel İfadelerin Çeşitliliğinin Korunması ve Geliştirilmesi Sözleşmesi'nde yer almaktadır. Sözleşmeye göre kültürel etkinlikler, kimliklerin, değerlerin ve anlamların taşıyıcısıdır ve sadece ticari değer özelliği taşıması bağlamında değerlendirilmemelidir. Sözleşmede yer alan 'Kültürel Etkinlikler, Mallar ve Hizmetler' başlığında ise "Kültürel etkinlikler, mallar ve hizmetler, ticari değeri hesaba katılmaksızın, özel niteliği, kullanımı, amacı bakımından değerlendirildiğinde, kültürel ifadeleri somutlaştıran etkinlikleri, malları, hizmetleri imâ eder. Bunlar, kendi içinde bir son olabileceği gibi, kültürel mal ve hizmetlerin üretimine de katkıda bulunabilir." vurgusu dikkat çekmektedir. Medya çeşitliliğinin kültürel ifadelerin gelişimine olanak tanıdığına da belirtildiği ilgili sözleşmede ayrıca kültürün, süreç içinde çeşitli şekiller alabileceği ve geleneksel bilgi kapsamında özellikle yerli halkın sahip olduklarının somut olmayan kültürel zenginlik kaynağı olarak önemine vurgu yapılmaktadır (Oğuz, 2016).

Somut olmayan kültürel mirası oluşturan unsurların sürdürülebilir olması, korunması için medya araçlarının işlevselliği mi, yoksa daha çok bir riski mi taşıdığı odağında tartışmalar sürerken, sözleşmelerle tanımlanmış, sınırları çizilmiş bu mirasın kimliğinin yönetilmesi üzerine net bir yol haritası oluşturulamamaktadır. Ancak şu söylenebilir ki dijital kültürün hakimiyetinden elbette en başta medya payına düşeni aldığı için bu kültürün ticarileşmesi, kültürel bir endüstriyel çıktıya dönüşmesi hızlanacaktır. Gelişen bilgi iletişim teknolojilerinden, dönüşen medyadan kaçınarak bu mirası yaşatmanın ve sonraki nesillere aktarmanın çok da mümkün olmadığını; sürecin çözüm ve ilerleme şeklinin ise kültürel mirasın geleceğini belirleyeceğini söylemek mümkündür. Bu çerçevede bu bilinmeze Özdemir, şöyle bir katkı sunmaktadır: "Kültürel mirasın kültür endüstrileri için tasarım belleği olarak değerlendirildiği gelişmiş ülkelerde bu türden sorunlar yaşanmamaktadır. Nitekim AB, söz konusu kültürel miras olgusunu, kültür ekonomisi ve endüstrileri bağlamında kabul etmektedir. Böylelikle mirasın oluşturulması, korunması, geliştirilmesi ve yaşanarak yaşatılması mümkün olmaktadır" (Özdemir, 2009).

3. Yöntem

Yapılan araştırmalarda, somut olmayan kültürel mirasın korunması ve yaşatılması sürecinde, özellikle yazılı medya ve radyonun ayrı bir öneme sahip olduğu belirlenmiştir (Özdemir, 2013). Çalışmada, Türkiye'nin somut olmayan kültürel miras unsurlarının, korunması, yaşatılması ve sonraki kuşaklara aktarılması bağlamında internette en çok görüntülenen gazetelerde somut olmayan kültürel miras haberlerine yer verme sıklığı ile en çok yer bulan kültürel unsura ait haberlerde görüntü kullanımı, kullanılan görüntünün niteliği ve 5N1K tekniği kriterleri üzerinden örnek haberlerin biçimsel ve yapısal çerçevesi incelenmiştir. Bu kapsamda internette, sırasıyla en çok görüntülenen yedi gazete olan Hürriyet,

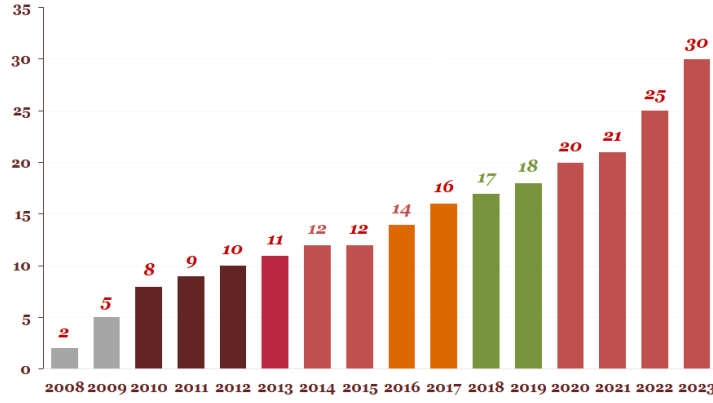
Sabah, Milliyet, Sözcü, Posta, Haber Türk ve Yeni Şafak ele alınmıştır. Çalışmanın zamansal çerçevesi, 2003 Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi kapsamındaki listelerin ilan edildiği 2008 yılı ile Türkiye’de son unsurun listeye dahil edildiği 2023 yılı aralığını kapsamaktadır. Bu yıllar aralığında bazı yıllar birden fazla unsur listeye dahil olurken; bazı yıllar ise listeye herhangi bir kültürel unsur dahil olmamıştır. Nitel araştırma tekniğinin benimsendiği çalışmada veriler, literatür ve doküman analizi yöntemi ile tarihsel bir yaklaşımla incelenmiş ve örnekler üzerinden değerlendirilmiştir. Belirlenmiş bir amaç kapsamında kaynakları toplama, inceleme ve okuma, not etme ve değerlendirme işlemlerini kapsayan (Karasar, 2003) doküman analizi, basılı ve/veya elektronik belgelerin birincil araştırma verisi kaynağı olarak incelenmesi veya değerlendirilmesine yönelik sistematik bir prosedürdür. Anlamı ortaya çıkarmak ve iç görü kazanmak için çeşitli belgelerin toplanmasını, incelenmesini, sorgulanmasını ve analiz edilmesini içeren bilimsel bir araştırma yöntemidir (Sak vd., 2021). İçerik analizi kurallarını takip ederek, aceleci bir nicelleştirme yapmadan, metinlerin iletişim bağlamları içinde kontrollü bir analizini içerir. Bu yöntem, metinlerin anlamının inşasında ve metinlerde araştırmacının rolünü vurgular (Dominguez-Cancino vd., 2020). Anderson’un aktardığına göre doküman analizinin literatür taraması olarak algılandığı bazı değerlendirmeler olsa da alan yazın ya da literatür taraması gerçekleştirmek, bir doküman analizi yapmak demek değildir. Alan yazın taraması, bir problem çerçevesinde verilerin elde edilmesi, öneminin tartışılması, problemle ilişkisinin yapılandırılması ve toplanan bilginin sınıflandırılması süreçlerini kapsamaktadır. Doküman analizi yöntemi ise alan yazın taramasını da kapsayan tek başına, özgün bir araştırma yöntemidir (Sak vd., 2021). Bir çalışmanın parçası olarak sistematik değerlendirme için kullanılacak belgeler çeşitli şekillerde olabilir. Bunlar arasında toplantı tutanakları, yapılan sözleşmeler, kılavuzlar, kitaplar ve broşürler, günlükler ve dergiler, etkinlik programları, mektuplar, haritalar ve çizelgeler, gazeteler (kupürler/makaleler), basın bültenleri, radyo ve televizyon program senaryoları, reklamlar, örgütsel veya kurumsal raporlar ve çeşitli kamu kayıtları, karalama defterleri ve fotoğraf albümleri de araştırma için malzeme sağlayabilir. Doküman analizi, gözden geçirme (yüzeysel inceleme), okuma (ayrıntılı inceleme) ve yorumlamayı içerir. Araştırmadaki rolünün ağırlıkta olması dolayısıyla araştırmacının, ilgili bilgileri belirlemek ve ilgili olmayanlardan ayırma tutumunu incelikli şekilde gözetmesi gerekmektedir (Bowen, 2009).

Ayrıca, Türkiye’nin Somut Olmayan Kültürel Miras Listesinde yer alan unsurların internette en çok görüntülenen Hürriyet, Sabah, Milliyet, Sözcü, Posta, Haber Türk ve Yeni Şafak gazetelerinde yer alma sıklığına dair veriler, Python programlama dili kullanılarak gerçekleştirilen web kazıma (web scraping) tekniğiyle tarama yapılarak elde edilmiştir. Başlıklarda bu unsurların adının geçtiği haberler belirlenerek elde edilen veriler CVS dosyasına kaydedilmiş ve analiz için hazırlanmıştır.

4. Bulgular

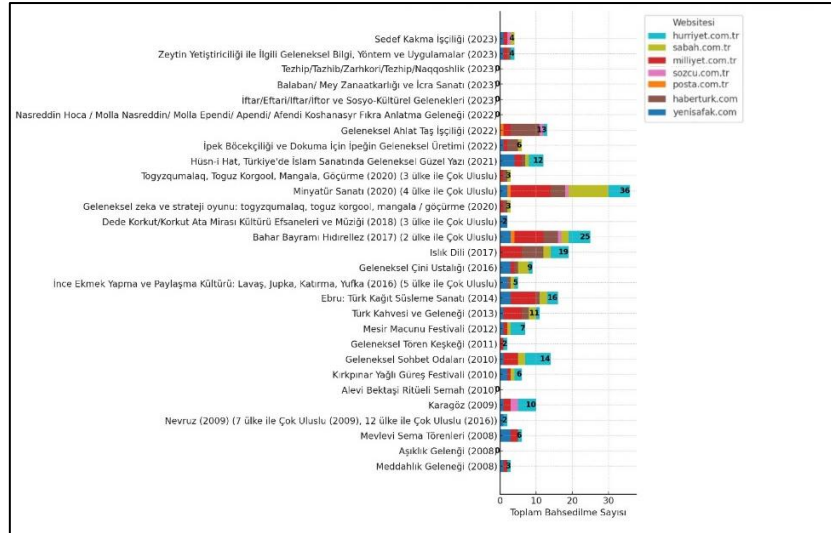
4.1. Türkiye’nin Somut Olmayan Kültürel Miras Unsurlarının Gazetelerin İnternet Yayınlarına Yansması

Pek çoğu sözlü kültüre ait olan somut olmayan kültürel miras açısından Türk dünyası, epey zengindir. Ancak Oğuz’a göre Türkiye, farklı nedenler dolayısıyla çok sayıdaki bu kültürel mirasını son zamanlarda ne kent yaşantısına ne eğitim alanına ne de medyaya taşıyabilmiştir. Pek çok referans kaynağı bu nedenle yitip gitmiş; kitle kültürüne ait örnekler onların yerini almıştır. Pamuk Prenses Nardaniye Hanım’ın yerini; Robin Hood Köroğlu’nun yerini; Romeo ve Juliet Kerem ile Aslı’nın yerini; Noel Baba Boz Atlı Hızır’ın yerini almıştır. Bu örnekler, hem ifade çeşitliliği hem de somut olmayan kültürel mirasın yok oluşuyla karşı karşıya kalındığını ve kültürel ifade çeşitliliğinin korunmasının, somut olmayan kültürel mirasın yaşatılmasına bağlı olduğunun kanıtıdır (Oğuz, 2009).



Şekil 2. UNESCO Somut Olmayan Kültürel Miras Listesi-Türkiye
Oğuz, M.Ö. Kültürel Miras ve Koruma, 2023, Eskişehir

UNESCO’nun 2003 Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi kapsamında Türkiye’nin ilk yazımları, Hükümetler Arası Komite’nin 2008 yılında İstanbul’da gerçekleşen Üçüncü Olağan Toplantısı’nda Somut Olmayan Kültürel Miras Temsili Listesi’ne alınmasıyla gerçekleşmiştir. Türkiye’nin, Aralık 2023 tarihi itibarıyla bu listeye kayıtlı olan 30 unsuru yer almaktadır (UNESCO Türkiye Milli Komisyonu, t.y.).



Şekil 3. Gazetelerin İnternet Sayfalarında Somut Olmayan Kültürel Miras Unsurlarının Yer Alma Sıklığı

Başlangıcından günümüze dek Türkiye’nin somut olmayan kültürel miras listesine dahil olan unsurlarının, sırasıyla en çok görüntülenen Hürriyet, Sabah, Milliyet, Sözcü, Posta, Haber Türk ve Yeni Şafak gazetelerinde yer alma sıklığını gösteren şekil incelendiğinde, doğrusal olmayan bir görünümle karşılaşmaktayız. İlk unsur olarak 2008 yılında listede yer alan Meddahlık Gelenegi, 1’er haberle sadece 3 gazetenin internet sayfasında haber olurken; aynı yıl listeye giren Aşıklik Gelenegi ise bu gazetelerin internet sayfalarında yer bulamamıştır. Benzer bir durum 2010 yılında listeye giren Alevi Bektaşî Ritüeli, 2022’deki Nasreddin Hoca Fıkra Anlatma Gelenegi ile 2023’te listeye dahil olan üç ayrı unsur, İftar Sosyo-Kültürel Gelenekleri, Balaban/Mey Zanaatkarlığı-İcra Sanatı ve Tezhip de en çok görüntülenen gazetelerin internet yayınları tarafından görülmemiştir. Böylece, Türkiye’nin şimdiye dek somut olmayan kültürel miras listesinde yer alan unsurlarından altısının söz konusu gazetelere hiç yansımadağı söylenebilir. Bu gazetelerde en fazla yer bulan 2020 yılında listeye giren Minyatür Sanatı kültürel unsuru olmuştur. Minyatür sanatı ile ilgili haberler, Milliyet ve Sabah’ta 11’er kez; Hürriyet’te 6; Haber Türk’te 4; Yeni Şafak’ta 2 ve Sözcü ile

Posta gazetelerinin internet yayınlarında ise 1’er kez olmak üzere 2020 yılı süresince toplamda 36 defa yer almıştır.

Somut olmayan kültürel miras unsurlarından Minyatür Sanatının listeye girdiği 2020 yılı boyunca, bu gazetelerin internet sayfalarındaki 36 haber incelendiğinde, UNESCO Somut Olmayan Kültürel Miras Listesine dünya mirası olarak kabulü ile bağlantılı olarak sadece 5 habere yer verildiği görülmektedir. Bu kapsamdaki haberlerden 2’si Haber Türk’te; 1’i Hürriyet’te; 1’i Sabah’ta; 1’i Milliyet’te yer bulmuştur. Diğer 31 haber ise 2020 yılı süresince gazetelerin daha çok kültür sanat servislerince hazırlanan minyatür sanatı ile ilgili Türkiye’nin çeşitli yerlerinde açılan sergi haberlerinden oluşmaktadır. Gazetelerde en çok görülen bu kültürel unsura ait haberlerde görüntü kullanımı, kullanılan görüntünün niteliği ve 5N1K tekniği kriterleri üzerinden haberlerin biçimsel ve yapısal çerçevesi incelenmiştir.

Haber Türk’e yansıyan iki haberden 16 Aralık 2020 tarihli olan, “Bakan Ersoy: Minyatür, bir dünya mirası olarak UNESCO listesine kaydedildi” başlığıyla yer almaktadır (Haber Türk Gazetesi, 2020a) . Haberde kullanılan orta düzey nitelikteki tek fotoğrafta, minyatür sanatı icra eden bir elin çizmekte olduğu eser yer almaktadır. Başlığı ve metni, Kültür ve Turizm Bakanı Mehmet Nuri Ersoy’un Twitter hesabından yaptığı açıklamaları üzerinden şekillenen haberin, 5N1K tekniği gözetilerek oluşturulduğu görülmektedir. Minyatürün, Türkiye’nin moderatörlüğünde Azerbaycan, İran ve Özbekistan’ın ortak dosyası olarak UNESCO’ya gönderilen bir klasik Türk süsleme sanatı olduğu ve diğer ülkelerde de sevinçle karşılandığı vurgusu haberde öne çıkarılmaktadır.

Haber Türk’e yansıyan ikinci haber ise sonraki gün 17 Aralık 2020 tarihine ait, “Minyatür sanatı UNESCO’ya kaydedildi” başlığıyla yer almaktadır (Haber Türk Gazetesi, 2020b). Fotoğraf olarak 2’si tarihi dönemlere ait 4 ayrı orta üstü nitelikte görselin kullanıldığı haberin, Dışişleri Bakanlığı’nın yaptığı yazılı açıklama üzerine inşa edildiği görülmektedir. 5N1K tekniğine uygun oluşturulan haberde, Türkiye’nin Somut Olmayan Kültürel Miras Listelerinde kayıtlı kültürel unsurlarının sayısının 19’a yükseldiği ve geçmişten gelen zengin kültürel değerleri koruma, yaşatma ve tanıtmaya kararlılığında bulunduğu vurgulanmaktadır. Haberin sonunda, minyatür sanatının ne olduğu, nasıl icra edildiğine dair de ayrıca detaylı bilgiye yer verilmektedir.

İlgili kültürel miras unsuru, Hürriyet gazetesinin 18 Aralık 2020 tarihli internet yayınında ise “Dünya Kültür Mirası: Mangala ve Minyatür” başlığıyla yer bulmaktadır (Hürriyet Gazetesi, 2020). Haber başlığı, Minyatür Sanatının listeye dahil olmasını izleyen günlerde, Geleneksel Zekâ ve Strateji Oyunu: Mangala/Göçürme adıyla listeye dahil olan 2020 yılının diğer kültürel mirasına da aynı haberde yer verildiğini göstermektedir. Haberde hem mangalaya hem de minyatüre ait iki ayrı orta düzey nitelikte görsel kullanılmaktadır. Minyatür sanatına ait görsel, Haber Türk’te 16 Aralık 2020 tarihinde yer verilen görselle aynıdır. Haber, Kültür ve Turizm Bakanı Mehmet Nuri Ersoy’un yine Twitter hesabından iki gün arayla yaptığı paylaşımlar üzerinden şekillendirilmiştir. Ersoy’un paylaşımlarından kısa alıntılarının bulunduğu haberin, her iki kültürel unsur için de 5N1K tekniğine uygun şekilde oluşturulduğu görülmektedir.

Sabah gazetesinin internet sayfasında ise haber, “Minyatür sanatı UNESCO listesinde” başlığıyla 17 Aralık 2020 tarihinde yer bulmuştur (Sabah Gazetesi, 2020). Haber Türk’te 16 Aralık 2020 tarihinde yayınlanan haberle aynı görselin kullanıldığı haber, Turizm Bakanı Mehmet Nuri Ersoy’un açıklamalarının kısıtlı bir kısmına yer vererek oluşturulmuştur. Haberde ayrıca 5N1K unsurlarından ne zaman? ve neden? sorularının yanıtları yer almamaktadır.

Minyatür sanatının UNESCO Somut Olmayan Kültürel Miras Listesine kabulüne ilişkin bir diğer haber ise 16 Aralık 2020 tarihli Milliyet gazetesinin internet sayfasında yayınlanmıştır. “Bakan Ersoy: Minyatür sanatı artık bir dünya mirası” başlığında ve Bakan Mehmet Nuri Ersoy’a ait orta altı nitelikte bir fotoğrafla verilmiştir (Milliyet Gazetesi, 2020) . Yine, Kültür ve Turizm Bakanı Ersoy’un açıklamalarının sınırlı bir kısmı ve Dışişleri Bakanlığında yapılan açıklamalar doğrultusunda oluşturulan haberde, 5N1K unsurlarının tümüne yer verildiği görülmektedir.

Türkiye’nin Somut Olmayan Kültürel Miras Listesine 2020 yılında dahil olan ‘Minyatür Sanatı’ başlıklı unsurun, internette en çok görüntülenen 7 gazetenin 4’ünde yıl boyunca konuyla bağlantılı şekilde 5 defa haber olarak yer bulduğu görülmektedir. İncelendiği üzere, aynı gazetede art arda iki gün farklı haber kaynaklarına göre işlenen haber, diğer yayınlarda da yine Kültür ve Turizm Bakanı’nın Twitter hesabından yaptığı açıklama ile Dışişleri Bakanlığının açıklamaları üzerinden yapılandırılmıştır. Gazetelerin, İhlas

Haber Ajansı’ndan servis edilen haberi kısaltarak kullandıkları; sadece Haber Türk’ün daha ayrıntılı şekilde yer verdiği ve ayrıca haberin devamında minyatür sanatı ile ilgili de detaylı bir değerlendirme yaptığı görülmektedir. Gazetelere yansıyan haberlerin çoğunda 5N1K tekniğinin gözetildiği; ancak Sabah gazetesinin haberinde, eksik bırakıldığını söylemek mümkündür. Haberlerin görsel kullanımı, habere konu olan minyatür sanatı ile ilgili olmakla beraber Haber Türk’ün ikinci haberi haricinde orta düzey ya da orta altı nitelikte ve tek fotoğrafla sınırlı kalmıştır. Milliyet gazetesindeki haberin görselinde ise habere konu olan minyatür sanatı yerine, açıklamalarına yer verilen Turizm Bakanı Ersoy’a ait orta altı nitelikte bir fotoğraf tercih edilmiştir.

Özellikle diğer unsurlara ait haberlerin gazetelere daha düşük oranlarda yansıması (hem UNESCO Somut Olmayan Kültürel Miras Listesine kabulü dolayısıyla hem de bütün bir yıl boyunca farklı nedenlerle haber olması), ilgili listeye kabul gören kültürel unsurlardan minyatür sanatının, listede yer alan birkaç unsurla birlikte günlük hayatta insanların belki de en çok duyduğu, bir şekilde aşına olduğu kültürel miras olması göz önünde tutulduğunda, gazetelerin de yer verme sıklığı bakımından benzer bir yaklaşımda bulunduğunu söylemek yanlış olmaz. Günümüz teknolojilerinin işlevsel ve akılcı kullanımıyla bu mirasın korunması ve aktarımı için dijital bilgi ve belgelere dönüştürülüp geliştirilmesi ve paylaşılması insanlığın kültürel tarihi bakımından elbette önem arz etmektedir (Özdemir, 2013). Dijital medya mecraları düşünüldüğünde, en çok görüntülenen internet yayını olan gazetelerde bu unsurlara ait haberlerin daha ayrıntılı, bağlamıyla ilişkisi kurulmuş, kullanılacak görsel üzerine düşünülmüş, temel 5N1K tekniğinin gözetilerek oluşturulduğu, haber ajanslarınca servis edilen rutin haberlerden ayrı tutularak yapısal ve içeriksel bakımdan üzerinde çalışılan haberler olması gerekmektedir.

Gazetelerde yer alan bu haberlerin de dijital medyada birer kaynak olduğu düşünüldüğünde, genç kuşakların kullanıcısı olduğu öbür mecralara da temel içerik sağlayıcısı olması, bu mirasın aktarımında gazetelerin daha fazla sorumluluk üstlenmesini gerektirmektedir. Bu kültürel mirasın dijital medya aracılığıyla tanıtımı ve aktarımı, kültürün metalaşması, orijinal halini yitirmesi ya da geleneğin bir anlamda sabote edilmesi değerlendirmelerinin ötesinde, bu hassasiyete eşlik edecek gerekli özeni gösterme çabasını da zorunlu kılmaktadır. Yoksa, geleneklerini ucundan kıyısından seyirci olarak yakalamış günümüz orta yaş kuşağı ile neredeyse hiç yaşamamış olan yeni nesillerin şimdilerin yükselen trendi olmasından kaynaklı, çeşitli coğrafyalarda geleneksel yaşamı arama ve deneyimleme motivasyonları da zaten hali hazırda içinde yaşadığımız kapitalist dünyanın dayattığı kültür endüstrisinin, pazarladığı ve sattığı moda yaşam tarzından başka bir şey değildir.

5. Sonuç

UNESCO’nun 17 Ekim 2003 tarihinde kabul edilen Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi’nin ardından Türkiye’nin ilk yazımları, Somut Olmayan Kültürel Miras Temsili Listesine alınmasıyla 2008 yılında gerçekleşmiştir. Aralık 2023 tarihi itibarıyla Türkiye’nin bu listeye kayıtlı 30 unsuru bulunmaktadır. Söz konusu sözleşme, çoğu sözel olan ve insan ölümleri sonrası yitip giden bu mirasın korunması, yaşatılması ve özellikle de yeni nesillere aktarılması ile sürdürülebilir devamlılığı açısından büyük önem taşımaktadır. Sözlü anlatımlar, toplumsal uygulamalar, şölen ve ritüeller, gösteri sanatları, el sanatları geleneği, doğa ve evrenle ilgili uygulamalardan oluşan bu somut olmayan kültürel miras unsurlarının yaşatılması ve korunup aktarılmasında medya da önemli bir paydaş olarak tartışmaların odağında yer almıştır. Ancak somut olmayan kültürel mirasın medya aracılığıyla kuşaktan kuşağa aktarımı ve korunması konusu, bu mirasın kendine has özellikleri kapsamında şekillenen tanımı gereği, kültür endüstrilerinin parçası olan medya araçlarıyla teması sonrası, popülerliğinin artması, yozlaşması, değerinin azalması ve içinin boşaltılması süreçleriyle geleneğin bir parçası olmaktan çıkıp ticari bir meta olarak pazarlanması sonucunu doğuracağı endişesiyle hep bir arada yürümüştür. Uzun sürelerdir maruz kalınan küreselleşme, dünyada parmak izi kadar benzersiz olan kültürlerin tek tipleşme tehlikesini beraberinde getirmiştir. İfade çeşitliliğinin yok olduğu, derinliksiz, tek tip, standartlaşmış yaşamların egemen olduğu, kültürel çeşitliliğin yitip gittiği, kültür endüstrilerine teslim olmuş bu evrende, somut olmayan kültürel mirası bu endüstrinin kontrolünde işleyen basın, televizyon, internet, sinema gibi medya araçları vasıtasıyla koruma altına almak, uzunca süredir birbiriyle çelişen bir sürecin yaşanmasına neden olmaktadır.

Bu taban tabana zıt olan çıkmazda, günümüz dijital dünyası ise risklerin yanı sıra bazı fırsatlar da sunmaktadır. Temel anlayışı, tek tip yaşam şeklinin hızla yaygınlaşması ve böylelikle homojenleşmiş küresel kültüre her adımda daha da yaklaşmak olan dijital medyada, farklı kültürlerin zaman ve mekândan bağımsız şekilde dijital uzamda karşılaşmasındaki etki gücü ve hızı tartışmasızdır. Dolayısıyla, iletişimin dijitalleşmesi aslında, medya ve kültür endüstrilerinin kültürler üzerindeki erozyonunu hızlandıracaktır. Ancak gelişen bilgi iletişim teknolojilerinden, dönüşen medyadan kaçınarak bu mirası yaşatmanın ve sonraki nesillere aktarmanın çok olanaklı olmadığını da söylemek mümkündür. Anılan mirasın dijitalleşme ile olan zorunlu ilişkisi kapsamında daha önce yapılmış “Küreselleşme Kapsamında İletişim Teknolojileri ve Somut Olmayan Kültürel Miras İlişkisi” başlıklı çalışmanın sonuçları da göstermektedir ki, somut olmayan kültürel mirasın dijital ortama taşınması ve bu yöntemle yaşatılması adına politikalar geliştirilse bile, sürdürülmesi usta çıkar ilişkisine dayanan gelenekler ve bu geleneğin aktarıcıları olan yaşayan insan hazinelerinin dijital ortamda yaşatılmaması, sorunu tamamen çözmeyecektir (Rzayeve, 2018).

Bu noktada aslında, UNESCO’nun kültürel miras ve ifade çeşitliliğini kapsayan sözleşmelerinde de medyanın, mirasın korunması ve yaşatılması yönünde paydaş olarak anıldığı; medya çeşitliliğinin kültürel ifadelerin gelişimine olanak sağladığı yönünde yer alan ifadelerin yanı sıra sadece ticari özellik taşıması yönünde bir değerlendirme yapılmaması gerektiği belirtilmektedir.

Sözleşme kapsamında 16 yıldır varlığını sürdüren, günümüzde sayısı 30’a ulaşan Türkiye’nin somut olmayan kültürel miras unsurlarının, dijitalleşen medya aracılığıyla gelecek kuşaklara aktarımı ve korunarak yaşatılmasında belki de ilk incelenecek mecra ise internet yayını olan gazetelerdir. Bu miras üzerine yapılan haberler ve bu haberlerin gazetelerin internet sayfalarında nasıl, ne sıklıkta, hangi kapsamda yer aldığı ile haberlerdeki görsel kullanımı, kullanılan görselin niteliği gibi kriterler üzerinden örnek haberlerin biçimsel ve yapısal çerçevesinin incelenmesiyle ortaya çıkan ilk sonuç, Türkiye’nin internette sırasıyla en çok görüntülenen Hürriyet, Sabah, Milliyet, Sözcü, Posta, Haber Türk ve Yeni Şafak gazetelerine yansımalarının doğrusal bir görünüm sunmamakla birlikte, yıllar içinde belli bir gelişim de kaydetmemiş olduğudur. Listeye kabul edilen 30 adet kültürel unsurdan 6’sı, yine yıllar arasında herhangi ilişkisel bir anlam ifade etmeyecek şekilde en çok görüntülenen bu gazetelerin hiçbirinde haber olmamıştır.

Listeye eklendiği 2020 yılı boyunca söz konusu gazetelerde 36 kez haber olan minyatür sanatı haberleri çalışma kapsamında detaylı olarak incelenmiştir. Bu haberlerden 5’i minyatür sanatının UNESCO somut olmayan kültürel miras listesine kabulü ile ilgili haberlerken; diğer 31 haberin ise çeşitli yerlerde yıl boyunca açılmış minyatür sergisi haberleri olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Ayrıca, ilgili 5 haber, çalışma kapsamında incelenen 7 gazeteden 4’üne yansımıştır.

Konuyla ilgili bu 5 haber, söz edilen kriterler kapsamında incelendiğinde, haberlerin ajanslardan gelen içerikle sınırlı tutulduğu; hatta çoğunda birkaç satırla ve kısaltılarak verildiği görülmektedir. Ajanstan servis edilen haberde ise Kültür ve Turizm Bakanı Mehmet Nuri Ersoy’un konuyla ilgili olarak Twitter hesabından yaptığı açıklamaya yer verilmektedir. Sadece bir haberin sonunda minyatür sanatının ne olduğu ve nasıl icra edildiğine yönelik bir içerik oluşturulurken; başka bir haberde ise 5N1K tekniği dahi gözetilmemiştir. Haberlerdeki görsel kullanımı da 3 haberde sadece ajanstan haberle birlikte servis edilen fotoğrafın kullanımıyla sınırlıyken; sadece içeriği detaylandırılmış tek haberin görsel kullanımında minyatür sanatının farklı eserlerde icrasına yönelik olarak dört ayrı fotoğrafa yer verilmiştir. Geriye kalan diğer haberin görseli ise minyatür sanatı ile ilgili değil; haberlerin içeriğini şekillendiren açıklamaların sahibi Bakan Ersoy’a ait bir fotoğraf olmuştur.

Kültürel miras üzerine bir bellek oluşturmaktan çok uzak olan bu haber içerikleri ile ilgili konuya gazete yayınlarının yer verme eğilimi/sıklığı göstermektedir ki kültürel mirasın aktarımı ve korunup yaşatılması bağlamında, doğal olarak özellikle genç nesillere ulaşmayı amaçlayan bir bakış açısı söz konusuysa, öncelikli medya mecralarından ilkinin, takipçisi çok olan, tanınmış dijital gazeteler olduğunu söylemek mümkündür. Hedefteki genç kuşağın ilgisinin ve kullanımının daha yoğun olduğu diğer medya mecralarına da kaynak sağladığı gerçeğinden hareketle gazetelerin ve gazetelere yansıyan haberlerin, bu kapsamdaki rolü ve sorumluluğu önemlidir.

Ortaya çıkan bu tablo etrafında düşünüldüğünde, günümüz teknolojisinin merkezinde gelişen ve dönüşen medyayı yok sayarak bu mirası yaşatmak ve sonraki nesillere aktarmak çok mümkün görünmemektedir. Öte yandan, insanlığın somut olmayan kültürel mirasının medya mecralarınca yaşatılıp

gelecek nesillere aktarımının, medyanın önemli bir işleve sahip olduğu kültür endüstrisi sorunu dolayısıyla tehlike arz etmesi, bu mirasın daha çok sözel kültür, gelenek ve uygulamalardan oluşması nedeniyle de medya mecralarıyla somutlaşacağı ve bu durumun ise sözü edilen mirasın özüne aykırı olduğu yönündeki tartışmalar devam ederken; daha temel bir sorunun varlığı sonuç olarak ortaya çıkmıştır. Bu sorun, gelişen, dönüşen dijital medyada somut olmayan kültürel mirasın yer bulamaması; bulunduğu ise korunması ve yaşatılması kapsamında gerekli olan hassasiyet, planlama ve özenin eksik olduğu bir habercilik anlayışının medyada hâkim olmasıdır.

6. Extended Abstract

In this study, which deals with the function of media tools, which are one of the main elements in the existence and dominance of the culture industry, in the survival and preservation of the traditional and the threats and opportunities created / to be created by this function, the media, which is functional in the culture industry dominated by capitalist relations, 2003 UNESCO Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage (UNESCO Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage), which consists of oral narratives, social practices, feasts and rituals, performing arts, handicraft traditions, practices related to nature and the universe, is its use for the protection and preservation of intangible cultural heritage a threat or an opportunity? is the problem of this article. The study, which aims to reveal the stage that this controversial situation of the media has reached in the past sixteen years and especially its functional place in today's digitalized media, is important in terms of being a research on the frequency and form of reflection of all the elements that constitute this heritage in the most viewed digital newspapers in Turkey.

In the sustainability of these cultural heritage values, which are still alive but whose lifespan is limited to human life and which mostly consist of verbal forms, transferring them to younger generations is a conservation and preservation strategy that is particularly emphasized. In this context, the role of education and the media comes to the fore. One of the points of discussion is that the processes of preservation and transmission of intangible cultural heritage through media tools will render it tangible, since it is a heritage consisting mostly of oral culture, traditions and practices, and therefore it is a protection method contrary to the nature of this heritage. The other issue that constitutes a large part of the discussions is the dilemma of the culture industry, which has so far failed to reach a clear conclusion and decision.

In this context, the discussions centered on the fact that the media channels operating within the cultural industry will erode this heritage, that it will be consumed in the form of a commodity like everything else and become a popular mass culture product, and that it will cause it to lose its essence and disappear rather than being preserved and kept alive, have been examined and evaluated through examples with a historical approach and with the method of document and literature analysis within the scope of both UNESCO conventions and national and international research conducted in this field. In this table, in order to evaluate how the digitalized media is put to work and the nature of its function, data on the frequency of the elements included in Turkey's Intangible Cultural Heritage List in *Hürriyet*, *Sabah*, *Milliyet*, *Sözcü*, *Posta*, *Haber Türk* and *Yeni Şafak* newspapers, which are the most viewed on the internet respectively, were obtained by scanning with the web scraping technique using the Python programming language.

It is observed that the item titled 'Miniature Art', which was included in Turkey's Intangible Cultural Heritage List in 2020, was covered 5 times throughout the year in 4 of the 7 most viewed newspapers on the internet. As analyzed, the news was covered in the same newspaper on two consecutive days according to different news sources, and in other publications, it was structured through the statement made by the Minister of Culture and Tourism on his Twitter account and the statements of the Ministry of Foreign Affairs. It is observed that the newspapers abbreviated and used the news provided by İhlas News Agency; only Haber Türk covered the news in more detail and also made a detailed evaluation of the art of miniature in the continuation of the news. It is possible to say that the 5N1K technique was observed in most of the news reflected in the newspapers; however, it is possible to say that it was left incomplete in the news of Sabah newspaper. The use of visuals in the news articles, although related to the art of

miniature art, was limited to a single photograph and of medium or below medium quality, except for the second news article of Haber Türk. In the visuals of the news article in Milliyet newspaper, instead of the miniature art that is the subject of the news, a below-average photograph of Tourism Minister Ersoy, whose statements were included, was preferred. The most important result of the study is that beyond the fact that the media poses a risk or an opportunity for the protection of cultural heritage, this heritage does not find enough space in digital media, and when it does, it is dominated by an understanding that lacks the planning, sensitivity and care required for its protection and preservation.

Keywords: Intangible Cultural Heritage, Culture Industry, UNESCO.

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.

Kaynakça

- Adorno, T. W. (2008). *Kültür Endüstrisi Kültür Yönetimi* (N. Ünler, M. Tüzel, & E. Gen, Çev.). İletişim.
- Anttonen, P. J. (2005). *Tradition through Modernity Postmodernism and the Nation-State in Folklore Scholarship*. Finnish Literature Society / SKS. <http://library.oapen.org/handle/20.500.12657/32113>
- Bowen, G. A. (2009). Document Analysis as a Qualitative Research Method. *Qualitative Research Journal*, 9(2), 27-40. <https://doi.org/DOI.10.3316/QRJ0902027>
- Çaycı Berk, & Karagülle, A. E. (2016). İletişimin Dijitalleşmesi ve Kültürel Melezleşme. *Global Media Journal TR Edition*, 6(12), 570-586.
- Çelepi, M. S. (2016). Somut Olmayan Kültürel Miras ve Üniversite Gençliği. *Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3(3), 15-35.
- Dominguez-Cancino, K. A., Palmieri, P. A., & Martinez-Gutierrez, M. S. (2020). National Health Policy Reform for Primary Care in Chile: A Qualitative Analysis of the Health Program Documents. *Journal of Primary Care & Community Health*, 1/15(11), 1-15. <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/2150132720924884>
- Gündüz Alptürker, Ü., Gök, T., & Alptürker, H. (2021). Somut Olmayan Kültürel Miras Farkındalığının Bilinirlik ve Deneyimleme Açısından Değerlendirilmesi. *Milli Folklor Dergisi*, 17(132), 16-31.
- Haber Türk Gazetesi. (2020a). *Bakan Ersoy: Minyatür, bir dünya mirası olarak UNESCO listesine kaydedildi*. <https://www.haberturk.com/bakan-ersoy-minyatür-bir-dunya-mirasi-olarak-unesco-listesi-ne-kaydedildi-2905956>
- Haber Türk Gazetesi. (2020b). *Minyatür sanatı UNESCO'ya kaydedildi*. <https://www.haberturk.com/minyatür-sanati-unesco-ya-kayit-edildi-2906201>
- Hürriyet Gazetesi. (2020). *Dünya Kültür Mirası: Mangala ve Minyatür*. <https://www.hurriyet.com.tr/kitap-sanat/dunya-kultur-mirasi-mangala-ve-minyatür-41691772>
- Karasar, N. (2003). *Bilimsel Araştırma Yöntemi: Kavramlar, İlkeler, Teknikler*. Nobel Akademik Yayıncılık.
- Kurin, R. (2004). Safeguarding Intangible Cultural Heritage in the 2003 UNESCO Convention: A critical appraisal. *Blackwell Publishing*, 56(1-2), 66-76. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000135852>
- McChesney, R. W. (2004). The New Global Media. İçinde D. Held & A. McGrew (Ed.), *The Global Transformations Reader* (2. bs). Polity Press.
- Mejuyev, Vadim. (1987). *Kültür ve Tarih*. Toplumsal Dönüşüm Yayınları.
- Milliyet Gazetesi. (2020). *Bakan Ersoy: Minyatür sanatı artık bir dünya mirası*. <https://www.milliyet.com.tr/siyaset/bakan-ersoy-minyatür-sanati-artik-bir-dunya-mirasi-6381560>
- Mutlu, E. (2004). Popüler Kültürü Eleştirmek. *Doğu Batı*, 15, 11-42.
- Oğuz, M. Ö. (2009). Somut Olmayan Kültürel Miras ve İfade Çeşitliliği. *Milli Folklor Dergisi*, 82, 6-12.
- Oğuz, M. Ö. (2016). *Somut Olmayan Kültürel Miras Nedir?* Geleneksel Yayıncılık.
- Oskay, Ü. (2014). Popüler Kültürün Toplumsal ve İdeolojik İşlevleri Üzerine. İçinde *Yıkanmak İstemeyen Çocuklar Olalım*. İnkilap.
- Özdemir, N. (2009). Kültür Ekonomisi ve Endüstrileri ile Kültürel Miras Yönetimi İlişkisi. *Milli Folklor Dergisi*, 21(84), 73-86.
- Özdemir, N. (2013). SOKÜM, Medya ve Yeni Teknolojiler. İçinde M. Ö. Oğuz, E. Ölçer Özünel, & S. Gürçayır Teke (Ed.), *Somut Olmayan Kültürel Mirasın Geleceği-Türkiye Deneyimi*. Grafiker.
- Özlem, D. (2000). *Kültür Bilimleri ve Kültür Felsefesi*. İnkilap.
- Pietrobruno, S. (2009). Cultural Research and Intangible Heritage. *Hosted by Linköping University Electronic Press*, 1, 227-247. <http://www.cultureunbound.ep.liu.se>
- Rzayeva, S. (2018). Küreselleşme Kapsamında İletişim Teknolojileri ve Somut Olmayan Kültürel Miras İlişkisi. *Asya'dan Avrupa'ya Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 5, 45-55.
- Sabah Gazetesi. (2020). <https://www.sabah.com.tr/kultur-sanat/2020/12/17/minyatür-sanati-unesco-listesinde>
- Sak, R., Şahin Sak, İ. T., Öneren Şendil, Ç., & Nas, E. (2021). Bir Araştırma Yöntemi Olarak Doküman Analizi. *Kocaeli Üniversitesi Eğitim Dergisi*, 4(1), 227-250. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/1456954>

- Skounti, A. (2008). *The authentic illusion Humanity's intangible cultural heritage, the Moroccan experience*. 75-92.
- Stuart, H. (2014). Yerel ve Küresel: Küreselleşme ve Etniklik (H. Tuncel, Çev.). *Mülkiye Dergisi*, 38(2), 133-150.
- Tomlinson, J. (2020). *Kültürel Emperyalizm* (E. Zeybekoğlu, Çev.). Ayrıntı.
- UNESCO. (2003). *Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi* (M. Ö. Oğuz & Y. Özay, Çev.). <https://ich.unesco.org/doc/src/00009-TR-PDF.pdf>
- UNESCO Türkiye Milli Komisyonu. (t.y.). *UNESCO Somut Olmayan Kültürel Miras Listelerinde Türkiye*. Geliş tarihi 07 Nisan 2024, gönderen <https://www.unesco.org.tr/Pages/126/123/UNESCO-Somut-Olmayan-K%C3%BClt%C3%BCrel-Miras-Listeleri>
- Wallerstein, I. (2016). *Tarihsel Kapitalizm* (N. Alpay, Çev.). Metis.
- Williams, R. (2005). *Anabtar Sözcükler: Kültür ve Toplumun Sözyarlığı* (S. Kılıç, Çev.). İletişim.

E-Wom'un Tekrar Satın Alma Niyetine Etkisi

Vasviye Özlem AKGÜN* 
Hulusi Can ALTAY** 

ÖZ

E-Wom (elektronik ağızdan ağıza iletişim), müşterilerin bir mal ya da hizmetle ilgili birbirlerine önerilerde bulunmasını ve deneyimlerini paylaşmasını sağlayan bir pazarlama aracıdır. E-Wom ile gerçekleştirilen bir pazarlama faaliyeti, müşteri memnuniyetini artırabilmekte ve tekrar satın alma niyetini güçlendirebilmektedir. Yapılan bu çalışmanın amacı; E-Wom'un, tekrar satın alma niyetine olan etkisinin ampirik bir araştırma ile ortaya konulmasıdır. Çalışma kapsamında E-Wom ve tekrar satın alma niyeti gibi temel kavramlar teorik bir bakış açısıyla ele alınmış, konuyla ilgili ulusal ve uluslararası literatürde yer alan bazı çalışmalara değinilmiştir. Çalışmanın uygulama bölümünde ise Konya ilinde online alışveriş sitesi kullanan 394 kişiyle gerçekleştirilen anket verilerinin, analiz ve yorumlarına yer verilmiştir. Elde edilen istatistiksel veriler, E-Wom ve tekrar satın alma niyeti arasında pozitif ve orta düzeyde bir ilişki olduğunu göstermektedir. Ayrıca E-Wom'un alt değişkenleri olan görüş verme ve görüş aktarmanın tekrar satın alma niyetini etkilemediği, görüş alma alt değişkeninin ise tekrar satın alma niyeti üzerinde bir etkisinin olduğu bulgusu elde edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: E-Wom, Elektronik Ağızdan Ağıza İletişim, Elektronik Ağızdan Ağıza Pazarlama, Tekrar Satın Alma Niyeti, Tüketici

The Effect of E-Wom on Repurchase Intention

ABSTRACT

E-Wom (electronic word of mouth communication) is a marketing tool that allows customers to make recommendations to each other and share their experiences about a good or service. A marketing activity carried out with E-Wom can increase customer satisfaction and strengthen repurchase intention. The purpose of this study is to reveal the effect of E-Wom on repurchase intention through an empirical research. Within the scope of the study, basic concepts such as E-Wom and repurchase intention were discussed from a theoretical perspective, and some studies in the national and international literature on the subject were mentioned. In the application part of the study, the analysis and interpretations of the survey data conducted with 394 people using online shopping sites in Konya were mentioned. The statistical data obtained shows that there is a positive and moderate relationship between E-Wom and repurchase intention. In addition, it was found that giving opinions and conveying opinions, which are the sub-variables of E-Wom, do not affect the repurchase intention, but the sub-variable of receiving opinions has an effect on the repurchase intention.

Keywords: E-Wom, Electronic Word of Mouth, Electronic Word of Mouth Marketing, Repurchase Intention, Consumer.

1. Giriş

E-Wom; tüketicilerin bir mal veya hizmetin özelliklerini, deneyimlerini, kayıtlarını veya önerilerini diğer kişilere iletmesini içeren bir pazarlama aracıdır. Bu tür gerçekleştirilen bir pazarlama yaklaşımı, potansiyel olarak gerçek kişisel deneyimler aracılığıyla bilgi sunarak mal veya hizmetin itibarını artırabilmekte ve tekrar satın alınma potansiyeli üzerinde etkili olabilmektedir. Farklı bireylerden gelen olumlu geri bildirimler, ürünün güvenilirliğini ve itibarını da olumlu biçimde etkileyebilmektedir. Bireylerin, genellikle çevrelerindeki kişilerin önerilerine daha fazla güvenme eğilimleri söz konusudur. E-Wom, kişisel tavsiyelerin dijital platformlarda paylaşılmasıyla bu güveni daha fazla artırabilmektedir. E-Wom, bireylerin kendi deneyimlerini kolaylıkla ifade etmesini ve paylaşmasını mümkün kılmaktadır. Bu durum, potansiyel mal veya hizmetin nasıl kullanılacağına dair bir bakış açısı sunmaktadır. Ürünlerin deneyimlerinin paylaşılması, tekrar satın alma potansiyelini de etkileyebilmektedir. Sosyal medya platformları bu anlamda,

* Doç. Dr./Assoc. Prof. Dr., Selçuk Üniversitesi, Konya, Türkiye/ Selçuk University, Konya, Türkiye, ozlemakgun@selcuk.edu.tr

** **Corresponding Author/Sorumlu Yazar**, Doktora Öğrencisi/Ph.D. Stud., Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya, Türkiye/ Selçuk University, Social Sciences Institute, Konya, Türkiye, hulusi.can.51@gmail.com
Makale Gönderim ve Kabul Tarihleri/Article Submission and Acceptance Dates: 30.04.2024-22.06.2024

Citation/Atf: Akgün, V. Ö., Altay, H. C. (2024). E-Wom'un tekrar satın alma niyetine etkisi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 54, 470-488. <https://doi.org/10.52642/susbed.1476294>



tüketicilerin mal ve hizmetlere yönelik günlük paylaşımları için etkili bir alan sunmaktadır. Bir ürünle ilgili olumlu geri bildirimler, sosyal medya aracılığıyla geniş kitlelere ulaşabilmekte ve bu durum tekrar satın alma niyetini artırabilmektedir. İnternet aracılığıyla elde edilen bilgiler doğrultusunda tüketiciler, çeşitli ürünlere yönelik satın alma kararı vermekte ve kazanılan tecrübelerle birlikte olumlu veya olumsuz görüşlerini paylaşarak da diğer tüketicilere satın alma karar süreçlerinde yardımcı olmaktadır. Yapılan negatif yorumlar diğer tüketicilerin satın alma niyetlerini olumsuz yönde, pozitif yorumlarsa tüketicilerin satın alma niyetlerini olumlu yönde etkilemektedir (Meydan & Tunca, 2024, s. 2). İnternetin hızlı şekilde sosyal hayatın bir parçası olması neticesinde, bugünün modern işletmeleri stratejilerini teknolojik yeniliklerle daha etkin bir şekilde sürdürmeyi başarmaktadır. Bireylerin, sosyal medyada daha fazla vakit geçirmesi ise işletmeler için yeni fırsatlar ortaya koymaktadır (Biçer & Erciş, 2020, s. 1556).

Bu çalışmanın amacı; elektronik ağızdan ağıza pazarlamanın tekrar satın alma niyetine olan etkisinin ortaya konulmasıdır. Çalışma kapsamında, elektronik ağızdan ağıza pazarlama ve tekrar satın alma niyeti gibi temel kavramlar teorik bir bakış açısıyla ele alınmış ulusal ve uluslararası çalışmalar incelenmiş konu ile ilgili birtakım çalışmalara değinilmiştir. Metodoloji kısmında ise online alışveriş sitelerini kullanan tüketicilerin, elektronik ağızdan ağıza pazarlama kavramının tekrar satın alma niyetine etkisini tespit etmeye yönelik gerçekleştirilen anket çalışmasından elde edilen bulgulara ve yorumlara yer verilmiştir. Genel yapısı itibarıyla ise yapılan bu çalışmanın birinci bölümünde, E-Wom ve tekrar satın alma niyeti kavramlarına yönelik teorik bilgiler verilmiştir. İkinci bölümde, literatürden elde edilen bilgiler kavramsal çerçeve kapsamında sunulmuştur. Çalışmanın üçüncü bölümünde, konuya ilişkin yakın çalışmalara değinilmiş ve çalışmalarda elde edilen bulgulardan söz edilmiştir. Çalışmanın dördüncü bölümünde, araştırmanın amacına, önemine, yöntemine ve saha araştırması sonucu ulaşılan bulgulara, çalışmanın son bölümü olan sonuç kısmındaysa elde edilen bulgular ile yorum ve önerilere yer verilmiştir.

2. Kavramsal Çerçeve

2.1. E-Wom

Teknolojik gelişmelerle tüketicilerin mal veya hizmetlere yönelik tecrübelerine ilişkin bilgiye ulaşma/bilgiyi paylaşma sürecinin saniyelerle ölçüldüğü bugünün dijital çağında, pazarlama uygulamalarının çok daha rekabetçi hale geldiği ifade edilmektedir. İnternet kullanımının hızla artması, ağızdan ağıza pazarlama eylemlerinin geleneksel platformlardan online platformlara taşınmasını gerekli kılmaktadır (Leblebicioğlu & Ünsalan, 2015). İşletmeler bugün, pazarlama stratejilerini teknolojinin değişmesi ve gelişmesiyle daha etkin kullanmaktadır ve tüketicilerin istekleri doğrultusunda işletme yöneticileri de alternatif bir iletişim yöntemi olarak dijital ortamlara daha fazla yönelmektedir. İnternetin ortaya çıkışı ve sosyal yaşamın vazgeçilmez bir kısmı haline gelmesi, günden güne markaları bu doğrultuda pazarlama stratejileri geliştirmeye zorlamaktadır. Bir diğer ifadeyle son zamanlarda insanların sosyal medyada çok daha fazla vakit geçirmesi, sosyal çevreyle olan etkileşimlerinin büyük bir kısmını dijital platformlarda gerçekleştirmesi, ortaya konulacak dijital stratejilerin önemini daha kritik kılmaktadır. Bu durumla beraber, web siteleri de birer pazarlama aracı olarak sıklıkla kullanılmaktadır ve işletmeler için önemli fırsatları da beraberinde getirmektedir (Biçer & Erciş, 2020).

İnternetin ilk ortaya çıkışı sürecinde, tüketicilerin ürünler hakkında geleneksel iletişim araçlarına oranla daha zahmetsiz biçimde bilgiye erişme imkânı olmasına rağmen, bilgi üretiminin ve paylaşımının bugüne kıyasla oldukça zor olduğu değerlendirilmektedir. Zaman içinde gelişen teknolojiyle sosyal medya kullanımının yaygınlaşması sonucu, kullanıcılar sosyal medyada herhangi bir teknik bilgi gereksinimi hissetmeden de rahatlıkla içerik üretme ve bu içerikleri paylaşma imkânı elde etmiştir. Bu durum, ürünlere dönük yaşanan deneyimlerin oldukça kısa bir zamanda çok sayıda kişiye ulaştırılmasında rol oynamıştır (Topal & Nart, 2017). Son zamanlarda oldukça popüler hale gelen E-Wom sayesinde tüketiciler sanal ortamlarda bilgi alışverişinde bulunmanın ötesinde, evrensel düzeyde paylaşımlarda bulunan bir platformu da temsil eder hale gelmiştir (Şemsettioglu & Sağtaş, 2021). Ağızdan ağıza pazarlama, geçmişte reklam için oldukça az bütçe ayıran işletmelerin tercih ettikleri bir pazarlama yöntemi olarak değerlendirilmekte iken bugün ilgili kavram, işletmelerin sosyal medya ağları ile oldukça fazla tercih ettikleri bir pazarlama yaklaşımı olarak kabul görmektedir ve birçok işletme de bu yaklaşım üzerine çeşitli stratejiler geliştirmektedir (Urmak & Kıyat, 2021). E-Wom ile kısa bir süre içerisinde ürün ile ilgili tecrübe sahibi kitlelere ulaşılması ve birçok

reklam faaliyetinden daha etkili bir pazarlama stratejisi geliştirilmesi mümkündür. Mal veya hizmetlere yönelik internet ortamında hızla yayılan tüketici yorumlarının, oldukça dikkat çektiği ve satın alma kararlarında da etkin olduğu değerlendirilmektedir. Bu durum E-Wom dinamiklerine, işletme yöneticilerinin daha fazla önem vermesini gerektirmektedir (Leblebicioğlu & Ünsalan, 2015). Bilgi aktarmanın en etkili kaynaklarından olan ağızdan ağıza iletişimle birlikte teknolojideki gelişmeler ve sosyal medya sitelerinin kullanımının da artması neticesinde, bilginin iletim şekli değişmiş ve ağızdan ağıza iletişim geleneksel sınırlamaları aşmıştır. Bir diğer ifadeyle, geleneksel ağızdan ağıza iletişim, sadece sınırlı iletişim şartlarında etkili olmasına karşılık teknolojik gelişmeler ve değişimlerle sosyal iletişimin sınırları bir hayli genişlemiştir (Jalilvand vd., 2011). Giderek daha fazla sayıda tüketici, fikirlerini iletmek ve ürünlere yönelik bilgi paylaşımı yapmak için sosyal ağ sitelerini kullanmaktadır. Ağızdan ağıza iletişimin bu yeni biçimi, potansiyel, gerçek ve eski tüketicilerin bir ürün veya marka hakkında internet vasıtasıyla yaptığı olumlu veya olumsuz açıklamaları içerebilmektedir (Cheung & Thadani, 2012). Çevrimiçi bir sosyal ağdaki etkileyiciler, E-Wom'da kullanıcılar arasındaki güven yoluyla tüketicilerin satın alma kararlarını önemli ölçüde değiştirebildiğinden, bu etkileyicileri kullanıcı güven ilişkisine göre belirlemek son derece elzemdir (Liu vd., 2015). İletişim platformları fiziksel alandan dijital alana evrilmektedir, internet ise bireylerin bilgi paylaşımı için iş birliği yapan sosyal medya ile birlikte işletmelerin iş yapma biçimlerini kökten değiştirmektedir. Bu bağlamda uygulayıcıların, metin analitiği, duyarlılık, hashtag analitiği ve diğer makine öğrenimi araçları vasıtasıyla E-Wom uygulamalarından daha fazla yararlanmaya başladığı ifade edilmektedir (Verma & Yadav, 2021).

E-Wom'un üç temel boyutu vardır (Flynn vd., 1996). Bu boyutlar; görüş verme, görüş alma ve görüş aktarma boyutlarıdır. Özellikle görüş alma ve görüş verme boyutları, ağızdan ağıza pazarlamanın iki önemli boyutu olarak değerlendirilmektedir. Görüş alma davranışına sahip tüketiciler, satın alma kararlarını vermeden önce başkalarından tavsiye ve bilgi alma eğilimindedir. Görüş verme davranışı yüksek olan tüketiciler ise başkalarının tutum ve davranışları üzerinde elzem bir etkiye sahiptir ve diğer kişileri etkilemektedir (Feick & Price, 1987). Online sosyal ağlarda görüş alma eğiliminde olan tüketiciler, çevrelerinin veya başka tüketicilerin tavsiyelerini göz önünde bulundurmaktadır ve sosyal ağları satın alma davranışı için güvenilir bulmaktadır. Bir başka E-Wom'un önemli boyutu olan görüş aktarma ise sosyal ağlarda diğer tüketicilere söz konusu ürünlerle ilgili görüş ve düşünceleri aktarma bağlamında tüketicilere önemli fırsatlar sunmaktadır (Norman & Russell, 2006). Sun vd. (2006) online sosyal ağların benzersiz özellikleri ile iletişimi kolaylaştırdığından görüş aktarma boyutunu E-Wom'un geliştirilmiş boyutu olarak ifade etmektedir.

2.2. Tekrar Satın Alma Niyeti

Tekrar satın alma niyeti, bir mal veya hizmetin birey tarafından satın alınması sonrasında bireyin bu durumdan tatmin olmasıyla, aynı işletmenin ürününü yeniden satın alma ihtimalinin artması şeklinde ifade edilmektedir. Tüketici, bahsi geçen üründen fazlasıyla tatmin olmuşsa, bu defa o ürünü yeniden satın alma ihtimali de daha fazla artmaktadır (Kotler, 2000, s. 184). Bugünün pazarlama ortamında işletmeler; markalaşma sürecini başarılı bir şekilde tamamlamak, müşteri tatminini ve hizmet kalitesini sürekli olacak şekilde artırmak arzusundadır. Ancak bu şekilde sadık ve kalıcı bir müşteri kitlesi oluşturulacak, müşteri tatmini sağlanabilecek ve sürdürülebilir karlar elde edilebilecektir. Bununla birlikte bugünün işletme yöneticileri mal veya hizmetleri mevcut müşterilerin tekrar satın alma davranışlarını, yeni müşteri elde etmek kadar önemsemektedir. Bugünün rekabetçi dünyasında işletmeler, sadık müşteri grubu oluşturmak amacıyla sürekli olarak yeni stratejiler geliştirmektedir ve müşteri bağlılığı oluşturarak da müşterilerin tekrar satın alma davranışına yönelmelerini hedeflemektedir (Çavuşgil & Ayhün, 2021). Tüketici beklentilerinin karşılanması ve oluşması muhtemel olumsuzlukların bertaraf edilmesi hususunda kişinin elde etmiş olduğu tatmin de pazarlamada önemli bir değer olarak nitelendirilmektedir. Malı veya hizmeti satın alan bireyi, elde tutabilmek adına geliştirilmiş olan marka bağlılık stratejilerinin gerek işletmelerin karlılık durumlarını artırmakta gerekse de bireylerin tekrar satın alma niyetleri üzerinde olumlu bir etkisinin olduğu görülmektedir (Hume, 2008, s. 44).

Müşterilerin sadakatinin bir göstergesi olan tekrar satın alma niyeti, müşteri sadakatini açıklamış olsa da tekrar satın alma niyetinin, işletmelerin karları üzerinde daha doğrudan etkiye sahip olduğu ifade

edilmektedir. Bununla birlikte ilişki kalitesi, ilişki pazarlaması literatüründe önemli bir faktör olarak değerlendirilmiş olmasına rağmen yeniden satın alma niyetini ilişki kalitesi merceğinden inceleyen az sayıda çalışma bulunmaktadır (Zhang vd., 2011). Online alışveriş sitelerini kullanan tüketicilerin tekrar satın alma niyetini belirlemek, işletmeler için son derece elzem bir konudur. İşletmeler ve tüketiciler arasında güvenin önemli olduğu ve alışveriş deneyiminin tekrar satın alma davranışı için etken olduğu ifade edilmektedir. Ancak ilk elden deneyimin önemine rağmen, tekrar satın alma konusunda kişinin temel motivasyonunun değerler elde etmek olduğu ileri sürülmektedir. Bu durumun sebebi, çevrimiçi satıcıyla doğrudan deneyimin, tüketicilerin satıcıyla gerçekleştirilen işlemlere ilişkin aşinalık ve bilgilerini artırarak çevrimiçi işlemlerle ilişkili belirsizliği ve riski azaltması olarak değerlendirilmektedir. Müşteriler, alışveriş nesnesinin özelliklerini daha iyi anladıkça, çevrimiçi satıcılara karşı güven duygusu beslemekte ve satın alma kararı vermek için algılanan değere daha fazla güvenmektedir. Ancak e-ticaret işlemlerinde tüketici güveni ve yeniden satın alma niyeti üzerine yapılan mevcut araştırmalar, ilk satın alma deneyimi sonrasında değer nasıl algılandığını, güven algılarını ve yeniden satın alma niyetini nasıl şekillendirdiğini yeterince incelememektedir (Sullivan & Kim, 2018). İşletmeler için müşteri memnuniyetinin sağlanması, başarı ölçütlerinden biri olmasının yanında ağızdan ağıza iletişimle başka tüketicilere de tavsiye edilmesi ve müşterilerin sonraki alışverişlerinde işletmelerin yeniden tercih edilmesi açısından oldukça önemlidir (Semiz & Kartal, 2023, s. 162). Geleneksel alışveriş ortamlarında, mağaza ortamının tekrar satın alma niyeti üzerinde pozitif etkileri bulunduğu ifade edilmektedir. Ayrıca, çevrimiçi alışverişte de mağaza ortamı faktörlerinin (mağaza atmosferinin), müşterileri çekme ve elde tutma bağlamında bir araç şeklinde kullanılabileceği öne sürülmektedir (Karakurt, 2021, s. 790).

3. Literatür

Araştırmanın bu kısmında, konu ile ilgili yapılan literatür çalışması sonucu elde edilen ulusal ve uluslararası çalışmalardan bazılarında yer verilmiştir.

Matute vd. (2016) yapmış olduğu çalışmasını, 252 çevrimiçi müşteriden oluşan bir örneklem üzerinde gerçekleştirmiştir. Daha önce çevrimiçi bir satın alma işlemi gerçekleştirmiş olan ve satıcının web sitesinden alınan çevrimiçi yorumları okuyan internet kullanıcılarına yönelik yapılan araştırma sonucunda tüketicilerin tekrar satın alma niyetleri üzerinde yalnızca E-Wom kalitesinin pozitif doğrudan etkiye sahip olduğu, miktarın ise negatif etkiye sahip olduğu bulgusu elde edilmiştir. Ayrıca algılanan fayda, tüm E-Wom özelliklerinin online yeniden satın alma niyeti üzerindeki etkisine aracılık etmiştir. E-Wom güvenilirliği ve kalitesi aynı zamanda çevrimiçi satıcıya olan güven yoluyla yeniden satın alma niyetlerini dolaylı olarak etkilemiştir.

Topal ve Nart (2017) yapmış oldukları nicel çalışmada; elektronik ağızdan ağıza iletişiminin görüş iletme, görüş belirtme ile görüş arama boyutlarının satın alma niyeti üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla bir araştırma gerçekleştirmiştir. Yapılan araştırma kapsamında Türkiye'de Facebook kullanıcılarına yapılan çevrimiçi anket sonucuna göre; görüş iletme ve görüş belirtmenin satın alma niyeti üzerinde etkisi olmadığı, görüş arama boyutunun ise satın alma pozitif etkisi bulunduğu sonucuna varılmıştır.

Bulut ve Karabulut (2018) yapmış oldukları çalışmada, online alışveriş sitelerinden mal veya hizmet satın alan tüketicilerin gün geçtikçe artmasıyla birlikte E-Wom'un alma ve katılma boyutlarının tüketicilerin online alışveriş sitelerinden yeniden satın alma niyetini (ORPI) belirlemeye yönelik bir araştırma gerçekleştirmiştir. Bu çalışmanın amacı, alma ve katılma boyutlarının E-Wom yönünün tüketicilerin ORPI'sini nasıl etkilediğini anlamaya çalışmaktır. Ayrıca bu çalışma, E-Wom'un alma ve katılma boyutları ile ORPI arasındaki ilişkide e-güven ve e-sadakatin aracı rollerini de incelemektedir. Elde edilen sonuçlara göre alma ve katılma boyutlarının E-Wom alıcı faktörünün, E-Wom kalitesi ve E-Wom miktarının, e-güven ve ORPI üzerinde olumlu etkileri olduğunu göstermiştir. Bununla birlikte, bir E-Wom katılım faktörü olarak E-Wom içeriğinin ORPI üzerinde anlamlı bir etkisi tespit edilmemiş, diğer bir katılımcı faktör olan E-Wom yoğunluğunun ise ORPI üzerinde en büyük etkiye sahip olduğu bulgusu elde edilmiştir. Ayrıca bulgular, e-güvenin, alıcı E-Wom unsurları ile ORPI arasındaki ilişkide tamamlayıcı bir aracılık etkisine sahip olduğunu göstermiştir. Benzer şekilde, e-sadakatin, katılan iki E-Wom unsuru ile ORPI arasındaki ilişkide tamamlayıcı bir aracılığı söz konusudur.

Liang vd. (2018) Kanada ve Amerika Birleşik Devletleri'nde yapmış olduğu çalışmada, 395 katılımcı ile anket uygulaması gerçekleştirmiştir. Sonuçlar, algılanan değerlerin yeniden satın alma niyetini olumlu yönde etkilediğini, algılanan riskin Airbnb tüketicilerinin algılanan değerini ve yeniden satın alma niyetini olumsuz yönde etkilediğini göstermiştir. İlginç bir şekilde, fiyat duyarlılığının müşterilerin algılanan riskini azaltmadığı, ancak algılanan değerlerini artırabildiği ve Airbnb ürünlerini yeniden satın alma konusunda onları olumlu yönde etkilediği ortaya konulmuştur. Algılanan özgünlüğün Airbnb tüketicilerinin algılanan riskini azaltmada ve algılanan değerlerini olumlu yönde etkilemede önemli bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca elektronik ağızdan ağıza iletişimin, algılanan değerlerin yanı sıra yeniden satın alma niyeti üzerinde pozitif etkisi bulunduğu görülmüş, ancak algılanan riski olumsuz yönde etkilemediği sonucuna ulaşılmıştır.

Aakash ve Aggarwal (2019) yapmış oldukları çalışmada, web sitesi kalitesinin (WEQ), ürün memnuniyetinin ve elektronik kulaktan kulağa pazarlamanın, e-ticaret yeniden satın alma niyeti ve müşteri memnuniyetinde oynadığı rolü belirlemek için yapısal bir model sunmuştur. Çevrimiçi perakende iş modeli, müşterinin ihtiyaçlarını anladıktan sonra mal ve hizmetleri müşteriye sunan ve diğer müşteriler tarafından E-Wom şeklinde verilen geri bildirimleri sunan benzersiz özelliklerden oluşmaktadır. Çalışmanın bulguları, WEQ'nun sistem kalitesi (SQ), içerik kalitesi (CQ), güven (TR), kullanım (US), müşteri desteği (CS), müşteri geri bildiriminden (CS) oluşan çok ögeli bir yapı olarak kavramsallaştırılabileceğini ortaya koymuştur. Araştırma sonucunda elde edilen bulgular WEQ, ürün memnuniyeti ve E-Wom'un e-ticaret yeniden satın alma niyeti (RI) ve müşteri memnuniyeti (ECS) ile pozitif yönde ilişkili olduğunu doğrulamıştır. Ürün memnuniyetinin yeniden satın alma niyeti ve müşteri memnuniyetinde önemli bir doğrudan etkisi olmasına rağmen, E-Wom ve WEQ'nun yeniden satın alma niyeti ve ayrıca müşteri memnuniyeti üzerinde daha büyük etkisi bulunduğu sonucuna varılmıştır.

Arif (2019) yapmış olduğu çalışmada, elektronik ağızdan ağıza iletişimde, marka imajı ve fiyatın müşterinin tekrar satın alma niyetini etkileyen bağımsız değişkenler olduğunu vurgulamıştır. Bu çalışmada veriler, anket yöntemi kullanılarak toplanmıştır. Ankete katılanlar, Citilink Indonesia'yı en az bir satın alma işlemiyle satın alan 180 müşteridir. Araştırma verileri ve hipotezler Kısmi En Küçük Karelere (PLS) dayalı Yapısal Eşitlik Modellemesi (SEM) kullanılarak analiz edilmiştir. Bulgular, marka imajı ve E-Wom'un Citilink müşterilerinin yeniden satın alma niyetini kayda değer ölçüde ve pozitif yönde etkilediği şeklinde gerçekleşmiştir. Citilink Indonesia'nın önceki müşterisinden gelen E-WOM dönüşü ne kadar pozitif olursa, yeniden satın alma niyeti de o derece yükselmiştir. Ayrıca, Citilink Indonesia'nın marka imajı ne kadar olumlu olursa müşterilerin tekrar satın alma niyetinin de o kadar yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Sandhu vd. (2021) yapmış oldukları çalışmada, E-Wom'un ve marka farkındalığının, markanın yeniden satın alma niyetine yönelik marka tutumunun gelişimini düzenleyen bir moderatör olarak etkilerini araştırmıştır. E-Wom iletişimi, markalaşma alanında heyecan verici bir keşif olarak nitelendirilmiş ve E-Wom iletişiminin etkinliğine yönelik ilginin giderek arttığı vurgulanmıştır. Bu çalışmada nicel bir yaklaşım kullanılmış olup veriler anket yoluyla toplanmıştır. Araştırma 300 tüketici katılımcı üzerinde yürütülmüş ve araştırma sonuçları SPSS ve PLS kullanılarak analiz edilmiştir. Marka bilinirliğini düzenleyici etkisi olan olumlu E-Wom'un, olumlu marka tutumunun gelişimini güçlü bir şekilde etkilediği ve dolayısıyla o markaya yönelik yeniden satın alma niyetine neden olduğu bulgusu ortaya konulmuştur. Ayrıca bireyler, başkalarının davranışlarını sosyal uygunluk nedeniyle değerlendireceklerinin farkında olduklarında E-Wom'un etkisinin daha da güçlendiği ifade edilmiştir.

Liao vd. (2023) yapmış oldukları çalışmada, Tayvanlı tüketicilerin iletişim hizmeti ve bu zincirin fiziksel mağazalarındaki 3C ürünlerini yeniden satın alma niyetlerini araştırmak amacıyla Tayvan Chunghwa Telecom'un 3C elektronik kanal mağazalarını araştırma konusu olarak belirlemiştir. Bu çalışma, tüketicilerin kanal marka imajı (CBI) ile mağaza imajı (SI) arasındaki algılanan değer (PV), tekrar satın alma niyeti (RI) üzerindeki aracı rolünü araştırmayı amaçlamıştır. Ayrıca, elektronik ağızdan ağıza iletişimin aracılık rolünün, tüketicilerin kanal markası ve mağaza imajının, algılanan değer aracılığıyla yeniden satın alma niyeti üzerindeki etkisini nasıl güçlendirdiği de incelenmiştir. Araştırma sonuçları; iki moderatörlü aracılık modelini inceleyerek önerilen teorik modelde, algılanan değerlerin tam aracılık rolü oynadığını, E-Wom'un ise aracılık rolü oynadığını ortaya koymuştur.

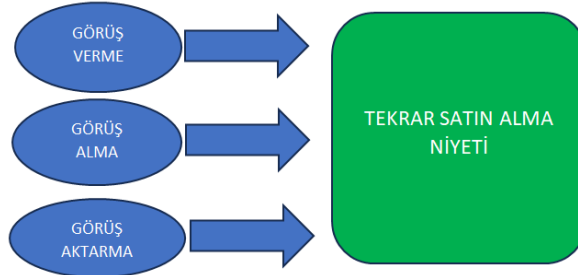
4. Metodoloji

4.1. Araştırmanın Amacı

Bu araştırma, E-Wom alt değişkenleri ile tekrar satın alma niyeti arasındaki ilişkiyi ve etki düzeyini ölçmesi bakımından önem taşımaktadır. Araştırmada, E-Wom'un tekrar satın alma niyetine etkisi üzerinde durulmuştur. Bu araştırmanın amacı; E-Wom uygulamalarının tekrar satın alma niyeti üzerinde bir etkisinin bulunup bulunmadığını tespit etmektir. Çalışma kapsamında; online alışveriş sitelerini kullanan tüketicilerin, E-Wom'un tekrar satın alma niyetine etkisinin olup olmadığı elde edilen bulgular ile ortaya konulmaya çalışılmıştır.

4.2. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri

Araştırma dahilinde oluşturulan model, Şekil 1'deki gibi görselleştirilebilmektedir.



Şekil 1. Araştırmanın Modeli

Araştırma kavramsal modeli doğrultusunda, değişkenler arasındaki ilişkileri tespit etmek amacıyla geliştirilen hipotezler ise şu şekilde sıralanabilmektedir:

H1: E-Wom, cinsiyet faktörüne göre farklılık göstermektedir.

H1a: Görüş verme, cinsiyet faktörüne göre farklılık göstermektedir.

H1b: Görüş alma, cinsiyet faktörüne göre farklılık göstermektedir.

H1c: Görüş aktarma, cinsiyet faktörüne göre farklılık göstermektedir.

H2: E-Wom, medeni durum faktörüne göre farklılık göstermektedir.

H2a: Görüş verme, medeni durum faktörüne göre farklılık göstermektedir.

H2b: Görüş alma, medeni durum faktörüne göre farklılık göstermektedir.

H2c: Görüş aktarma, medeni durum faktörüne göre farklılık göstermektedir.

H3: E-Wom, yaş faktörüne göre farklılık göstermektedir.

H3a: Görüş verme, yaş faktörüne göre farklılık göstermektedir.

H3b: Görüş alma, yaş faktörüne göre farklılık göstermektedir.

H3c: Görüş aktarma, yaş faktörüne göre farklılık göstermektedir.

H4: E-Wom, eğitim durumu faktörüne göre farklılık göstermektedir.

H4a: Görüş verme, eğitim durumu faktörüne göre farklılık göstermektedir.

H4b: Görüş alma, eğitim durumu faktörüne göre farklılık göstermektedir.

H4c: Görüş aktarma, eğitim durumu faktörüne göre farklılık göstermektedir.

H5: E-Wom, meslek durumu faktörüne göre farklılık göstermektedir.

H5a: Görüş verme, meslek durumu faktörüne göre farklılık göstermektedir.

H5b: Görüş alma, meslek durumu faktörüne göre farklılık göstermektedir.

H5c: Görüş aktarma, meslek durumu faktörüne göre farklılık göstermektedir.

H6: E-Wom, gelir durumu faktörüne göre farklılık göstermektedir.

H6a: Görüş verme, gelir durumu faktörüne farklılık göstermektedir.

H6b: Görüş alma, gelir durumu faktörüne farklılık göstermektedir.

H6c: Görüş aktarma, gelir durumu faktörüne farklılık göstermektedir.

H7: E-Wom, online alışveriş sitesine göre farklılık göstermektedir.

H7a: Görüş verme, online alışveriş sitesine göre farklılık göstermektedir.

H7b: Görüş alma, online alışveriş sitesine göre farklılık göstermektedir.

H7c: Görüş aktarma, online alışveriş sitesine göre farklılık göstermektedir.

H8: Görüş vermenin, tekrar satın alma niyetine etkisi vardır.

H9: Görüş almanın, tekrar satın alma niyetine etkisi vardır.

H10: Görüş aktarmanın, tekrar satın alma niyetine etkisi vardır.

4.3. Araştırmanın Yöntemi

Çalışmada araştırma yöntemlerinden, anket tekniğinden faydalanılmıştır. Araştırma evreni, Konya ilinde ikamet eden 18 yaş ve üstü yetişkinlerden oluşmakta olup çalışma kapsamında, 394 kişiye 05.01.2024-20.01.2024 tarihlerinde anket uygulanmıştır. Anket, üç bölüm içermektedir. Anketin ilk bölümünde demografik bilgilere ilişkin soru ve ifadeler, ikinci bölümde E-Wom, üçüncü bölümde ise tekrar satın alma niyetine yönelik ifadeler yer verilmektedir. E-Wom'u ölçmeye yönelik ifadelerde Wang vd. (2016) tarafından geliştirilen ve Türkçeye Urmak (2021) tarafından uyarlanan ölçekten faydalanılmıştır. Tekrar Satın Alma Niyetini ölçmek için Grewal vd. (1998) geliştirilen ve Bayır (2020) tarafından Türkçeye uyarlanan ölçekten faydalanılmıştır. Bu çalışma için gerçekleştirilen anket tasarımı, Selçuk Üniversitesi Rektörlüğü İİBF Dekanlığının Bilimsel Etik Değerlendirme Kurulunun 19.12.2023 tarih ve 16/184 kararı ile uygun görülmüştür.

4.4. Araştırmanın Bulguları

4.4.1. Demografik Özelliklere Yönelik Bulgular

Tablo 1. Katılımcılara Ait Demografik Özelliklere Yönelik Sonuçlar

Değişkenler		N	%
Cinsiyet	Kadın	220	55,8
	Erkek	174	44,2
Medeni durum	Evli	204	51,8
	Bekar	190	48,2
Yaş	18 – 30 yaş	252	64,0
	31 – 40 yaş	112	28,4
	41 – 50 yaş	22	5,6
	51-+	8	2,0
Eğitim Durumu	Lise ve altı	33	8,4
	Ön Lisans	81	20,6
	Lisans	225	57,1
	Lisansüstü	55	14,0
Meslek	Devlet Kurumu Çalışanı	168	42,6
	Özel Sektör Çalışanı	79	20,1
	Serbest Meslek	20	5,1
	Çalışmıyor	39	9,9
	Öğrenci	77	19,5
	Akademisyen	11	2,8
Gelir	0 – 11.400	121	30,7
	11.401 – 17.500	29	7,4
	17.501 – 25.000	67	17,0
	25.001 – 33.500	59	15,0
	33.501-+	118	29,9
Tercih Edilen Alışveriş Sitesi	Trendyol	295	74,9
	Hepsiburada	52	13,2
	N11	12	3,0
	Amazon	30	7,6
	Ptt Avm	5	1,3

Tablo 1'e göre araştırmaya katılanların; %55,8'i kadın, %44,2'si erkek, %51,8'i evli, %48,2'si bekar, %64'ünün yaşı 18-30 yaş arasında, %28,4'ü 31-40 arasında, %5,6'sı 41-50 arasında, %2'sinin yaşı 51 yaş ve üzerinde, %8,4'ünün eğitimi lise ve altı, %20,6'sı ön lisans, %57,1'i lisans, %14'ü lisansüstü, %42,6'sı devlet kurumunda çalışmakta, %20,1'i özel sektörde çalışıyor, %5,1'i serbest meslek, %9,9'u çalışmamakta, %19,5'i öğrenci, %2,8'i akademisyen, %30,7'sinin geliri 0-11.400TL arasında, %7,4'ü 11.401 TL-17.500TL arasında, %17'si 17.501-25.000TL arasında, %15'i 25.001-33.500TL arasında, %29,9'su 33.501TL ve üstü, %74,9'u Trendyol alışveriş sitesini tercih etmekte, %13,2'si Hepsiburada'yı, %3'ü N11'i, %7,6'sı Amazon'u, %1,3'ü ise PTT AVM'yi tercih etmektedir.

4.4.2. Ölçeklerin Güvenirliğine Yönelik Bulgular

Araştırmada faydalanılan E-Wom Ölçek/Alt Boyut toplam puanlarının ve Tekrar Satın Alma Niyeti Ölçek toplam puanlarının güvenilirliklerini test etmek için Cronbach Alfa içsel tutarlılık testi gerçekleştirilmiştir. Cronbach Alpha katsayısı 0 ile 1 arasında değerlerle ölçülmekte ve aşağıdaki değerler ile güvenilirlik sağlanmaktadır (Özdamar, 2002). Bu değerlere değinilecek olunursa; $0,80 \leq \alpha < 1,00$ ise ölçek güvenilirliğinin yüksek, $0,60 \leq \alpha < 0,80$ ise ölçek güvenilirliğinin kabul edilebilir seviyede, $0,40 \leq \alpha < 0,60$ ise ölçeğin güvenilirliğinin düşük olduğu, $0,00 \leq \alpha < 0,40$ ise ölçeğin güvenilir olmadığı ifade edilmektedir.

Tablo 2. Ölçeklerin Cronbach-Alpha Katsayısı

Ölçek/Alt Boyutları	Cronbach's Alpha
E-Wom	0,90
Görüş Verme	0,90
Görüş Alma	0,88
Görüş Aktarma	0,90
Tekrar Satın Alma Niyeti	0,91

Tablo 2'ye göre, E-Wom Ölçek/Alt Boyut toplam puanlarının ve Tekrar Satın Alma Niyeti Ölçek toplam puanlarının Cronbach's Alpha katsayısına göre güvenilirliği yüksek seviyede olduğu bulgularına ulaşılmıştır.

4.4.3. Ölçeklerin Normalliğine Yönelik Bulgular

Tablo 3. Normal Dağılıma Uygunluğuna Yönelik Bulgular

Ölçek/Alt Boyutları	Kolmogorov-Smirnov			Çarpıklık	Basıklık
	Test İstatist.	Sd	P		
E-Wom	0,081	394	0,000	-0,59	0,29
Görüş Verme	0,162	394	0,000	-0,40	-0,66
Görüş Alma	0,152	394	0,000	-0,69	1,12
Görüş Aktarma	0,169	394	0,000	-0,19	0,01
Tekrar Satın Alma Niyeti	0,195	394	0,000	-0,26	0,11

Tablo 3'te sunulan verilere göre, E-Wom ölçek/alt boyut toplam puanlarının ve Tekrar Satın Alma Niyeti ölçek toplam puanların normal dağılıma sahip olup olmadığını belirlemek için Kolmogorov Smirnov testi sonuçları incelenmiştir. Bu test sonuçlarına göre, ölçek ve alt boyut toplam puanlarının normal dağılım göstermediği ($p < 0,05$) belirlenmiştir. Fakat diğer normal dağılım göstergelerine bakıldığında ise normal Q-Q grafiği, box-plots ve histogram normal dağılım eğrisinin çizildiği ve bu analizler neticesinde verilerin normal dağılımdan önemli ölçüde sapma olmadığı bulgularına ulaşılmıştır. Verilerin çarpıklık-basıklık katsayıları değerlendirilmiş olup katsayılarının $\pm 1,5$ aralığında olmasından (Tabachnick & Fidell, 2013) verilerin normal kabul edilebileceği sonucuna ulaşılmıştır.

4.4.4. Fark Testlerine Yönelik Bulgular

Tablo 4. Cinsiyet Değişkenine Yönelik T Testi Sonuçları

Ölçekler	Cinsiyet	N	\bar{X}	Ss	T	df	P
E-Wom ölçeği	Kadın	220	3,68	.60	2.65	392	.008
	Erkek	174	3,52	.51			
Görüş Alma	Kadın	220	4.19	.59	-0.92	392	.356
	Erkek	174	4.25	.55			
Görüş Verme	Kadın	220	3.32	.86	3.95	392	.000
	Erkek	174	2.99	.80			
Görüş Aktarma	Kadın	220	3.22	.91	3.41	392	.001
	Erkek	174	2.94	.76			
Tekrar Satın Alma Niyeti ölçeği	Kadın	220	3.84	.69	-3,24	392	.001
	Erkek	174	4.05	.56			

* $P < 0,05$

Independentsample t-testi

Tablo 4'e göre çalışmaya katılanların E-Wom ölçek toplam puanı, cinsiyet faktörüne göre anlamlı farklılık göstermektedir ($t=2,65$ $p < 0,05$). E-Wom ölçeğinin toplam puanlarının katılımcıların cinsiyet faktörüne göre karşılaştırıldığında, Görüş Verme ve Görüş Aktarma alt boyutlarının toplam puanı cinsiyet faktörüne göre istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık gösterdiği ifade edilmektedir (sırası ile $t=3,95$ $p < 0,05$ ve $t=3,41$ $p < 0,05$). Çalışmaya katılanların Tekrar Satın Alma Niyeti tercihi ölçek toplam puanı

katılımcıların cinsiyet faktörüne göre istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık göstermektedir ($t=-3,24$ $p<0,05$). H1, H1a, H1c hipotezleri kabul edilmiş, H1b hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 5. Medeni Durum Değişkenine Yönelik T Testi Sonuçları

Ölçekler	Cinsiyet	N	\bar{X}	Ss	T	df	P																																												
E-Wom ölçeği	Evli	204	3,59	.54	-0.73	392	.463																																												
	Bekar	190	3,63	.60				Görüş Alma	Evli	204	4.25	.54	1.23	392	.217	Bekar	190	4.18	.61	Görüş Verme	Evli	204	3.09	.87	-1.95	392	.052	Bekar	190	3.26	.81	Görüş Aktarma	Evli	204	3.06	.80	-1.00	392	.315	Bekar	190	3.14	.91	Tekrar Satın Alma Niyeti ölçeği	Evli	204	4.00	.65	2,00	392	.046
Görüş Alma	Evli	204	4.25	.54	1.23	392	.217																																												
	Bekar	190	4.18	.61				Görüş Verme	Evli	204	3.09	.87	-1.95	392	.052	Bekar	190	3.26	.81	Görüş Aktarma	Evli	204	3.06	.80	-1.00	392	.315	Bekar	190	3.14	.91	Tekrar Satın Alma Niyeti ölçeği	Evli	204	4.00	.65	2,00	392	.046	Bekar	190	3.87	.64								
Görüş Verme	Evli	204	3.09	.87	-1.95	392	.052																																												
	Bekar	190	3.26	.81				Görüş Aktarma	Evli	204	3.06	.80	-1.00	392	.315	Bekar	190	3.14	.91	Tekrar Satın Alma Niyeti ölçeği	Evli	204	4.00	.65	2,00	392	.046	Bekar	190	3.87	.64																				
Görüş Aktarma	Evli	204	3.06	.80	-1.00	392	.315																																												
	Bekar	190	3.14	.91				Tekrar Satın Alma Niyeti ölçeği	Evli	204	4.00	.65	2,00	392	.046	Bekar	190	3.87	.64																																
Tekrar Satın Alma Niyeti ölçeği	Evli	204	4.00	.65	2,00	392	.046																																												
	Bekar	190	3.87	.64																																															

* $p<0,05$

Independentsample t-testi

Tablo 5'teki verilere göre, çalışmaya katılanların E-Wom toplam puanlarının ve alt boyutlarının medeni durum faktörüne göre karşılaştırıldığında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık görülmemektedir ($p>0,05$). Tekrar Satın Alma Niyeti ölçek toplam puanı katılımcıların medeni durum faktörüne göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık görülmektedir ($t=2,00$; $p<0,05$). H2, H2a, H2b, H2c hipotezleri reddedilmiştir.

Tablo 6. Yaş Değişkenine Yönelik ANOVA Sonuçları

Ölçek/Alt Boyut	Yaş	N	\bar{X}	S	K.T	Sd	K.O	F	P
E-Wom	18-30	252	3.68	.56	4,542	3	1,514	4,72	0,03
	31-40	112	3.52	.58	125,001	390	,321		
	41-50	22	3.34	.45	129,542	393			
	51+	8	3.33	.67					
Görüş Verme	18-30	252	3.30	.81	15,321	3	5,107	7,34	0,00
	31-40	112	3.04	.88	271,157	390	,695		
	41-50	22	2.61	.70	286,478	393			
	51+	8	2.65	.91					
Görüş Alma	18-30	252	4.25	.57	2.363	3	,788	2,36	0,07
	31-40	112	4.19	.61	129,634	390	,332		
	41-50	22	4.03	.39	131,997	393			
	51+	8	3.83	.64					
Görüş Aktarma	18-30	252	3.16	.87	4,133	3	1,378	1,87	0,134
	31-40	112	2.95	.79	287,318	390	,737		
	41-50	22	3.03	.96	291,451	393			
	51+	8	3.31	.89					
Tekrar Satın Alma Niyeti	18-30	252	3.93	.65	1,780	3	,593	1,41	0,239
	31-40	112	4.00	.65	163,798	390	,420		
	41-50	22	3.74	.57	165,578	393			
	51+	8	3.70	.55					

* $p<0,05$

Tek yönlü Varyans (Oneway ANOVA)

Tablo 6'da sunulan verilere göre, çalışmaya katılanların E-Wom ölçeği puanları kişilerin yaş faktörüne göre istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık göstermektedir ($F=4,72$; $p<0,05$). Bonferroni çoklu karşılaştırma testine göre, 18-30 yaş arasındakiler ve 41-50 yaş arasındakiler arasında anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir. Ayrıca çalışmaya katılanların E-Wom ölçeğinin görüş verme alt boyut puanı kişilerin yaş faktörüne göre istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık göstermektedir ($F=7,34$; $p<0,05$). Bonferroni çoklu karşılaştırma testine göre, 18-30 yaş arasındakiler, 31-40 yaş arasındakiler ve 41-50 yaş arasındakiler arasında anlamlı farklılık olduğu görülmektedir. Çalışmaya katılanların E-Wom ölçek toplam puanlarının görüş alma, görüş aktarma alt boyutlarının yaş faktörüne göre istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık göstermemektedir ($p>0,05$). Çalışmaya katılanların Tekrar Satın Alma Niyeti ölçek toplam puanı

katılımcıların yaş faktörüne göre istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık göstermemektedir ($p>0,05$). H3, H3a hipotezleri kabul edilmiş ve H3b, H3c hipotezleri reddedilmiştir.

Tablo 7. Eğitim Durumu Değişkenine Yönelik ANOVA Sonuçları

Ölçek/Alt Boyut	Eğitim Durumu	N	\bar{X}	S	K.T	Sd	K.O	F	P
E-Wom	İlköğretim	4	3.75	.35	1,017	4	,254	0,77	0,545
	Lise	29	3.57	.62	128,525	389	,330		
	Ön Lisans	81	3.69	.48	129,542	393			
	Lisans	225	3.58	.60					
	Lisansüstü	55	3.65	.54					
Görüş Verme	İlköğretim	4	3.30	.57	1,821	4	,455	0,62	0,647
	Lise	29	3.07	.82	284,657	389	,732		
	Ön Lisans	81	3.27	.83	286,478	393			
	Lisans	225	3.13	.87					
	Lisansüstü	55	3.26	.81					
Görüş Alma	İlköğretim	4	3.92	.24	2,013	4	,503	1,50	0,200
	Lise	29	4.02	.66	129,984	389	,334		
	Ön Lisans	81	4.29	.47	131,997	393			
	Lisans	225	4.22	.60					
	Lisansüstü	55	4.18	.58					
Görüş Aktarma	İlköğretim	4	4.00	.40	9,555	4	2,389	3,29	0,011
	Lise	29	3.41	1.04	281,896	389	,725		
	Ön Lisans	81	3.17	.70	291,451	393			
	Lisans	225	2.99	.85					
	Lisansüstü	55	3.19	.92					
Tekrar Satın Alma Niyeti	İlköğretim	4	3.80	.54	4,345	4	1,086	2,62	0,035
	Lise	29	3.70	.85	161,233	389	,414		
	Ön Lisans	81	4.11	.53	165,578	393			
	Lisans	225	3.92	.64					
	Lisansüstü	55	3.89	.66					

* $p<0,05$

Tek yönlü Varyans (Oneway ANOVA)

Tablo 7'deki verilere göre, çalışmaya katılanların E-Wom ölçeğinin görüş aktarma alt boyutu puanları, kişilerin eğitim durumu faktörüne göre istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık göstermektedir ($F=3,29$; $p<0,05$). Ancak, yapılan Bonferroni çoklu karşılaştırma testine göre gruplar arasında belirgin bir fark bulunmamaktadır. Çalışmaya katılanların Tekrar Satın Alma Niyeti ölçek toplam puanı katılımcıların eğitim durumu faktörüne göre istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık göstermektedir ($F=2,62$; $p<0,05$). Bonferroni çoklu karşılaştırma testine göre eğitim durumu faktörüne göre lise ve ön lisans olanlar arasında anlamlı farklılık olduğu görülmektedir. H4, H4a, H4b hipotezleri reddedilmiş olup H4c hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 8. Mesleklere Yönelik ANOVA Sonuçları

Ölçek/Alt Boyut	Meslek	N	\bar{X}	S	K.T.	Sd	K.O	F	p
E-Wom	D. Kurumu	168	3.63	.49	2,579	5	,516	1,57	0,166
	Özel Sektör	79	3.68	.57	126,964	388	,327		
	Serbest	20	3.29	.73	129,542	393			
	Çalışmıyor	39	3.59	.70					
	Öğrenci	77	3.59	.58					
	Akademisyen	11	3.58	.64					
Görüş Verme	D. Kurumu	168	3.13	.83	9,284	5	1,857	2,59	0,025
	Özel Sektör	79	3.34	.81	277,194	388	,714		
	Serbest	20	2.61	.96	286,478	393			
	Çalışmıyor	39	3.19	.93					
	Öğrenci	77	3.23	.80					
	Akademisyen	11	3.27	.89					
Görüş Alma	D. Kurumu	168	4.37	.47	9,166	5	1,833	5,79	0,000
	Özel Sektör	79	4.20	.59	122,831	388	,317		
	Serbest	20	3.83	.72	131,997	393			
	Çalışmıyor	39	4.13	.63					
	Öğrenci	77	4.07	.63					
	Akademisyen	11	4.03	.36					
Görüş Aktarma	D. Kurumu	168	2.98	.74	4,527	5	,905	1,22	0,297
	Özel Sektör	79	3.20	.84	286,924	388	,739		
	Serbest	20	3.21	1.09	291,451	393			
	Çalışmıyor	39	3.12	.98					
	Öğrenci	77	3.20	.94					
	Akademisyen	11	3.18	1.11					
Tekrar Satın Alma Niyeti	D. Kurumu	168	4.16	.57	18,587	5	3,717	9,81	0,000
	Özel Sektör	79	3.90	.56	146,991	388	,379		
	Serbest	20	3.54	.58	165,578	393			
	Çalışmıyor	39	3.77	.70					
	Öğrenci	77	3.68	.68					
	Akademisyen	11	3.80	.76					

* $p < 0,05$

Tek yönlü Varyans (Oneway ANOVA)

Tablo 8'deki verilere göre, E-Wom ölçek toplam puanı katılımcıların meslek faktörüne göre istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık göstermemektedir ($p > 0,05$). Ölçeğin alt boyutlarına bakıldığında; Görüş Verme ve Görüş Alma puanları katılımcıların meslek faktörüne göre farklılık göstermektedir. Çalışmaya katılanların E-Wom ölçeğin görüş verme alt boyut puanı kişilerin meslek faktörüne göre istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık göstermektedir ($F=2,59$ $p < 0,05$). Bonferroni çoklu karşılaştırma testine göre öğrenci, serbest meslek ve özel sektör çalışanları arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Çalışmaya katılanların E-Wom ölçeğin görüş alma alt boyut puanı kişilerin meslek faktörüne göre istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık göstermektedir ($F=5,79$ $p < 0,05$). Bonferroni çoklu karşılaştırma testine göre öğrenci, serbest meslek ve devlet kurumu çalışanları arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Çalışmaya katılanların Tekrar Satın Alma Niyeti ölçek puanı kişilerin meslek faktörüne göre istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık göstermektedir ($F=9,81$ $p < 0,05$). Bonferroni çoklu karşılaştırma testine göre öğrenci, çalışmıyor, serbest meslek, özel sektör çalışanı ve devlet kurumu çalışanları arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. H5, H5c hipotezleri reddedilmiş olup, H5a, H5b hipotezleri kabul edilmiştir.

Tablo 9. Gelir Durumuna Yönelik ANOVA Sonuçları

Ölçek/Alt Boyut	Gelir	N	\bar{X}	S	K.T	Sd	K.O	F	P
E-Wom	0 – 11.400 ₺	121	3,65	.60	1,543	4	,386	1,17	0,322
	11.401 – 17.500 ₺	29	3,72	.59	127,999	389	,329		
	17.501 – 25.000 ₺	67	3,49	.68	129,542	393			
	25.001 – 33.500 ₺	59	3,63	.48					
	33.501 ₺ ve üzeri	118	3,60	.49					
Görüş Verme	0 – 11.400 ₺	121	3,29	.83	3,693	4	,923	1,27	0,281
	11.401 – 17.500 ₺	29	3,26	.89	282,784	389	,727		
	17.501 – 25.000 ₺	67	3,13	.91	286,478	393			
	25.001 – 33.500 ₺	59	3,21	.77					
	33.501 ₺ ve üzeri	118	3,05	.86					
Görüş Alma	0 – 11.400 ₺	121	4,15	.58	5,459	4	1,365	4,19	0,002
	11.401 – 17.500 ₺	29	4,07	.55	126,538	389	,325		
	17.501 – 25.000 ₺	67	4,10	.70	131,997	393			
	25.001 – 33.500 ₺	59	4,22	.51					
	33.501 ₺ ve üzeri	118	4,38	.48					
Görüş Aktarma	0 – 11.400 ₺	121	3,23	.94	19,341	4	4,835	6,91	0,000
	11.401 – 17.500 ₺	29	3,69	.99	272,110	389	,700		
	17.501 – 25.000 ₺	67	2,89	.81	291,451	393			
	25.001 – 33.500 ₺	59	3,12	.75					
	33.501 ₺ ve üzeri	118	2,92	.71					
Tekrar Satın Alma Niyeti	0 – 11.400 ₺	121	3,73	.67	14,207	4	3,552	9,12	0,000
	11.401 – 17.500 ₺	29	3,75	.60	151,371	389	,389		
	17.501 – 25.000 ₺	67	3,95	.59	165,578	393			
	25.001 – 33.500 ₺	59	3,91	.63					
	33.501 ₺ ve üzeri	118	4,20	.57					

* $p < 0,05$

Tek yönlü Varyans (Oneway ANOVA)

Tablo 9'daki verilere göre, E-Wom ölçek toplam puanı katılımcıların gelir durumu faktörüne göre istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık göstermemektedir ($p > 0,05$). Ölçeğin alt boyutlarına bakıldığında Görüş Alma ve Görüş Aktarma puanları katılımcıların gelir durumu faktörüne göre farklılık göstermektedir. Çalışmaya katılanların E-Wom ölçeğin görüş alma alt boyut puanı kişilerin gelir durumu faktörüne göre istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık göstermektedir ($F=4,19$ $p < 0,05$). Bonferroni çoklu karşılaştırma testine göre 0-11.400 TL, 17.501-25.000 TL ve 33.500 TL ve üzeri gelir elde eden katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Çalışmaya katılanların E-Wom ölçeğin görüş aktarma alt boyut puanı, kişilerin gelir durumu faktörüne göre istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık göstermektedir ($F=6,91$ $p < 0,05$). Bonferroni çoklu karşılaştırma testine göre 0-11.400 TL, 11.401- 17.500 TL, 17.501-25.000 TL ve 33.500 TL ve üzeri gelir elde eden katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Çalışmaya katılanların Tekrar Satın Alma Niyeti ölçek puanı kişilerin gelir durumu faktörüne göre istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık göstermektedir ($F=9,12$ $p < 0,05$). Bonferroni çoklu karşılaştırma testine göre 0-11.400 TL, 11.401- 17.500 TL ve 33.500 TL ve üzeri gelir elde eden katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. H6, H6a hipotezleri reddedilmiş ve H6b, H6c hipotezleri kabul edilmiştir.

Tablo 10. Tercih Edilen Online Alışveriş Sitesine Yönelik ANOVA Sonuçları

Ölçek/Alt Boyut	Online Alışveriş Sitesi	N	\bar{X}	S	K.T	Sd	K.O	F	P
E-Wom	Trendyol	295	3,65	.58	4,138	4	1,035	3,20	0,013
	Hepsiburada	52	3,45	.54	125,404	389	,322		
	N11	12	3,39	.32	129,542	393			
	Amazon	30	3,63	.56					
	PttAvm	5	3,03	.44					
Görüş Verme	Trendyol	295	3,22	.86	7,283	4	1,821	2,53	0,040
	Hepsiburada	52	3,00	.78	279,195	389	,718		
	N11	12	2,88	.66	286,478	393			
	Amazon	30	3,29	.81					
	PttAvm	5	2,32	.50					
Görüş Alma	Trendyol	295	4,24	.59	1,657	4	,414	1,23	0,295
	Hepsiburada	52	4,16	.53	130,340	389	,335		
	N11	12	4,22	.37	131,997	393			
	Amazon	30	4,12	.53					
	PttAvm	5	3,77	.35					
Görüş Aktarma	Trendyol	295	3,17	.83	11,634	4	2,908	4,04	0,003
	Hepsiburada	52	2,78	.90	279,817	389	,719		
	N11	12	2,56	.61	291,451	393			
	Amazon	30	3,22	.94					
	PttAvm	5	2,65	.99					
Tekrar Satın Alma Niyeti	Trendyol	295	3,94	.67	2,184	4	,546	1,30	0,269
	Hepsiburada	52	3,98	.53	163,394	389	,420		
	N11	12	4,08	.50	165,578	393			
	Amazon	30	3,87	.62					
	PttAvm	5	3,36	.40					

* $p < 0,05$

Tek yönlü Varyans (Oneway ANOVA)

Tablo 10'daki verilere göre, çalışmaya katılanların E-Wom ölçek puanı tercih edilen online alışveriş sitesine göre istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık göstermektedir ($F=3,20$; $p < 0,05$). Bonferroni çoklu karşılaştırma testine göre gruplar arası fark bulunmamaktadır. Çalışmaya katılanların E-Wom ölçeğin görüş verme alt boyut puanı tercih edilen online alışveriş sitesine göre istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık göstermektedir ($F=2,53$; $p < 0,05$). Bonferroni çoklu karşılaştırma testine göre gruplar arası fark bulunmamaktadır. E-Wom ölçeğin görüş aktarma alt boyut puanı tercih edilen online alışveriş sitesine göre istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık göstermektedir ($F=4,04$; $p < 0,05$). Bonferroni çoklu karşılaştırma testine göre Trendyol online alışveriş sitesini tercih edenler ile Hepsiburada online alışveriş sitesini tercih edenler arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Tekrar Satın Alma Niyeti ölçek toplam puanı katılımcıların tercih edilen online alışveriş sitesine göre istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık göstermemektedir ($p > 0,05$). H7, H7a, H7c hipotezleri kabul edilmiş ve H7b hipotezi ise reddedilmiştir.

4.4.5. Ölçek Puanlarının İlişisine Yönelik Korelasyon Analizi

Pearson korelasyon katsayısı, E-Wom /alt boyut toplam puanları ile tekrar satın alma niyeti ölçeği toplam puanları arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla kullanılmıştır. Korelasyon analizi, değişkenlerin bağımsız veya bağımlı olup olmadığına bakılmaksızın, aralarındaki ilişki derecesi ile yönünü belirlemek için istatistiksel bir yöntemdir. Korelasyon katsayısı (r), -1 ile +1 arasında değişen değerler almaktadır; bu değerler, ilişkinin yönü ile kuvvetini göstermektedir. İki sürekli değişken arasındaki doğrusal ilişkinin gücü ve yönü hakkında bilgi sağlar ve r ile temsil edilmektedir (Büyüköztürk, 2011). Tablo 11'de korelasyon aralıkları yer almaktadır (Cohen, 1988):

Tablo 11. Korelasyon Değerlerinin Düzeyleri

Korelasyon	Negatif	Pozitif
Yüksek	-0,50 ile -1,00	0,50 ile 1,00
Orta derecede	-0,49 ile -0,30	0,30 ile 0,49
Düşük	-0,29 ile -0,10	0,10 ile 0,29

Tablo 12. Korelasyon Analizi

	E-Wom	Tekrar Satın Alma Niyeti
E-Wom	R	1
	P	,473**
	N	394
Tekrar Satın Alma Niyeti	R	,473**
	P	0,000
	N	394

* $p < 0,05$ ** $p < 0,05$ $r = \text{Pearson korelasyon}$

Tablo 12'ye göre E-Wom ölçek puanı ile Tekrar Satın Alma Niyeti ölçek puanları arasında orta düzeyde pozitif yönde bir ilişki olduğu bulgusuna ulaşılmıştır ($r:0,473$, $p < 0,05$).

4.4.6. Regresyon Analizine Yönelik Bulgular

Tablo 13. Çoklu Regresyon Analizine Yönelik Bulgular

Bağımlı Değişken: Tekrar Satın Alma Niyeti						
Bağımsız değişken	B	S. Hata	B	T	P	Durbin-Watson
Sabit	1,235	0,205		6,029	0,000	
Görüş Verme	0,054	0,040	0,071	1,346	0,179	0,554
Görüş Alma	0,579	0,052	0,517	11,125	0,000	
Görüş Aktarma	0,029	0,037	0,038	0,786	0,433	
R: 0,565	F (3:394): 60,920					
Düzeltilmiş R²: 0,319	P < 0,05					

Tablo 13'teki verilere göre, (Düzeltilmiş R²: 0,319, $p < 0,05$) olarak hesaplanmıştır. Düzeltilmiş R² değeri bağımsız değişkenin bağımlı değişkeni ne oranda açıkladığını belirtmektedir. E-Wom alt puanlarının tekrar satın alma niyeti puanlarının %31,9'unu açıklamaktadır. Standartlaştırılmış regresyon katsayılarına göre, yordayıcı (bağımsız) değişkenlerin tekrar satın alma niyeti puanı üzerindeki önem sırası; görüş verme alt boyut puanı ($\beta=0,071$), görüş alma alt boyut puanı ($\beta=0,517$), görüş aktarma alt boyut puanı ($\beta=0,038$), olduğu tespit edilmiştir. Regresyon katsayılarının anlamlılığına ilişkin t testi sonuçları incelendiğinde görüş alma alt boyut puanı değişkeninin, tekrar satın alma niyeti puanı üzerinde anlamlı (önemli) bir yordayıcı olduğu anlaşılmaktadır ($p < 0,05$). Görüş verme ve görüş aktarma alt boyut puanı değişkenlerinin ise tekrar satın alma niyeti puanı üzerinde anlamlı (önemli) bir yordayıcı olmadığı tespit edilmiştir ($p > 0,05$). Modele göre; katılımcıların E-Wom alt boyutu olan görüş alma düzeyinde meydana gelen bir birimlik artışın, katılımcıların tekrar satın alma niyeti algı düzeylerini 0,517 birim artırdığı ortaya konulmuştur. H9 hipotezi kabul edilmiş ve H8 ve H10 hipotezleri reddedilmiştir.

5. Sonuç ve Tartışma

Elektronik ağızdan ağıza iletişim aracılığı ile tüketiciler arasında doğal bir etkileşim sağlanarak mal veya hizmetler hakkında olumlu söylemlerin yayılması teşvik edilmektedir. Tüketicilerin, arkadaşları veya aile üyeleri arasında ürünler hakkındaki olumlu deneyimleri duymaları, tekrar satın alma niyetlerini artırabilmektedir. Ayrıca, güvenilir bir kaynaktan gelen tavsiyelerin etkisiyle tüketicilerin ürüne olan güveni artmakta ve satın alma kararları olumlu biçimde etkilenebilmektedir. Dolayısıyla, E-Wom'un, sadakat duygusunu geliştirmede ve tekrar satın alma niyetini artırmada, marka yöneticilerinin hassasiyetle üzerinde durması ve strateji geliştirmesi gereken kritik bir kavram olduğu ifade edilebilmektedir. E-Wom ile gerçekleştirilen bir pazarlama stratejisi ayrıca, müşteri deneyimini iyileştirmeye odaklanan işletmeler için de değerli bir araç niteliği taşımaktadır. Olumlu deneyimler yaşayan müşteriler, mal veya hizmetler hakkında olumlu görüşlerini daha fazla kişiye aktarma eğilimindedir. Bununla birlikte paylaşılan olumlu deneyimler aracılığı ile işletmelere, kurumsal itibarı artırma bağlamında da olumlu dönüşler sağlanmaktadır. E-Wom ayrıca müşteri potansiyelini genişletmek ve yeni müşteriler elde etmek için önemli bir araç niteliği taşımaktadır. E-Wom, müşteri ilişkilerini güçlendirmeye yardımcı olmakta, uzun vadeli müşteri ilişkilerinin

geliştirilmesine önemli katkılar sunmaktadır. Başarılı bir E-Wom aracılığı ile müşteriler arasında topluluk duygusu oluşturulmakta ve bu da müşterilerin markayla daha derin bir bağ kurmasını mümkün kılmaktadır.

Yapılan bu çalışmanın amacı; E-Wom'un tekrar satın alma niyetine olan etkisini ampirik bir araştırma ile ortaya koymaktır. Çalışmanın uygulama kısmında, Konya ilinde online alışveriş sitesini kullanan 18 yaş üzeri 394 katılımcı ile anket uygulaması gerçekleştirilmiştir. Verilerin analizi neticesinde; E-Wom ve tekrar satın alma niyetinin katılımcıların cinsiyet faktörüne göre farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmış ve H1, H1a, H1c hipotezleri kabul edilmiş, H1b hipotezi reddedilmiştir. E-Wom katılımcıların medeni durum faktörüne göre farklılık göstermemekte olup tekrar satın alma niyetinin katılımcıların medeni durum faktörüne göre farklılık gösterdiği bulgusu elde edilmiştir. H2, H2a, H2b, H2c hipotezleri ise reddedilmiştir. Katılımcıların yaş durumu faktörüne ilişkin fark testlerine bakıldığında ise E-Wom'da farklılık tespit edilmiş, tekrar satın alma niyetinde ise farklılık görülmemiş olup H3, H3a hipotezleri kabul edilmiş ve H3b, H3c hipotezleri reddedilmiştir. E-Wom'un katılımcıların eğitim durumu faktörüne göre farklılık olmadığı görülmüş, katılımcıların tekrar satın alma niyetine eğitim durumu faktörüne göre farklılık olduğu tespit edilmiştir. H4c hipotezi kabul edilmiş ve H4, H4a, H4b hipotezleri ise reddedilmiştir. Katılımcıların E-Wom'un meslek faktörüne göre farklılığa bakıldığında ise fark görülmemiş olup tekrar satın alma niyetinin mesleklere ilişkin farklılık olduğu bulgusuna ulaşılmış ve H5a, H5b hipotezleri kabul edilmiş olup H5, H5c hipotezleri ise reddedilmiştir. Katılımcıların gelir durumu faktörüne göre fark testine bakıldığında ise E-Wom'da fark olmadığı, tekrar satın alma niyetine göre ise farklılık olduğu görülmüştür. H6b, H6c hipotezleri kabul edilmiş ve H6, H6a hipotezleri ise reddedilmiştir. E-Wom, katılımcıların tercih ettikleri online alışveriş sitesine göre farklılık olduğu bulgusuna ulaşılmış olup, tekrar satın alma niyetine göre bir farklılık olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. H7, H7a, H7c hipotezleri kabul edilmiş olup H7b hipotezi ise reddedilmiştir. Çalışmaya katılanların E-Wom alt değişkenleri ile tekrar satın alma niyeti arasında orta düzeyde pozitif yönde ilişki olduğu sonucuna varılmıştır. E-Wom alt değişkeni olan görüş almanın tekrar satın alma niyetine etkisinin olduğu, görüş verme ve görüş aktarma alt değişkenlerinin ise etkisi olmadığı bulgusu elde edilmiştir. E-Wom alt puanlarının tekrar satın alma niyeti puanlarının %31,9'unu açıklamaktadır. E-Wom alt boyutu olan görüş alma düzeyinde meydana gelen bir birimlik artışın, katılımcıların tekrar satın alma niyeti algı düzeylerini 0,517 birim artırdığı ortaya konulmuştur. H9 hipotezi kabul edilmiş ve H8 ve H10 hipotezleri reddedilmiştir. Elde edilen bulgular neticesinde E-Wom'un tekrar satın alma niyetini tek boyut üzerinde etkilediği sonucuna varılmıştır.

Çalışmada elde edilen sonuçlar Matute vd. (2016), Bulut ve Karabulut (2018), Liang vd. (2018), Heryana ve Yasa (2020) ve Ginting vd. (2023) çalışmalarla E-Wom'un yeniden satın alma niyetini etkilemesinden dolayı yapılan çalışmayla örtüştüğü görülmektedir. Yapılan bu çalışma, E-Wom'un tekrar satın alma niyetine olan önemini vurgulamakta ve pazarlama stratejilerini şekillendirme konusunda yöneticilere rehberlik etmektedir. Ancak, alandaki sürekli gelişim ve değişim nedeniyle, yeni trendleri ve tüketicilerin davranışlarını anlamak için gelecekte de araştırmalara ve çalışmalara devam edilmesi kritik önem taşımaktadır. Yapılan bu araştırmanın birtakım kısıtları bulunmaktadır. Bu çalışma kesitsel bir araştırma olup yapılacak farklı araştırmalarda daha geniş kapsamlı boylamsal çalışmalar yürütülebilir. Çalışmanın yalnızca Konya ili örnekleminde ve araştırma tekniklerinden sadece nicel analiz ile gerçekleştirilmesi de önemli bir kısıttır. Gelecekte yapılacak çalışmalarda araştırmacılara, örneklemin genişletilmesi ve karma analiz yöntemlerinden faydalanılması önerilmektedir.

6. Extended Abstract

E-Wom is a marketing strategy that involves consumers communicating the characteristics of a good or service to others through their experiences, records and recommendations. This type of marketing approach can potentially increase the reputation of the good or service by providing information through real personal experiences and impact the potential for a repeat purchase. Positive feedback from different individuals can positively affect the credibility and reputation of a good or service. Individuals tend to rely more on the suggestions of the people around them. E-Wom can further boost that trust by sharing its personal recommendations on digital platforms. E-Wom make it possible for individuals to share their own experiences. This gives you an overview of how to use potential goods or services. Sharing the experiences of products can increase the potential for buying again. In this sense, social media platforms

offer an effective space for consumers to share with goods and services on a daily basis. Positive feedback about a good or service can reach a wide audience through social media, which can increase the intention to buy again.

This research is significant in terms of assessing the relationship and impact level between the E-Wom sub-variables and the intention to buy again. The study focused on investigating the effect of E-Wom on the intention to buy again. The aim of this research is to determine whether E-Wom applications have an impact on the intention to purchase again. Within the scope of the study, it is revealed by the findings whether consumers who use online shopping sites have an effect on the intention of buying again. The survey consists of three parts. The first part of the survey includes questions and statements about demographic information, the second part focuses on E-Wom, and the third part contains statements about the intention to buy again. The E-Wom testimonies have benefited from the scale developed by Wang et al. (2016) and adapted to Turkish by Urmak (2021). In measuring the Intention to Buy Again, the scale developed by Grewal et al. (1998) and adapted to Turkish by Bayir (2020) has been utilized.

The objective of this study is to investigate the impact of Electronic Word of Mouth (E-Wom) on repurchase intention through empirical research. Upon reviewing both national and international literature, similar studies were identified, indicating that this aspect of the study will contribute to the existing body of knowledge. In the practical implementation phase of the research, a survey was conducted with 394 participants aged 18, who use online shopping platforms in the Konya province. Upon analysis of the gathered data, it was concluded that both E-Wom and repurchase intention exhibit variations based on the gender of the participants. However, there were no significant differences in E-Wom concerning the marital status of the participants, while repurchase intention varied depending on marital status. When examining the age-related differences among participants, disparities were observed in electronic word-of-mouth marketing, while no variance was found in the intention to repurchase. It was noted that E-Wom did not vary based on participants' training status, whereas a distinction was observed in their intention to repurchase. Professions did not exhibit variance in participants' E-Wom responses; however, differences were apparent in their intention to repurchase based on their professions. Analysis of participants' income status revealed no discrepancy in E-Wom, yet a variation was noted in the intention to repurchase. Furthermore, differences were identified in E-Wom based on participants' preferred online shopping platforms, whereas no variance was observed in the intention to repurchase. The study concluded that there exists a moderately positive relationship between E-Wom sub-variables and the intention to repurchase. It was found that the E-Wom sub-variable significantly influences the intention to repurchase, while the sub-variables of opinion and opinion transfer exhibit no such effect. Consequently, this research demonstrates that E-Wom strategies positively impact the intention to repurchase.

Keywords: Electronic Word of Mouth Marketing, Word of Mouth Marketing, Repurchase Intention.

Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı / Contribution of Authors

Yazarların alışmadaki katkı oranları Vasviye zlem AKGÜN %50/ Hulusi Can ALTAY %50 şeklinde dir.
The authors' contribution rates in the study are Vasviye zlem AKGÜN %50/ Hulusi Can ALTAY %50 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.

Kaynakça

- Aakash, A., & Aggarwal, A. G. (2019). Role of EWOM, product satisfaction, and website quality on customer repurchase intention. In *Strategy and superior performance of micro and small businesses in volatile economies* (pp. 144-168). IGI Global.
- Arif, M. E. (2019). The influence of electronic word of mouth (eWOM), brand image, and price on repurchase intention of airline customers. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 17(2), 345-356.
- Bayır, T. (2020). *Etnosentrizm, kalite ve fiyat bağlamında tüketicilerin memnuniyet ve pişmanlık düzeyleri ile tekrar satın alma niyetlerinin incelenmesi: Beyaz eşya markaları üzerine bir araştırma* [Doktora Tezi, İnönü Üniversitesi]. Malatya.
- Biçer, D. F., & Erciş, A. (2020). Sosyal medyada viral pazarlama (elektronik ağızdan ağıza) faaliyetlerinin tüketici satın alım niyetine etkileri. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 24(3), 1555-1575.
- Bulut, Z. A., & Karabulut, A. N. (2018). Examining the role of two aspects of eWOM in online repurchase intention: An integrated trust-loyalty perspective. *Journal of Consumer Behaviour*, 17(4), 407-417.
- Büyükköztürk, Ş. (2011). *Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı* Pegem Akademi.
- Cheung, C. M., & Thadani, D. R. (2012). The impact of electronic word-of-mouth communication: A literature analysis and integrative model. *Decision support systems*, 54(1), 461-470.
- Cohen, J. (1988). Set correlation and contingency tables. *Applied psychological measurement*, 12(4), 425-434.
- Çavuşgil, B., & Ayhün, S. E. (2021). Hizmet kalitesi ve müşteri tatmininin tekrar satın alma niyetine etkisi: Z kuşağı kahve dükkânı müşterileri üzerine bir araştırma. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(3), 2067-2085.
- Feick, L. F., & Price, L. L. (1987). The market maven: A diffuser of marketplace information. *Journal of marketing*, 51(1), 83-97.
- Flynn, L. R., Goldsmith, R. E., & Eastman, J. K. (1996). Opinion leaders and opinion seekers: Two new measurement scales. *Journal of the academy of marketing science*, 24, 137-147.
- Ginting, Y., Chandra, T., Miran, I., & Yusriadi, Y. (2023). Repurchase intention of e-commerce customers in Indonesia: An overview of the effect of e-service quality, e-word of mouth, customer trust, and customer satisfaction mediation. *International Journal of Data and Network Science*, 7(1), 329-340.
- Grewal, D., Monroe, K. B., & Krishnan, R. (1998). The effects of price-comparison advertising on buyers' perceptions of acquisition value, transaction value, and behavioral intentions. *Journal of marketing*, 62(2), 46-59.
- Heryana, D. K., & Yasa, N. N. K. (2020). Effect of electronic word of mouth on repurchase intention mediated by brand attitude. *International Research Journal of Management, IT and Social Sciences*, 7(2), 9-20.
- Hume, M. (2008). Developing a conceptual model for repurchase intention in the performing arts: The roles of emotion, core service and service delivery. *International Journal of Arts Management*, 40-55.
- Jalilvand, M. R., Esfahani, S. S., & Samiei, N. (2011). Electronic word-of-mouth: Challenges and opportunities. *Procedia Computer Science*, 3, 42-46.
- Karakurt, Ç. (2021). Sanal mağaza atmosferi unsurları ve instagram mağaza atmosferi unsurlarının karşılaştırılması instagram mağaza atmosferi unsurlarını belirlemeye yönelik bir araştırma. *19 Mayıs Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(4), 790-815.
- Kotler, P. (2000). *Pazarlama yönetimi* (N. Muallimoğlu, Çev.). İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Leblebicioğlu, B., & Ünsalan, M. (2015). Elektronik Ağızdan Ağıza Pazarlama Motivasyon Faktörlerinin Belirlenmesi: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *Ulusal İşletmecilik Kongresi Bildiri Kitabı*, 67-74.
- Liang, L. J., Choi, H. C., & Joppe, M. (2018). Understanding repurchase intention of Airbnb consumers: perceived authenticity, electronic word-of-mouth, and price sensitivity. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 35(1), 73-89.
- Liao, S.-H., Hu, D.-C., & Fang, Y.-W. (2023). Repurchase intention in a physical store: moderated mediating role of electronic word-of-mouth. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 51(2), 205-219.

- Liu, S., Jiang, C., Lin, Z., Ding, Y., Duan, R., & Xu, Z. (2015). Identifying effective influencers based on trust for electronic word-of-mouth marketing: A domain-aware approach. *Information sciences*, 306, 34-52.
- Matute, J., Polo-Redondo, Y., & Utrillas, A. (2016). The influence of EWOM characteristics on online repurchase intention: Mediating roles of trust and perceived usefulness. *Online Information Review*, 40(7), 1090-1110.
- Meydan, B., & Tunca, M. Z. (2024). Lüks tüketim pazarlamasında elektronik ağızdan ağıza pazarlamanın rolü üzerine bir araştırma. *Oğuzhan Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(1), 1-22.
- Norman, A. T., & Russell, C. A. (2006). The pass-along effect: Investigating word-of-mouth effects on online survey procedures. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11(4), 1085-1103.
- Özdamar, K. (2002). *Paket programlar ile istatistiksel veri analizi 1 SPSS-Minitab*. Kaan Kitapevi.
- Sandhu, M. A., Saleem, A., & Ali, A. (2021). The effects of Electronic Word Of Mouth (EWOM) and Brand-Awareness to govern the advancement of Brand Attitude towards the Brand Repurchase Intention: A case of Mobile brands in Pakistan. *iRASD Journal of Management*, 3(3), 411-428.
- Semiz, B. B., & Kartal, H. M. E. (2023). Mobil alışverişlerde algılanan hizmet kalitesinin müşteri memnuniyeti, tekrar satın alma niyeti ve tavsiye etme niyeti üzerindeki etkisinin incelenmesi. *Abant Sosyal Bilimler Dergisi*, 23(1), 161-177.
- Sullivan, Y. W., & Kim, D. J. (2018). Assessing the effects of consumers' product evaluations and trust on repurchase intention in e-commerce environments. *International Journal of Information Management*, 39, 199-219.
- Sun, T., Youn, S., Wu, G., & Kuntaraporn, M. (2006). Online word-of-mouth (or mouse): An exploration of its antecedents and consequences. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11(4), 1104-1127.
- Şemsettioglu, S., & Sağtaş, S. (2021). Sosyal medyada elektronik ağızdan ağıza pazarlamada elde edilen bilginin kullanılabilirliğini etkileyen faktörlerin belirlenmesi. *EKEV Akademi Dergisi*(87), 537-562.
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2013). *Using multivariate statistics* (Vol. 6). pearson Boston, MA.
- Topal, İ., & Nart, S. (2017). Elektronik ağızdan ağıza iletişim davranışlarının satın alma niyeti üzerine etkisi: Facebook örneği. *Global Journal of Economics And Business Studies*, 6(12), 127-144.
- Urmak, T. (2021). *Marka imajının marka tercihi üzerindeki etkisinde elektronik ağızdan ağıza pazarlamanın aracılık rolü: Bilişim sektöründe bir uygulama* [Doktora Tezi, Haliç Üniversitesi]. İstanbul.
- Urmak, T. T., & Kıyat, G. D. (2021). Marka imajının elektronik ağızdan ağıza pazarlama (eaap) üzerindeki etkisi: Notebook kullanıcıları üzerine bir araştırma. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(40), 505-524.
- Verma, S., & Yadav, N. (2021). Past, present, and future of electronic word of mouth (EWOM). *Journal of Interactive Marketing*, 53, 111-128.
- Wang, T., Yeh, R. K.-J., Chen, C., & Tsydypov, Z. (2016). What drives electronic word-of-mouth on social networking sites? Perspectives of social capital and self-determination. *Telematics and Informatics*, 33(4), 1034-1047.
- Zhang, Y., Fang, Y., Wei, K.-K., Ramsey, E., McCole, P., & Chen, H. (2011). Repurchase intention in B2C e-commerce—A relationship quality perspective. *Information & Management*, 48(6), 192-200.

Konya'nın Sosyal İşareti: Şivlilik*

İslam CAN** 
Hüseyin ÖZİL*** 

ÖZ

Bu çalışmanın amacı, şivlilik geleneğinin ürettiği toplumsal ilişki biçimlerinin ortaya konulmasıdır. Çalışma; şivlilik geleneği, geleneğin yaşadığı değişimler ve şivliliğe katılan kişilerin deneyimlerini ortaya koymaktadır. Söz konusu durumların ortaya konulması için nitel araştırma yöntemi benimsenmiştir. Nitel araştırmaya yöntemlerinden fenomenolojik desenin benimsendiği çalışmada 26 kişiyle görüşülmüştür. Görüşülen kişilere; şivlilik deneyimleri, geleneğin kaybolan adetleri, geleneğe yeni eklenen formlar, şivliliğin kişi ve toplum üzerindeki etkileri hakkında sorular sorulmuştur. Görüşmeler MAXQDA Analytics Pro 2022 programıyla analiz edilmiştir. Bulguların analizinde dört temaya ulaşılmıştır. Bunlar; geçmişten günümüze şivlilik, şivlilik günü, şivlilik tüketimi ve şivliliğin sosyal işlevidir. İlk tema kişilerin kendi çocukluk döneminde yaşadıkları ve gelenek üzerinde yaşanan değişimleri aktarmaktadır. İkinci tema şivlilik günü yaşanan mutabakat ritüelleri üzerinde durmaktadır. Bu başlıkta fener alayı, şivlilik sabahı, şivlilik çantası, "p(b)isi" gibi şivlilikle özdeşleştirilen durumlar anlatılmaktadır. Üçüncü temada şivlilik geleneğinde yaşanan değişimler detaylandırılmakta ve ailenin şivlilik üzerindeki etkisi ortaya konulmaktadır. Son tema ise şivliliğin kişi, aile, komşuluk ve kent üzerinde oluşturduğu değişimlere değinilmektedir. Kısacası şivlilik, çocukların ve ailelerin bir bayram gibi kutladığı ve hayatın stresinden uzaklaştığı rutin dışı geçirilen bir gündür.

Anahtar Kelimeler: Şivlilik, Şivlilik Günü, Konya, Gelenek, Fenomenoloji.

Social Sign of Konya: Shivlilik

ABSTRACT

The aim of this study is to reveal the forms of social relations produced by the tradition of shivlilik. The study reveals the tradition of shivlilik, the changes in the tradition and the experiences of the people participating in shivlilik. Qualitative research method was adopted to reveal these situations. In the study where phenomenological design, one of the qualitative research methods, was adopted, 26 people were interviewed. The interviewees were asked questions about the experiences of shivlilik, the lost customs of the tradition, the new forms added to the tradition, and the effects of shivlilik on the individual and society. The interviews were analysed with MAXQDA Analytics Pro 2022 software. Four themes were arrived at in the analysis of the findings. These themes are as follows: shivlilik from the past to the present, shivlilik day, shivlilik consumption and the social function of shivlilik. The first theme describes the changes that people experienced in their childhood and the changes in the tradition. The second theme focuses on the customary rituals on the day of shivlilik. Under this title, situations such as torchlight procession, shivlilik morning, shivlilik bag, "p(b)isi", which are associated with shivlilik, are described. The third theme elaborates on the changes in the tradition of shivlilik and reveals the influence of the family on shivlilik. In the last theme, the changes that shivlilik creates on the individual, family, neighbourhood and city are mentioned. In summary, shivlilik is a non-routine day that children and families celebrate like a holiday and get away from the stress of life.

Keywords: Shivlilik, Shivlilik Day, Konya, Tradition, Phenomenology.

* Bu çalışma, Selçuk Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri (BAP) Koordinatörlüğü tarafından 24401036 proje numarasıyla desteklenmektedir. Çalışmanın gerçekleştirilmeden önce Selçuk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Bilimsel Etik Değerlendirme Kurulundan 27.02.2024 tarihli 2024/35 karar sayısıyla onay alınmış, çalışma alınan onaydan sonra gerçekleştirilmiştir./ This study is supported by Selçuk University Scientific Research Projects (BAP) Coordination Office with project number 24401036. Before carrying out the study, approval was received from Selçuk University Faculty of Letters Scientific Ethics Evaluation Board with decision number 2024/35 dated 27.02.2024, and the study was carried out after the approval.

** **Corresponding Author/Sorumlu Yazar,** Doç. Dr./Assoc. Prof. Dr., Selçuk Üniversitesi, Konya, Türkiye/ Selçuk University, Konya, Türkiye, islamcan@hotmail.com

*** Dr. Öğr. Üyesi/Asst. Prof., Selçuk Üniversitesi, Konya, Türkiye/ Selçuk University, Konya, Türkiye, huseyin-ozil@hotmail.com

Makale Gönderim ve Kabul Tarihleri/Article Submission and Acceptance Dates: 30.04.2024-13.06.2024

Citation/Atf: Can, İ., Özil, H. (2024). Konya'nın sosyal işareti: şivlilik. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 54, 489-507. <https://doi.org/10.52642/susbed.1476385>

This work is licensed under Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License



1. Giriş

Toplumların ortak mirası olarak görülen gelenekler, sürekliliğin ve meşruiyetin kaynağıdır. Dolayısıyla gelenekler, hem toplumun değerlerini ve uygulama biçimlerini hem de bu değerlerin aktarım şeklini ifade eder. Değerler, onları uygulayanların ortak bilgi anlayışlarını ve davranışlarını yansıtmaları bakımından önem taşır (Yılmaz, 2005, s. 40). Bu minvalde Anadolu'da özüne bağlı kalınarak uygulanan pek çok geleneğe rastlamak mümkündür. Aşure, Hıdırellez, Nevruz, Tekecik Gezmesi, Şivlilik ve Fener Alayı bu geleneklerden bazılarıdır (Arslan & Meydan, 2023, s. 1126; Çakır, 2005, s. 371).

Şivlilik, Konya'ya has bir gelenektir. Üç ayların başlangıcı olan Receb ayının ilk Perşembe günü, Konya'da "Şivlilik Günü" olarak kutlanır. Akşamına Regaip Kandili'nin de kutlandığı Şivlilik Günü, Konya'nın merkezinde ve köylerinde yaşayanlar tarafından, "İlk Namaz" olarak da adlandırılır (Varnalı, 2022, s. 34; Desteli, 2014). Konya'da "İlk Namaz", "Orta Namaz" ve "Büyük Namaz" olarak adlandırılan aylar sırasıyla Recep, Şaban ve Ramazan aylarıdır. Konyalılar bu ayları bir tekerleme gibi sayarak ifade ederler: "*Cemaziyelvel, Cemaziyelahir, İlk namaz, Orta namaz, Ramazan*". Üç aylar olarak da bilinen bu ayların; namaz, kandil ve şivlilik gibi kendine has adetleri vardır (Görgülü, 2018, s. 71; Sakaoglu, 2016, s. 10; Işık, 2000, s. 19). Bu nedenle şivlilik, birçok araştırmacının dikkatini çekmiş ve araştırmalara konu olmuştur.

Şivlilik üzerine yapılan araştırmaları üç gruba ayırmak mümkündür: (1) Şivliliği tanıttıcı nitelikte çekilen kısa **belgeseller** ve şivlilikle ilgili **haberler** (IRT Avaz, 2015; Show Ana Haber, 2023; Kontv Haber, 2023 vd.), (2) şivlilik geleneğine dair kültür sanat dergilerinde çıkan **tanıtım yazıları** (Sakaoglu, 2023; Varnalı, 2022; Işık, 2000; Işık, 2013; Şahin, 2022), (3) çeşitli akademik alanlarda yayımlanan **şivlilik araştırmaları** (Fikret, 1936; Görgülü, 2018; Arslan ve Meydan, 2023; Aydın, 1985; Tekin, 2014; Sakaoglu, 2016; Koz, 1992).

Şivlilik hakkında yapılan çalışmaların temel ilgi alanı, geleneğin nasıl ortaya çıktığıyla ilgilidir. Bu bağlamda şivliliğin doğuşu, tarihsel süreçte gerçekleştirilen kutlama biçimleri ve yaşayan kültürel bir miras olarak şivliliğin önemi, bu çalışmaların temel ilgi odağıdır. Ancak bu çalışmalarda şivlilikle doğrudan ilişkilendirilebilecek bazı konuların çalışılmadığı görülmektedir. Çalışılmayan bu konular arasında; şivliliğin sosyal ilişkiler üzerindeki etkisi, zaman içerisinde yaşanan değişimler, aile-çocuk ilişkileri, şivlilik tüketiminin insan sağlığı üzerindeki etkileri ve belediyelerin şivlilik uygulamaları gibi hususlar sayılabilir. Ayrıca pek az çalışma dışında (Arslan, 2021 ve Gündüz, Çiftçi, & Sekmenli, 2015), şivlilik çalışmaları, saha araştırmalarıyla desteklenmemiştir. Saha çalışmasıyla desteklenen Arslan'ın çalışması, eğitim alanında yapılmıştır. Bu çerçevede çalışmanın temel ilgisi, şivlilik geleneğine odaklanmaktan ziyade, şivliliğin sosyal bilgiler dersi bağlamında bir kültürel aktarım aracı olarak ne şekilde kullanılabileceği üzerinedir. Diğer çalışma ise sağlık alanında gerçekleştirilmiş olup şivlilikten ziyade fener alayında oluşan yanıkların önlenmesi ve tedavisine yöneliktir. Dolayısıyla şivlilik geleneğinin çeşitli bağlamlarına odaklanan ve farklı boyutlarını ele alan çalışmalara ihtiyaç duyulduğu görülmektedir.

Bu araştırma söz konusu eksikliklerden bazılarına cevap vermeyi hedeflemektedir. Bu çerçevede araştırmanın temel amacı şivlilik geleneğinin ürettiği toplumsal ilişki biçimlerinin ortaya konulmasıdır. Bu ilişki biçimleri, şivliliğe katılan kişilerin deneyimlerinden elde edilmiştir. Çalışmada söz konusu deneyimler aktarılmadan önce şivlilik geleneğinin ne olduğu ve ne tür karakteristik özelliklere sahip olduğu üzerinde durulacaktır. Daha sonra ise şivlilik geleneğinde kaybolan adetler, bu geleneğe yeni eklenen formlar, şivliliğin kişi ve toplum üzerindeki etkileri gibi konular, sahadan elde edilen bulgular ışığında analiz edilecektir.

2. Konya'nın Sosyal İşareti: Şivlilik

Günümüzde şivlilik, bir gün ve bir gece olarak kutlansa da eskiden bir ay süreyle toplumsal hayatı etkileyen bir gelenek olarak yaşanmıştır. Bu dönemi Ali Işık (2024) şu sözlerle anlatır;

... cemaziyelahir ayının girmesiyle akşam yemeğinden sonra duyulmaya başlayan trampet ve davul sesleri çarşıda ve evlerde Şivlilik hareketliliğini başlatırdı. Öncelikle Kapı Camii'nin güney tarafına düşen Bulgur Tekkesi civarındaki Uluğbey sakinlerinin çarşılarına gidilerek oradan birer trampet ve kaval; sonra da evde yapılmış veya yapılacak kâğıt fenerler için mum satın alırlardı. O zamanlar henüz stearin mumlar bulunmadığı için iç yağdan yapılmış, dipleri kırmızı veya yeşile boyanmış mumlar satın alınırken mahalle mescit ve camilerinin hakkı da unutulmazdı. O zamanlarda günümüzdeki gibi fener yapımını ekseriya mahallelerin bu hususta kabiliyetli gençleri üstlenirdi. Fener için yarım veya bir tabaka eseri cedüt kâğıdı alınır, üzerine çeşitli renkli boyalarla türlü şekiller, resimler, özellikle de at yabut eli kılıçlı ve bir ata binmiş bir kahraman, mesela Şah İsmail veya Aştık Kerem

resimleri yapılır, sonra ayrıca hazırlanmış olan ortası delik bir tahta tekerleğin kenarına bir silindir oluşturularak yapıştırılır; bu tahtanın delik olan ortasından da ekseriya bir karga kamışı ve bazen de bir değnek geçirilerek onların çukur olan uçlarına da mumu yerleştirilirdi. Fener yapımı XX. yüzyıl ortalarına doğru yavaş yavaş yerini hazır fenerlere bırakmaya başlamıştır. Bu dönemde Azizye Camii'nin bemen batısındaki Attarlar Çarşısı'ndaki bütün dükkânlar, rengârenk, irili ufaklı "karpuş, davul, sünnme, kuyruklu" isimleri verilen kâğıt fenerlerle tepeden turnağa kadar doldurulurdu. Bu dönemde mumlar da değişip iç yağdan yapılan mumların yerini ispermeçetten mamul mumlar almıştır.

Trampet ve kavallarla oyun oynayan çocukları asıl heyecanlandırıcı durum, mahalle baskınlarının yapılmasıdır. Bu baskınlar genel olarak çocukların karşı mahallenin kandillerine zarar vermeye çalışması, buna karşılık karşı mahallenin de kendi kandillerini korumaya çalışması üzerine kurulu bir oyundur. Hatta bu baskınlara, bıçaklı sopalı delikanlıların katıldığı da anlatılır. Günümüzde bu adet artık yaşatılmamaktadır. Ancak Mehmet Aydın 1980'lerde bu adetin Konya'nın kenar mahallelerinde nispeten var olduğundan bahsetmektedir (Fikret, 1936, s. 53; Aydın, 1985, s. 21; Çakır, 2005, s. 375-376).

Şivlilik ritüeli, bir gece evvel Fener Alayı ile başlar. Akşam ezanından sonra mahalle sakinleri sokağa çıkar. Çocuklar etrafa renk katan fenerlerini ellerine alırlar. Nevruz geleneğinde olduğu gibi burada da araba lastikleri kullanılarak büyük bir ateş yakılır. Fener Alayı; pamuk şeker, elma şekeri, balon, oyuncak ve fenerlerin satıldığı; patlayan maytapların, ateşten atlayanların seslerinin çokça duyulduğu bir gecedir. Herkesin eğlendiği, oyunlar oynandığı, şarkılar söylendiği, kaynaştığı, sohbet ettiği kısaca hoş vakit geçirdiği keyifli bir akşamdır (Görgülü, 2018, s. 71-72; Varnalı, 2022, s. 34; Tekin, 2011, s. 309).

Fener alayının sabahında çocuklar, sabah ezanıyla uyanıp sokaklara koşar. Her birinin elinde bir torba vardır. Çocuklar, yanlarına aldıkları poşet, çanta ya da torbaları yakından uzağa doğru gezerek adeta birbirleriyle yarışmasına gün boyunca doldurur. Mahalle gezilirken her kapı çalınır ve şivliliğe özel mâni okunur: "*Şivli şivli şişirmiş / Erken kalkan pişirmiş / İki çörek bir börek / Bizze namazlık gerek / Şivliliüüüüü...*" Geçmiş dönemlerde şivlilik ikramı olarak kırık leblebi, leblebi şekeri, akide şekeri, peynir şekeri, kek, kurabiye, çörek, kurutulmuş iğde, dut, üzüm, kayısı, erik gibi meyveler ve incecik pestiller verilmekteydi (Varnalı, 2022, s. 35; İstanbullu, 2023, s. 2170; Tekin, 2011, s. 309-310).

Şivlilik günü çocuklar, şivlilik toplama heyecanı yaşarken, evlerde de "bişi" hazırlama telaşı yaşanır. Günler öncesinden açılıp saç üzerinde kurutulan şebitler, su serpilerek yumuşatılır; bohça şeklinde katlanarak hazır bekletilir. Sonra da hamur yoğrulup ufak bezeler yapılır. Ocaktaki tavaya, sadece bugüne mahsus kullanılan şırlan yağı (susam yağı) dökülür. Tabak büyüklüğünde açılan bazlamalar, yağda kızartılır; sıcak sıcak şebitin içine konup üzeri örtülür. Ayrıca hazır edilen bişiler akşam olmadan konu komşuya hemen o gün dağıtılmalıdır. Çünkü ertesi güne kalırsa "el âlem ne der" endişesi taşınır. Hatta Konyalılar arasında bu telaşı anlatan bir söz söylenir; "*Namaz geçtikten sonra, şırlan yağını başına çal*". Bu söz tam zamanında yapılmayıp geciktirilmiş olan işler için de kullanılır (Fikret, 1936, s. 54; Sakaoğlu, 2016, s. 11; Tekin, 2011, s. 312).

Şivlilik günü yaşananları genel hatlarıyla bu şekilde ortaya koymak mümkündür. Ancak şivliliğin nasıl yaşandığı kadar, nereden ve nasıl tevarüs ettiği de önemlidir. Zira bu husus birçok araştırmacının ilgisini çekmiştir. Buna karşın şivliliğin kökenine dair farklı rivayetlerin olduğu anlaşılmaktadır.

Şivlilik âdetinin gerek Türk dünyasında gerekse de İslâm âleminde bulunmayıp onun sadece Konya şehir merkezi ile sınırlı oluşu; bu âdetin, bu coğrafyada yaşamış, eski bir kavme ait olduğu kanaatine neden olmaktadır. Buna karşın "namaz";¹ ilk bakışta ibadetlere ve sosyal dayanışmaya yönelik uygulamalarıyla İslâmî bir âdetmiş gibi görünür. Ancak flüt/kaval, def/trampet, ateş, kavga ve gürültüler, onun İslamlık öncesi bir âdet olduğunu ortaya koymaktadır. Başta (Fikret Naci) da, flütü dayanak göstererek bu âdetleri Friglere dayandırır (Işık, 2013, s. 254; Işık, 2024; Fikret, 1936).

Şivlilik kelimesine etimolojik açıdan bakıldığında, şib-li-lik > şiv-li-lik dönüşümünün Türkçeye mugayir bir hadise olmadığı görülmektedir. Zira sub > suv > su örneğinde olduğu gibi, Türkçede bir b>v değişmesinin söz konusu olmadığını belirten Işık, şivliliğin muhtemelen Friglere dayandığını belirtir. Ona göre Anadolu'yu yurt tutan Türkler, bu âdeti reddetmek yerine onu İslamlaştırarak kendilerine mal etmişlerdir. Ayrıca Frigce olan ismini de korudular yahut da Farsça veya Arapçadan bu âdete bir isim buldular. Farsçada bu âdeti karşılayacak bir "şib/şiv" kelimesi yoktur. Arapçada ise "doyuran, açlığı

¹ Namaz ve şivlilik, Konya'ya özgü adetlerdendir. Namaz büyükleri ilgilendirirken şivlilik, küçükleri ilgilendirir. Namaz, İslam dinince kutsal 'üç aylar'ın ilk ikisi olan "Recep" ve "Şaban" aylarının Konya merkezindeki adıdır (Işık, 2000, s. 19).

gideren” anlamlı bir [şib'] kelimesi mevcuttur. Şivlilik'in bu kelimedenden türemiş olabileceği, anlamından dolayı daha makul görülmektedir (2013, s. 255).

Şivliliğin kökenine dair açıklamalardan biri de, Işık'ın görüşlerini destekleyecek şekilde, geleneğin kökenini Ebubekir Muhammed Şibli'ye dayandıran rivayettir. Hicretin 334 yılında vefat etmiş olan Ebubekir Muhammed Şibli, rüyasında Hazreti Peygamberin ana rahimine düştüğü gecenin, Recebin ilk perşembesi olduğunu görür. Rüyasında aldığı bu haberi de oturduğu şehrin bütün evlerine duyurur. Haberi duyanlar ise ona birer parça azık/nevale verirler. Bu durum zamanla çocuklar tarafından sahiplenilen bir adet haline gelir (Fikret, 1936, s. 54; Görgülü, 2018, s. 72). Buna karşın şivlilik adetinin gerek Türk dünyasında gerekse bütün bir İslâm âleminde bulunmayıp da sadece Konya şehir merkezi ile sınırlı oluşu bu açıklamayı zayıflatmaktadır. Ayrıca Şibli'nin Konya'da yaşadığına dair hiçbir tarihî kaydın olmayışı bu açıklamayı daha da zayıflatmaktadır (Işık, 2024; Fikret, 1936).

Bir diğer açıklama da Konyalı şair İsmail Detseli'nin “*Şivlilik-Pişinin Tarihçesi*” yazısındaki ifadelerine dayanır. Şivlilik'in ya da pişinin tarihçesini annesinden öğrendiğini belirten şair, şivliliğe dair şu açıklamalarda bulunur;

1071'den önceleri Konya ya göçer olarak gelen atalarımız olan aileler böyle bir ilk namaz günü daha yerleşik düzen kurup bir yerde iskan olmadan çadır hayatı yaşarlarken çadırdaki bilge analarımızdan birinin beyi yağlı bir hamur yemeği yapmasını istemiş. Göçer aileler devamlı yufka ekmeği yaparlardı ki göçerken taşınması kolay olsun diye adam yufkanın içersini zenginleştirmek için hanumundan yağlı bir ekmeğe yapmasını isteyince hanumun aklına bugün bişi dediğimiz nesne takılmış. O zamanlar böyle başgaş (başbaş)yağı. Şırlağan (susam)yağı gibi likit yağlar yokmuş ama buna karşılık koyunlardan sağılan sütlerden oluşturulmuş sade yağı varmış. O yağ ile sabahın erken saatinde çadırın büyük anası çadırın önüne bir meydan ataşı yakmış ve dığan tavasında(Dığan tavası leğenin küçüğü olup geniş ekmeğe ocağına sığabilen içersinde bolca et ve kalabalık aileler için yemek pişirilen bir kap) erittiği bolca sade yağın içersine ufak bezelerden oluşan yaygınlaştırdığı yuvarlak hamurları salvermiş onlar yağın içersinde şiv şiv şiv civir civir diyerek tatlı sesler çıkarıyor ve etrafı saran mis kokusunu andıran sade yağın dayanılmaz kokusuna bütün obanın küçük büyüğü herkesler uyanmış ve kokunun geldiği çadıra doğru koşmuşlar bu gelen kalabalığı gören çadırın taze gelini tavada pişilerini unutmuş ve etrafa bakınmaya başlamış ve ana pişti ana pişti pişiyor deyince adı bişilerin kaynarken çıkardığı o şiv ve vicirler seslerinden dolayı da şivlilik adı verilmiş ve o gün bugün adı şivlilik olarak kalmış (Desteli, 2014).

Vedat Çakır ise “*Konya'nın Geleneksel Eğlence Kültürü*” (2005, s. 375) başlıklı yazısında şivlilikle ilgili şunları söylemektedir: “Konya'da çocuklar yırtıcı, göçmen bir kuş olan ve yerel ağzda “Cüllülük” adıyla bilinen kuşun çıkardığı sese şivlilik derlerdi”. Buradan hareketle Çakır, şivliliğin kuşun sesinden geldiğini belirtmektedir.

Görüldüğü gibi şivliliğin kökenine dair yapılan araştırmalar arasında bir uzlaşma yoktur. Ancak gelenek tüm canlılığıyla yaşanmakta ve yaşatılmaktadır. Hatta son yıllarda şivliliğin bir kent festivaline dönüştüğü kutlamalar görülmektedir. Bu nedenle şivlilik, Konya kent yaşamında önemli bir yere sahiptir ve araştırılmaya değerdir.

3. Araştırma Yöntemi

Çalışmada nitel araştırma yöntemi benimsenmiştir.² Çünkü nitel yöntemler, bireylerin algılarının ve olgularının doğal ortamında derinlemesine bir şekilde incelenmesine imkân veren araştırmalardır (Yıldırım & Şimşek, 2013, s. 41). Bu imkân, şivlilik geleneğine katılan kişilerin geleneğe dair yaşamlarının belirlenmesinde ve algılarının betimlenmesinde kullanılmıştır. Nitel araştırmalar ayrıca insanların dünyayı nasıl algıladıklarını ve dünyada ne gibi deneyimler yaşadıklarını da inceler (Merriam, 2018). Dolayısıyla şivliliğin oluşturduğu sosyo-kültürel ortam da, nitel araştırmanın söz edilen özelliğiyle uyumluluk göstermektedir.

Çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden fenomenolojik desen tercih edilmiştir. Çünkü alanda gerçekleştirilen çalışmalar, büyük oranda geleneğe dair mutad davranışların betimlenmesine odaklanmakta, insan deneyimleri ise göz ardı edilmektedir. “Fenomenoloji, ‘yaşanılmış’ uzamın; zamanın ve dünyanın bir özetidir” (Merleau-Ponty, 2020). Bu durum fenomenolojik desen tercihinin bir diğer nedenidir. Şivliliğin analizini, anlamını ve değişimini ortaya koymayı amaçlayan bu araştırma ise kuşkusuz yaşanan dünyadan bağımsız düşünülemez. Ayrıca fenomenoloji, deneyimlerin doğası ve anlamı hakkında daha derin bir anlayış kazanmayı amaçlar (van Manen, 1990, s. 9). Bu yönüyle fenomenoloji, toplumların gelenekleri

² Çalışmanın gerçekleştirilmeden önce Selçuk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Bilimsel Etik Değerlendirme Kurulundan 27.02.2024 tarihli 2024/35 karar sayısıyla onay alınmış, çalışma alınan onaydan sonra gerçekleştirilmiştir.

incelenirken, konuya dair önyargılara kapılmadan inceleme imkânı tanıması nedeniyle kullanışlıdır. Çünkü fenomenoloji, dünya hakkındaki bilginin ediniminde algının önemine dayanan bir varlık bilimidir.

3.1. Çalışma Grubu

Fenomenolojik deseni uygulayan nitel çalışmalarda veri kaynağı, araştırmanın odağında yer alan olguyu deneyimleyen ve bu olguyu dışı vurabilecek kişilerden elde edilmektedir (Yıldırım & Şimşek, 2013, s. 71). Bu nedenle araştırmanın çalışma grubu, şivlilik geleneğini deneyimleyen ve çocuklarıyla hala geleneği yaşatan kişilerden oluşturmaktadır. Araştırma, Konya ilinin merkez ilçelerinde (Selçuklu, Meram ve Karatay) gerçekleştirilmiştir. Tablo 1'de çalışma grubuna ait özellikler gösterilmektedir.

Tablo 1. Çalışma Grubu

Kod	Yaş	Cinsiyet	Eğitim	İkametgah	Kod	Yaş	Cinsiyet	Eğitim	İkametgah
K1	49	Kadın	Üniversite	Karatay	K14	41	Erkek	İlkokul	Meram
K2	42	Erkek	Üniversite	Meram	K15	52	Kadın	Lise	Meram
K3	30	Kadın	İlkokul	Meram	K16	35	Kadın	Üniversite	Selçuklu
K4	33	Kadın	Üniversite	Selçuklu	K17	79	Erkek	İlkokul	Selçuklu
K5	51	Kadın	Üniversite	Selçuklu	K18	30	Erkek	Lise	Meram
K6	49	Erkek	Lise	Selçuklu	K19	54	Kadın	Ortaokul	Karatay
K7	79	Kadın	İlkokul	Selçuklu	K20	34	Erkek	Üniversite	Karatay
K8	46	Kadın	Lise	Selçuklu	K21	47	Kadın	Lise	Meram
K9	25	Kadın	Ortaokul	Selçuklu	K22	34	Erkek	Üniversite	Karatay
K10	48	Kadın	İlkokul	Selçuklu	K23	70	Erkek	Üniversite	Karatay
K11	79	Erkek	İlkokul	Selçuklu	K24	67	Erkek	İlkokul	Karatay
K12	75	Kadın	Lise	Meram	K25	45	Erkek	Üniversite	Karatay
K13	50	Kadın	Lise	Meram	K26	40	Erkek	Üniversite	Karatay

3.2. Veri Analizi

Bu çalışmada veri toplama aracı olarak görüşme tekniği kullanılmıştır. Bu doğrultuda katılımcılara “Yarı Yapılandırılmış Görüşme Formu” uygulanmıştır. Böylelikle araştırmacıların hem elde etmek istediği verilere ulaşılmış hem de katılımcıların deneyime dair söylemek istedikleri sınırlandırılmamıştır. Veri analiz süreci de saha çalışmasından alınan verilerin toplanması ve derlenmesiyle başlamıştır (Yin, 2016, s. 186). Çünkü analiz süreci, saha çalışmasından bağımsız düşünülemez (Kümbetoğlu, 2019, s. 152). Bu yüzden nitel araştırmalarda, saha sürecini ve verilerin çözümlenmesini net bir şekilde birbirinden ayırmak mümkün değildir.

Tüm fenomenolojik yaklaşımlar, katılımcıların yaşanmış deneyimlerini yakalamaya çalışırken, farklı kavramları kullanır ve farklı veri toplama yöntemlerini vurgular (Gill, 2014, s. 127). Bu çalışmada, deneyime dair yeni olasılıklar üretme arzusunu ve yorumu kısıtlayabilecek, önceden var olan kategorilerden uzaklaşmak için tümevarımsal bir analiz yöntemi seçilmiştir (Tomkins & Eatough, 2014, s. 7).

Söz edilen tümevarımsal yönelim, saha verilerinin çözümlenmesinde ve kodların oluşturulmasında rol oynamıştır. Bu çerçevede çalışmanın kodlarının oluşum sürecinin ilk basamağında, görüşmeler okunup çalışma sorularına cevap verme potansiyeli taşıyan metinlerin yanlarına, durumu anlatan ifadeler yazılarak kodlamalar yapılmıştır (Merriam, 2018, s. 170). Daha sonra listelenen tüm kodlar çalışmanın ana ilgisi ve bağlamlarına göre listelenmiştir. Saha görüşmeleri ikinci kez okunmaya başlandığında, ilk okumadan kalan kodlamalar “şivlilik deneyimi nedir?” sorusuna yanıt verecek şekilde ele alınmıştır. İkinci okumada, deneyimin sürecine dair bir kronolojik sıra da ortaya çıkmıştır. Bu aşamada katılımcıların ifadelerinden elde edilen kodların arasında kümelenen kategorilere ve kavramlara bir geçiş yaşanmıştır (Neuman, 2017, s. 667). Saha verilerinin üçüncü okunmasında ise şivlilik geleneği için oluşturulan kategorilere dair örneklerin bulunmasında ve deneyimin aktarılmasında, karşılaştırma imkânı veren ifadelerin seçilmesi sağlanmıştır. Böylelikle şivlilik gününe dair tematik analiz yapılmıştır. Yapılan analizde dört ana temaya ulaşılmıştır. Temalar geçmişten günümüze şivlilik ve şivlilik gününün başlangıcından bitişini gösterecek şekilde organize edilmiştir.

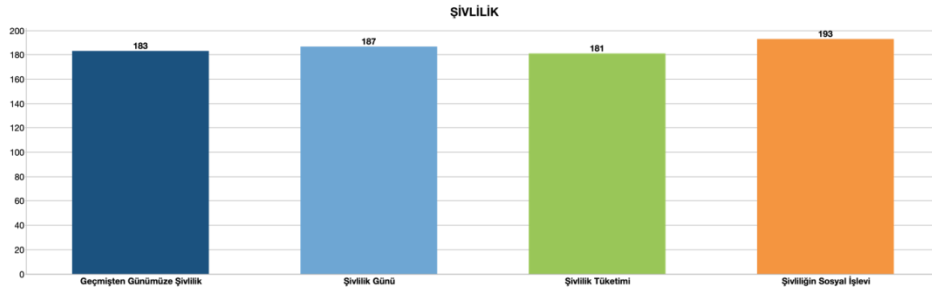
Veri analiz sürecinde bilgisayar destekli nitel veri analiz programı olan *MAXQDA Analytics Pro 2022* programı kullanılmıştır. Program yardımıyla **kod frekans tabloları** verilerek oluşturulan temaların

görüşmeler içindeki ağırlığı verilmiştir. **Kod-matris tablolarıyla** da şivliliğe dair anlatılan hususların belirli değişkenler arasında nasıl farklılaştığı üzerinde durulmuştur.

4. Araştırma Bulgularının Analizi

Çalışmada dört ana temaya ulaşılmıştır. İlk tema “geçmişten günümüze şivlilik”tir. Bu temada kişilerin kendi çocukluk döneminde yaşadıkları ve yaşanan değişimler üzerinde durulmuştur. İkinci tema ise “şivlilik günü”dür. Bu başlık altında şivlilik günü yaşanan mutata ritüeller üzerinde durulmaktadır. Fener alayı, şivlilik sabahı, şivlilik çantası, “p(b)ışı” gibi şivlilikle özleştirilen durumlar bu başlık altında ele alınmıştır. Bu başlıkta şivliliğin değişen uygulamaları üzerinde ayrıca durulmaktadır. Üçüncü tema ise “şivlilik tüketimi” adını taşımaktadır. Bu başlık şivlilik konusunda yaşanan değişimi daha da detaylandırmakta ve ailelerin şivlilik üzerindeki etkisini ortaya koymaktadır. Son tema ise “şivliliğin sosyal işlevi”dir. Bu başlık altında şivliliğin kişi, aile, komşuluk ve kent üzerinde oluşturduğu değişimlere değinilmektedir.

Grafik 1’de şivliliğe dair oluşturulan kodların frekans değerleri verilmektedir. Tabloya bakıldığında saha verilerinden elde edilen kodların yakın aralıkta dağıldığı görülmektedir. Bu nedenle her bir temanın şivlilik geleneği hakkında benzer öneme sahip olduğunu söylemek mümkündür. Söz konusu temalar aynı zamanda şivliliğe dair anlatı usulünü de göstermektedir. Bu çerçevede ilk iki tema, geleneğin mutata davranışları ve bu davranışlarda yaşanan değişimleri gösterirken son iki tema ise geleneğin kişi ve toplum üzerindeki sosyal etkilerini anlatmaktadır.



Grafik 1. Şivlilik Geleneğinin Kod Frekans Değerleri

4.1. Geçmişten Günümüze Şivlilik

Şivlilik geleneğini anlayabilmek için şivliliğin Konya için ifade ettiği anlama değinmek gereklidir. Bu çerçevede yapılan görüşmelerde dikkat çeken ilk husus, katılımcıların bu geleneği *Konya'nın sosyal işareti* olarak görmeleridir. Görüşmelerin tamamında katılımcılar, (K6 ve K18 hariç) şivliliğin Konya'ya ait ve ona mahsus olmasından mutluluk duyduklarını dile getirmişlerdir. Bu görüşü dile getirmeyen iki katılımcı da şivliliği olumsuz bir durum olarak görmemektedir. Sadece şivlilik ve Konya'ya aitlik üzerinde ifadelerde bulunmamışlardır. Söz konusu iki katılımcının görüşme dökümleri incelendiğinde, şivliliğin Konya'dan çok dinle ilişkilendirdikleri görülmektedir. Buna karşın katılımcıların genel olarak şivlilik ve Konya eşleştirmesi yaptığı söylenebilir. Katılımcılar bu eşleşmeyi şu sözlerle dile getirmektedir;

Güzel değerlendiriyorum. Sebebi de çünkü bu Konya'ya has bir olay. Bu Konya'ya has bir olay olduğun için de diğer bütün şehirlerden farklı bir pozisyona getiriyor Konya'ya. Neden getiriyor, her ilin kendine ait bir yöresel yemeği vardır ya, ya da her ülkenin belli bir zenginliği vardır. Coğrafi işaretleme dediğimiz olay var ya, bu da Konya'nın coğrafi bir işareti ya da sosyal işareti diyeyim (K2).

Şivlilik bizim çocukluğumuzdan beri süregelen bir adet, kültür. Hoş bir şey. Şivliliği sadece Konyalılar bilir. Etrafındakiler pek bilmez. Bizim de sevdiğimiz bir gelenek. Bizim küçüklüğümüzde mahalleimize, sokağımıza gelen yabancılar şivliliği garipsen, ne yapıyor bunlar derlerdi. Bilmedikleri için haliyle öyle derlerdi. Kendine has bir gelenek. Bu bir kültür. (K24).

Konya'daki şivlilik geleneği başka bir yerde yok. Sadece Konya'ya mahsus olduğun için kendimizi özel hissediyoruz. Şivlilik geleceğinde heyecanlanıyorum. Çünkü çocukluğumuzdan beri sevdiğimiz bir gelenek, görenek ve onların unutulmaması içinde elimden geldiğince çocuklarıma aşılamaya çalışıyorum (K15).

Katılımcıların ifadelerine bakıldığında şivliliğin Konya'ya has oluşunun neden olduğu mutluluk görülmektedir. *Konya'ya has bir olay, Konyalılar bilir, Konya'ya mahsus olduğun için vb.* ifadeler bu durumu kanıtlar niteliktedir. Şivlilik, kişinin ve Konyalıların kendini özel hissetmesine neden olmaktadır. Buna karşın

katılımcıların yaşı arttıkça bu hissin azaldığı fark edilmiştir. Ayrıca katılımcıların yaşı ilerledikçe şivliliğe karşı aidiyetlerinin zayıfladığı da görülmüştür. Söz konusu durumu Tablo 2'de görmek mümkündür.

Tablo 2. Geçmişten Günümüze Şivlilik İçin Yapılan Kodlamaların Kod-Matris Tarayıcısında Gösterilmesi

Kod Sistemi	Yaş=18-35	Yaş=36-50	Yaş=51-64	Yaş=65+
Şivlilik				
Geçmişten Günümüze Şivlilik				
Eski Günlerde Şivlilik	6	7	6	10
Günümüzde Şivlilik	7	10	2	2

Tablo 2 şivlilik için yapılan kodlamaların yaş grupları arasındaki dağılımını göstermektedir. Katılımcıların eski günlere dair söyledikleri ifadeler benzer bir aralıkta seyrederken, günümüzde yaşanan şivliliğe dair kodlamalarda farklılaşmaların olduğu görülmektedir. 50 ve üzeri yaşa sahip olan katılımcılar, günümüz şivlilik geleneğine dair oldukça az ifadelerde bulunurken, 36-50 yaş aralığındaki kişiler, en fazla yorum yapan grubu oluşturmaktadır. Bu durumun muhtemel nedeni, görüşülen kişilerin çocuklarının yaşlarıdır. 50 ve üzeri gruptaki kişilerin artık torunları olduğu için eski dönemlerdeki kadar şivliliğe katılmadıkları düşünülmektedir. Bu grup artık kapılarına gelen kişilere ikramda bulunup şivlilik etkinliğini sonlandırmaktadır. Ayrıca şivlilik ve namaz geleneği arasındaki bağlantının koptuğu da görülmektedir. Çünkü yapılan kodlamalara bakıldığında, şivlilikten söz eden katılımcıların artık namaz geleneğinden bahsetmedikleri fark edilmiştir. Işık'ın belirttiği gibi namaz büyükleri, şivlilik ise küçükleri ilgilendiren bir gelenektir (2000, s. 19). Ancak hem şivlilik ve namaz arasındaki bağlantının kopması hem de yaşlıların şivliliğe dair aidiyetlerinin zayıflaması, muhtemeledir ki bu gelenekten kopuşu hızlandırmaktadır.

Geçmişten günümüze bakıldığında dikkat çeken bir diğer durum ise şivlilik ikramlarının yaşadığı değişimdir. Eski günlerde şivlilik ikramından söz eden katılımcılar, sınırlı ve paralel şeylerden söz ederken günümüzdeki ikramlardan söz eden katılımcılar ise oldukça çeşitli ürünlerden söz etmektedir. Eski günlerde ikram edilen ürünlerin frekans değerlerine bakıldığında, en fazla geçen 10 sözcük şunlardır: leblebi (33), şeker (24), pişi (23), üzüm (21), çikolata (18), gofret (18), kuru (11), çerez (8) şeklindedir. Günümüzde dağıtılan şivliliklerin frekans değerlerine bakıldığında ise en fazla 10 sözcük; çikolata (15), gofret (12), şeker (12), kek (8), bisküvi (8), çubuk kraker (8), topitop (5), üzüm (4), cino (4), cips (3).

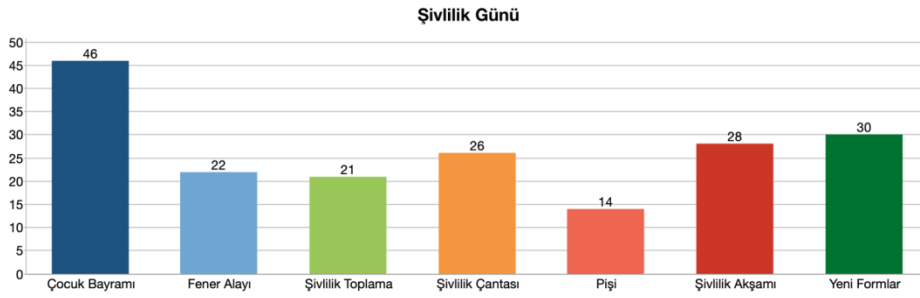
Eski günlerde dağıtılan ürünlerden en fazla tekrar edilen kelime tüm görüşmelerde 33 kere geçerken, günümüzde tekrar eden en fazla kelime bunun yarısı kadardır. Bu durumun muhtemel nedeni eski günlerde dağıtılan şivliliğin evde bulunan sınırlı sayıdaki üründen oluşmasıdır. Günümüz şivlilik ürünlerini ise daha çok marketlerden alınıp satılan ürünler oluşturmaktadır. Marketler günümüz şivlilik ürünlerini oldukça şekillendirmektedir. Marketlerin bu etkisi, geçmişten bugüne anlatılan şivlilikteki en önemli noktayı oluşturmaktadır. Katılımcıların en çok söz ettiği değişim, şivlilik ürünlerinde yaşanan farklılaşmadır. Katılımcılar eski günleri özlemle yad etseler de günümüzdeki çocukların daha şanslı olduğundan söz etmektedirler. Kırık leblebinin yerini alan ambalajlı paketler katılımcıların çoğu tarafından olumlu bir değişim olarak görülmektedir.

Şivlilik geleneğinde günümüze kadar pek çok değişim yaşanmıştır. Çalışmanın ilerleyen bölümlerinde bu değişimlerden detaylıca söz edilecektir. Ancak katılımcıların neredeyse tamamı eski günlerden günümüze doğru şivliliği anlatırken dağıtılan ürünlerden söz etmişlerdir. Bunu bir değişim olarak tanımlamışlardır. Bu durumun nedeninin, kendi çocukluklarında değerli olan şeylerin, günümüzde sıradanlaşması ve şivlilik olarak her hanede ikram edilmesi olduğu düşünülmektedir.

4.2. Şivlilik Günü

Bu bölümde mutlak bir şivlilik günü anlatılmaktadır. Bu çerçevede bir şivlilik gününün 7 aşamada tamamlandığı tespit edilmiştir. Söz konusu 7 aşama tablo 4'te gösterilmektedir. Öncelikle şivlilik tüm kentin çocuklar için hediyelerin alındığı ve bunların dağıtıldığı bir gündür. O gün tüm kent, rutin yaşamının dışına çıkıp bir bayram havasıyla hediyeleşmekte ve bu durumdan neşe duymaktadır. Söz konusu hediyeleşmenin merkezinde çocuklar yer aldığı için bu durum "çocuk bayramı" olarak ifade edilmiştir. İkinci aşama "fener alayı"dır. Fener alayı aslında şivlilik sabahından önceki gecedir. Tüm katılımcıların

şivliliği anlatırken fener alayına değinmeleri nedeniyle fener alayı şivlilik günü içerisinde değerlendirilmiştir. 3. ve 4. öğeler ise birbiriyle yakın ilişki içindedir. Bu başlıklarda şivlilik sabahı hediyelerini almaya giden çocukların şivliliklerini nasıl topladıkları, hangi komşuya gideceklerine nasıl karar verdikleri ve ne kadar şivlilik topladığı gibi konular üzerinde durulmuştur. 5. başlık ise 'pişi'dir. Pişi, şivlilik günü hamur işinden yapılan bir ikramdır. Pişiyeye özel bir başlık açılmasının nedeni, söz konusu ikramın çocukların yanı sıra yetişkinlere de yapılmasıdır. 6. başlığı, şivlilik akşamı oluşturmaktadır. Şivlilik akşamını diğer akşamlardan ayıran bazı hususlar bulunmaktadır. Şivlilik gününün akşamında, toplanan şivliliklerin ne şekilde tüketilmesi gerektiği, aşırı şivlilik tüketiminin çocuklarda ne gibi rahatsızlıklara sebebiyet verdiği ve şivlilik tüketimiyle ilgili ebeveynlerin tutumu, bu başlık altında ele alınan konulardır. Son başlık ise "yeni formlar"dır. Yapılan görüşmeler göstermektedir ki; şivlilik geleneğinde bazı ritüeller kaybolduğu gibi, bazı yeni formlar da geleneğe eklenmiştir. Söz konusu başlıkların frekans değerleri Grafik 2'de gösterilmektedir.



Grafik 2. Şivlilik Günü Frekans Değerleri

Şivlilik Konya'nın bayramıdır. Bu durum, katılımcı ifadelerinde rahatlıkla görülür. Hatta bazı katılımcılar şivliliği doğrudan bayram olarak nitelendirmişlerdir. Heyecandan uyuyamayan ve toplayacakları ürünlerin heyecanını yaşayan çocukların telaşından ve bu çocukların seslerinden mutluluk duyan yetişkinler, şivlilik zamanı bir günlüğüne de olsa gündelik yaşamın rutininden uzaklaşarak mutluluk, neşe ve heyecan duydukları bir gün yaşadıklarını ifade etmişlerdir. Bu durumu katılımcılar; *bayram günleri için çocuklar nasıl hazırlık yapıyorsa şivlilik günlerinde de aynı şekilde yani o heyecan yaşanırdı ve o heyecanın hiçbir zaman bitmediğini düşünüyorum (K5)*, *Valla sabah okula gitmesi için yalvar yakar kaldıramadığımız çocuğun 6 buçukta kendisinin kalktığını görüyoruz. Çok eğlendikleri aşikâr (K6)*, *Oldukça karmaşık, güzel, eğlenceli, her kapı önünde, her ev önünde, her apartman önünde oldukça fazla çocuk, bir bayram havası şeklinde geçiyor (K22)*, ve *Cıvı cıvı bir ortam oluyor. Sabahları erkenden her yerde çocuk sesleri oluyor. Gayet mutluluk verici. Keşke her zaman olsa diyesi geliyor insanın (K25)* gibi ifadelerle dile getirmişlerdir.

Şivliliğin getirdiği bayram havasının, üç ayların neşe içinde karşılanması ve çocukların bu dini günleri güzel hatırlamasıyla ilgili olduğu görülmektedir. Ancak söz konusu havanın geçmişten günümüze farklılaştığını da ifade etmek gerekir. Geçmişte şivliliğin, "yaklaşık bir ay önce başladığı ve şivlilik gününe doğru artan bir heyecanla yaşandığı" anlatılır (Fikret, 1936, s. 53; Aydın, 1985, s. 21; Çakır, 2005, s. 375-376). Ancak günümüzde hiçbir katılımcı bir ay öncesinden başlayan bir değişimden söz etmemektedir. Ayrıca söz edilen kandil süslemeleri, trampet ve kaval eşliğinde toplanmalar ve çocukların katıldığı mahalle baskınlarından da söz eden bir katılımcı olmamıştır. Bu durum, şivlilik kutlamalarının süreç içerisinde yaşadığı değişimi göstermektedir. Buna karşın katılımcıların fener alayı ile şivliliği birbirinden ayrı olarak değerlendirmedikleri de fark edilmiştir. Hatta şivliliğe dair anılardan söz edilirken önce fener alayının anlatılması dikkat çekicidir. Bu nedenle bu çalışmada, fener alayı ve şivlilik birlikte ele alınmıştır. Katılımcıların fener alayına dair ifadeleriyle, şivliliğe dair ifadelerinin birliktelik arz ettiği görülmüştür. Bunlar;

Aslında fener alayıyla başlıyor, sadece şivlilikten ibaret değil bizdeki bu adet. Fener alayı dediğimiz yani aslında üç ayların başlangıcını kutlamak diyebiliriz bunun adına fener alayında. Konya standartlarında lastikler yakılır, ateş yakılır. Bunlar, ateş yakma kültürleri her yörenin kendine özgü farklı. Mesela Hıdırellez günlerinde de aynı şekilde, işte baharın gelişinde de benzer kutlamalar farklı kültürlerde var. Ama bizde de üç ayların başlangıcını kutlamak gibi bir durum söz konusu. Şivlilik de bunun bir parçası. Bir gün öncesinden başlar aslında. Başlardı bizde. Lastikler yakardık çokça fazla. Bugünkü gibi çok fazla bina olmadığı için, müstakel evler olduğu için ve insanlar birbiriyle daba iç içe olduğu için büyük problemlere sebep olmuyordu açıkçası

ama bugün tabii özellikle evlerin azalması, çocukların aslında gençlerin çok da fazla ateş yakacak yeri kalmaması da aslında yavaş yavaş bu kültürün, o fener alayı kültürünün azaldığını gösteriyor, eriyeceğini gösteriyor. Sonrası, ertesi gün şivlilik, zaten fener alayından çok geç dönerdik ama o 4-5 saatlik uyku bize yetiyordu (K22).

Eskiden biz lastikler yakardık. Kadın, kız, erkek oynardık. Buradan merama gider yer bulamazdık. O gün ayın 6'sı geldi mi kimse şehirde kalmazdı. Hep çocuk çocuğunu alan dışarıya koşardı. Gezer, oynardık (K11).

Şivlilikte Konya'da ilk olarak fener alayı oluyor. En mutlu olduğumuz gün. Ateşler yakılır üstünden atlardık. Büyükleler yanarsın edersin dese de atlardık çok boşumuza giderdi. (K9).

Fener alayı kutlamasının yapıldığı gecenin sonrasındaki günün sabahında ise çocukların normalden daha erken kalkıp dışarı çıktıkları görülmektedir. Çocukların ellerinde şivlilik toplayacakları çanta veya poşetlerle kapı kapı dolaştıkları ifade edilmiştir. Söz konusu ifadelerde şivlilik toplayan çocukların şivlilik günü bir gezme stratejisi geliştirdikleri de fark edilmiştir. Bu minvalde, hangi evin ne dağıttığı bilgisi ve daha önceden bilinen zengin mahallelerdeki evler, çocuklar için öncelikli ziyaret edilecek kapıları oluşturmaktadır. Bu stratejileri bir katılımcı şu sözlerle anlatmaktadır;

Zengin kapılar, liks siteler, o dönem için iyi siteler, güzel siteler otomatik olarak güzel ürünler verirdi. Böyle eski püskü yerler kötü ürünler verirdi. Bilirdik biz onları hafızamızda. Bir sene öncesinden o iyi veriyor şu kötü veriyor diye yapmışızdır, ona göre giderdik. Önce iyi yerlere gidilirdi sabah erkenden. O yerlere gidilmesi gerekirdi çünkü bitebilirdi. Bu yüzden güzel gıda veren, güzel ürün veren yerlere ilk başta gidilir (K2).

Katılımcının ifadelerine rağmen çocukların söz konusu stratejilerinin günümüzde farklılaştığını belirtmek gerekir. Çünkü eski günlerde şivlilik toplama daha çok çocukların bir araya gelip yaptıkları bir etkinlik iken günümüzde daha çok aileyle (özellikle anne) yapılan bir etkinliğe dönüşmüştür. Söz konusu değişimi bir katılımcı şu sözlerle ifade etmektedir. Şivlilik geleneğinde bizim çocukluğumuzla şimdiki dönem arasında fark var. Bizim çocukluğumuzda istediğimiz mahalleye gönül rabatlığıyla gidilirdi. Aileler tedirgin olmazdı ama şimdiki çocukların zamanında özellikle bazı semtlerde, mesela benim eşim çocuğumun yanında gidiyor. Herhangi bir sıkıntı çıkmaması diye (K2). Günümüzdeki bu değişimi diğer katılımcılar da ifade etmektedir (K1, K4, K7). Bu durumun şivliliğin sosyalleşme ve mahalle kültürü etkisini kırdığı söylenebilir. Tablo 3 söz konusu değişimi destekler niteliktedir.

Tablo 3. Mahalle ve Şivliliğe Dair Kodların Kod Matrisi Tarayıcısında Gösterilmesi

Kod Sistemi	Yaş=18-35	Yaş=36...	Yaş=51-64	Yaş=65+	Cinsiyet=Kadın	Cinsiyet=Erkek
Şivlilik						
Geçmişten Günümüze Şivlilik						
Mahalle ve Şivlilik						
Değişen Mahalle ve Şivlilik	7	10	5	5	17	10
Mahalle Güvenliliği	4	8	2	3	10	7

Tablo 3'e bakıldığında katılımcıların yaş ve cinsiyete göre değişkenlik gösteren mahalle ve güvenliğe dair kodlamaları verilmiştir. Bu çerçevede görüşmecilerin mahalle ve güvenlik konusunda cinsiyete göre farklı düşüncelere sahip olduğu görülmektedir. Kadın katılımcılar, erkeklere göre daha fazla güvenlik konularında endişelenmekte ve buna paralel olarak daha fazla değişen mahalleden söz etmektedirler. Kadınların sahip olduğu bu endişe, çoğu zaman onları çocuklarıyla birlikte dolaşmaya itmektir. Diğer yandan katılımcıların yaşları arttıkça, mahalle ve güvenlik konularından daha az söz ettiği de görülmektedir. Bu durumun muhtemel nedeni, yaşı büyük olan katılımcıların, çocuklarının yaşlarının da büyük olmasıdır. Böylelikle çocukların güvenliği konusunda katılımcıların daha az düşündüğü varsayılmaktadır. Buna karşın yaşı ilerleyen katılımcılar, güvenliğe kıyasla daha fazla değişen mahalle olgusundan söz etmiştir. Bu durumun nedeninin, şivlilik dağıtımını apartman yöneticilerinin üstlenmesinden kaynaklanan yeni form olduğu düşünülmektedir. Çünkü şivlilik dağıtımını apartman yöneticilerinin oluşturması, değişen mahalle kodlamalarının başlıca temasını oluşturmaktadır.

Şivlilik geçmişte hane kapısı çalınarak doğrudan hediyelerin alındığı bir gelenek iken, günümüzde yer yer çocukların site önlerindeki masalardan hediyeleri alıp gittiği bir geleneğe dönüşmüştür. Artık büyük sitelerdeki yöneticiler, hanelerden şivlilik için hediyeleri toplamakta ve çocukları hiç apartmana sokmadan kapı önünde ürünleri dağıtmaktadır. Dağıtımın apartman yöneticileri tarafından üstlenilmesi, eski zamanlardaki sosyalleşme geleneğini kırmıştır. Söz konusu sosyalleşmenin terk edilmesinde birden fazla nedenin rol oynadığı düşünülmektedir. Bunlardan ilki, güvenlidir. Daha önceden söz edildiği gibi, mahallede istedikleri kapıyı çalıp şivlilik toplayan çocukları artık aileler eski dönemlerdeki kadar özgür

birakmamaktadırlar. Hatta bazı ebeveynler çocuklarının şivlilik toplamasından yaşadıkları tedirginliği dile getirmişlerdir. Bu durumu bir katılımcı şu sözlerle anlatmaktadır; *eskiden kapıları dolaşması tehlikeli değil idi. Evveli değil idi ama şimdi çocuklarını salmayanlar da var, korkuyorlar. Şimdi aileleriyle beraber çıkıyorlar zaten. Aynen hele hele küçüklerin peşinde anneleri dolanıyor (K7)*. Buna karşın eski şivlilik günlerini hatırlayan katılımcılar da bu değişimden rahatsızlık duyduklarını dile getirmişlerdir.

Şimdi güvenlik açısından eskisi gibi mahalle kültürü olmadığı için mecburen aileler getiriyor. Apartmanların önüne bir masa kuruluyor. Orada kapıcılar şivliliği toplu olarak dağıtıyor. Diğer mahalleri çok fazla bilmiyorum. Ama bizim muntıkada böyle. Ama daha eski mahalle kültürü olan yerlerde belki farklı olabilir. Bizim bulunduğumuz yer site içi olduğu için genellikle çocukları anneleri getiriyor. Onlarda bir mani söyleme yok. Sadece burada ne veriliyor ona bakıyorlar. Alıp götürüyorlar (K24).

Site önlerinden şivliliklerin alınması, çocukların komşularıyla sosyalleşmesini engellediği gibi kapı çalındıktan sonra söylenen şivlilik manisinin de artık söylenmemesine neden olmaktadır. Bu yüzden şivlilik tekerlemesinin hafızalardan silinmeye başladığı da görülmektedir. Yaşanan bu değişimi bir katılımcı şu sözlerle anlatmaktadır. *Eskiden tek kath evler vardı. Giderdik bir kapıya giderdin oradan alırdın şivliliğini çıkardın. Şimdi apartman semtleri, kapıda kapıcı bekliyor o veriyor. Binaları dolaşamıyorsun. Bunlar biraz değişik oluyor (K1)*. Diğer bir katılımcıda benzer bir durumdan söz etmektedir. *Şimdi büyük büyük apartmanlar olduğu için çocuklara izin verilmiyor ve buna ben çok üzülüyorum. Aşağıya kapıcıya veriliyor bir koli, o bitince öbür koli. Aslında bir apartman da atmış kişi oturuyorsa o çocuk oradan atmış tane bediye alacak. Benim en büyük sorunum bu. Buna bir çare bulunsun isterim (K15)*. Söz konusu değişimi örneklerde olduğu gibi diğer birçok katılımcı da eleştirmektedir (K3, K12, K21, K23, K24, K26).

Şivliliğin site önlerinde dağıtılması, çocukların sosyalleşme durumlarına ket vursa da, şivlilik toplama ritüellerinin büyük ölçüde değişmediğini söylemek mümkündür. Çocukların şivlilik günü, toplananları şivlilik çantasına koyduğu belirtilmiştir. Katılımcılar, çocuğun adının yazıldığı özel şivlilik çantalarının olduğu gibi, market poşetlerinin de şivlilik çantası olarak kullanıldığını dile getirmişlerdir. Çocuklar için şivlilik çantasından ziyade toplanan şivlilik miktarının daha önemli olduğu görülmüştür. Toplanan şivlilik miktarının geçmiş dönemlerde daha önemli olmasının nedeni, hazır gıdaların (abur cubur) eskiden daha az olması iken, günümüzde ailelerin çocuklarına bu ürünleri alma konusunda temkinli davrandıkları görülmektedir. Günümüz ebeveynleri, abur cuburları normal zamanda almayı çok tercih etmezken, şivlilikte toplanan ürünlerin (hepsini değil) az miktarda tüketilmesine izin vermektedir (K13, K17, K22, K29). Bu nedenle çocukların, bu ürünleri toplayabildiği kadar toplama eğiliminin devam ettiği görülmüştür.

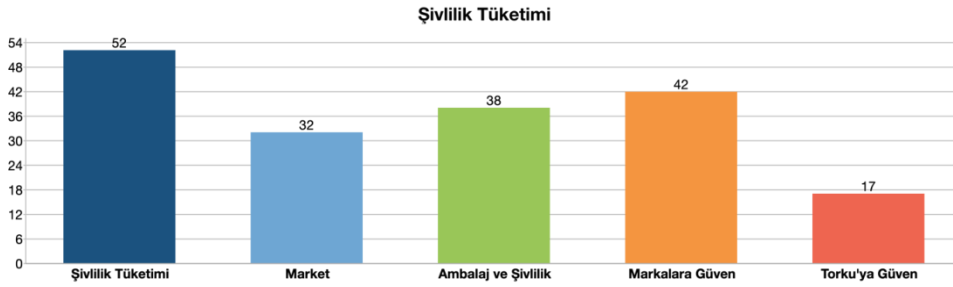
Ebeveynlerin şivlilik konusundaki etkinliğinin şivlilik dağıtma, çocuklarla birlikte dolaşma ve toplanan şivliliği kontrol etmekle sınırlı olmadığı da görülmüştür. Bu çerçevede pişi, şivlilik günü dağıtılan ve yetişkinlerin rol aldığı bir gelenektir. Buna karşın pişi dağıttığını söyleyen herhangi bir katılımcının olmadığı da belirtilmelidir. Pişiden söz eden katılımcılar, bunu şivlilik günü bazı evlerden topladıklarını ifade etmişlerdir (K9, K17, K29). Bir katılımcı bu durumu şu sözlerle anlatır. *Bizim zamanımızda şivlilikte daha çok hamur işi olarak pişi dağıtırlardı. En azından biz sabah kahvaltı yapmadık aç karnına çıktığımız için hemen de şeker yemesin çocuklar diye çoğu kişi şivlilikte pişi dağıtırdı. O aç karnına çok iyi gelir, boşumuza giderdi. Yerdik, canımız bir daha isterdi onlar da verirlerdi sağ olsunlar. Şimdi ama eskisi gibi pişi kalmadı. Daha çok herkes şeker, çikolata, çips dağıtıyorlar (K9)*. Katılımcının ifadeleri dışında pişi, mahalledeki haneler arası yetişkinlerin birbirine ikramı olarak da dağıtılmaktadır. Bu ikramlar vesilesiyle şivlilik günü yetişkinler de birbirlerinin üç aylarını ve kandillerini kutlamaktadırlar. Bu durumu bir katılımcı şu sözlerle anlatmaktadır. *Pişi gelen gidenlere değil de komşular arasında dağıtıldı. Herkes yapmazdı. Biz kalabalık olunca yapardık, yufka yapılırdı. Yufkaların içine kabartılma yapılıp sarılırdı. Yufkanın içine pişi konulurdu ki alınca el yağlanmazdı. İki bir arada olurdu (K24)*. Bu çerçevede pişi, ebeveynler arası bir kutlama biçimi olarak da kendini göstermektedir. Buna karşın şivlilik günü bu ikramın artık unutulmaya yüz tuttuğundan söz edilebilir. Çünkü katılımcılar, pişi konusunda anılarını ifade ederken eski günlerden söz etmişlerdir. Ancak günümüzde pişi yapıp dağıttığını söyleyen herhangi bir katılımcının olmaması da dikkat çekmektedir.

Şivlilik akşamı, gün boyu toplanan şivliliklerin adeta bir ritüel eşliğinde ortaya serildiği, neredeyse tüm katılımcılar tarafından dile getirilmiştir. Burada toplanan şivlilik ürünleri, bir ebeveyn kontrolünden geçmektedir. Ebeveynler ilk olarak şivliliklerin tarihlerine bakmaktadır. Bazı katılımcılar tarihi geçen şivliliklerin dağıtıldığını dile getirmişlerdir. Bu nedenle çocukların bunu yemesini engellemek için tüm ürünler kontrol edilmektedir. Diğer taraftan tüketimi oldukça zararlı görünen ürünlerle tanışık olmayan markalar da söz konusu kontrolde çocukların tüketmemesi için şivlilik çantasından uzaklaştırılmaktadır.

Son olarak ise toplanan şivliliklerin tüketilmesi aşamasına gelinmektedir. Bu aşamada çocuklar şivlilikleri biran önce tüketmek isterken, aileler günlük az miktarda tüketime izin vermektedirler. Farklı uygulamalar olsa da genelde toplanan şivliliklerin tüketimin bir süreye yayıldığı söylenebilir.

4.3. Şivlilik Tüketimi

Toplanan şivlilikler hemen tüketilirse, doğal olarak bazı sağlık sorunlarına neden olur. Bu durumun farkında olan aileler, görüşmelerde şivliliklerin zaman içinde tüketilmesini sağladıklarını belirtmişlerdir. Bu bölümde şivliliklerin tüketiminde anlatılan benzerlikler, ailelerin rolü, piyasadaki şivlilik ürünleri ve söz konusu ürünlere karşı ebeveynlerin tutumları ele alınacaktır. Grafik 3'te şivlilik tüketimi ile ilgili söz konusu başlıklar görselleştirilmiştir. İlk başlık, toplanan şivlilikler üzerinde ailenin rolünü anlatmaktadır. İkinci başlık, günümüzde dağıtılan ürünlerin belirleyici aktörlerini ele almaktadır. Diğer başlıklar ise dağıtılan şivlilik ürünlerine karşı ebeveynlerin tutumlarını anlatmaktadır. Bu çerçevede ambalajlı ve bilindik markalara yönelik güven konusu, üzerinde durulan başlıca konudur. Ek olarak Torqu'ya duyulan güven üzerinde ayrıca durulmuştur. Çünkü katılımcıların tüm markaların ötesinde Torqu'ya ayrı bir aidiyet benimsedikleri fark edilmiştir.



Grafik 3. Şivlilik Tüketiminin Frekans Değerleri

Şivlilik gününde çocukların topladıkları ürünleri, daha gezerken tüketmeye başladıkları bilinmektedir. Bu durumu, günümüzde çocuklarıyla birlikte gezen anneler değiştirmiştir. Çünkü anneler çocuklarının gün içindeki tüketimlerini düzenleyebilmektedir. Ayrıca aileler, çocuklar eve gelince şivlilik çantasını kontrol ettiklerini özellikle belirtmiştir. Yapılan görüşmelerde şivlilik çantasının kontrolü ile başlayan bir silsile fark edilmiştir. Söz konusu kontrolün başlangıcı, toplanan ürünlerin son kullanma tarihlerinin kontrol edilmesiyle başlamaktadır. Bazı katılımcılar, tüketim tarihi geçen ya da geçmesi yakın olan şivliliklerden söz etmişlerdir. Aileler bu ürünleri çocuklarına yedirmedikleri gibi, diğer ürünlerin tüketiminde de belirli davranış kalıplarını çocuklara benimsetmeye çalıştıklarından söz etmişlerdir. Bu çerçevede bir katılımcı şivlilikler toplandıktan sonraki süreci şu sözlerle anlatmaktadır;

Poşet ne kadar doluyorsa, ganimet o kadar sağlam. Altı ay falan gidiyor herhalde. Çünkü özellikle bazı ürünleri bani atmaya kıyamıyorlar ama sevmedikleri ürünleri de mutlaka çıkıyor. Onlar onu grup kurup yapıyorlar. Öncelikli tüketilecek, ikinci bölge, üçüncü bölge diye. En son sevmedikleri ürünün bani poşetin boşalması herhalde bir 5-6 ay falan sürüyordur. Yani 6 ay sürdüğünden eminim yani (K6).

Katılımcı ifadelerine bakıldığında, çocukların toplayabildikleri kadar şivlilik toplama eğilimlerinin geçmişten günümüze değişmeden devam ettiği görülmektedir. Bu duruma ek olarak günümüzde toplanan şivliliğin gruplara ayrılması da çoğu katılımcı söz ettiği bir ritüeldir. Bu çerçevede katılımcılar; *şivliliği ayırıyoruz bani şekerler bir yere çikolatalar bir yere (K3)*, *Hepsini şeyine, cinsine göre ayırırlar. Ondan sonra bir gururla bakarlardı (K8)*, *Kızım büyük bir çanta doldurmuş mesela. Hatta o gün akşam da seçtik, bana da ikram etti, "baba beğendiklerinden al" diye (K20)*, gibi çoğaltılabilecek ifadelerle, şivlilik günü akşamında bu ürünlerin bir tasnife tabi tutulduğunu dile getirmişlerdir. Şivliliklerin tasnif sürecinde çocuklar, beğendikleri ürünleri ayırırken ebeveynler de, çoğunlukla kalitesiz ve zararlı gördükleri ürünleri ayırmayı tercih etmektedir. Bu çerçevede belirtilmelidir ki, günümüzde dağıtılan şivliliklerin tamamına yakını abur cubur niteliğindedir. Bu yüzden şivlilik ürünlerinin kısa zamanda aşırı tüketimi sağlık sorunlarına neden olabilmektedir. Durumun farkında olan ebeveynler, söz konusu ürünleri öncelikle kalitesine göre bir ayırma tabi tutup kalitesizleri de farklı

yöntemlerle ortadan kaldırmaktadırlar. Akabinde geriye kalan ürünlerin zaman içinde tüketilmesi için ebeveynlerin çaba sarf ettikleri görülmektedir.

Şivliliklerin zaman içerisinde tüketimini sağlamak için başvuru yollarından ilki, çocuklarla bu ürünlerin zararları hakkında konuşmaktır. Ancak çocuklara tüketmemesi gereken ürünleri söylemenin bazen başarısız olduğu durumlar da mevcuttur. Çünkü katılımcılar, çocukların -bazen ambalaja aldanarak- kötü olan ürünleri tüketme isteğinde olduklarından söz etmiştir. Bu durum karşısında şivlilik tüketimine daha çok müdahale eden ebeveynlerin olduğu gözlenmiştir. Ayrıca burada çocuklara doğrudan bir sınır çizildiği görülmektedir. Bir katılımcının ifadeleri bu durumu gösterir niteliktedir; *çocuklarımla günlük 1 ya da 2 tane yeme hakları var. Daba fazlasını vermiyorum. [...] Bazen benden habersiz kaçamak yapıyor. Yakalayınca ertesi gün vermiyorum ceza olarak. Birazcık dikkat ediyoruz (K9)*. Buna karşın şivlilik tüketimine hiç karışmayan veya tüketimi oyuna dönüştüren ebeveynlerin olduğu da belirtilmelidir. Bir katılımcı şivlilikler üzerinde kurduğu oyunu şu sözlerle anlatmaktadır.

Çocukların şivliliği topladıkları ilk gün ben onlara topitoplarla baş harfinizi yazalım ya da keklerle çizgi yapalım diyordum. Yemeyelim de şu harfi yazarken eksik olur derdim. Zamanla siz zaten bu abur cuburları yiyeceksiniz bugün bunlarla oyun oynayalım, fotoğraf çekirelim diyerek çocuklara etkinlik yaptırırdım. Şekerleri ağaç yapardık. Topitopları dal yapardık. Kekleri meyve yapardık. Halının üstüne böyle şekiller yapardık. Farklı etkinliklerle eğlenir sonra sabah erken kalktıkları için uyur kalırlardı. Sonra da yavaş yavaş birer ikiye beslenmelerine koyardık. Bir ay sonra şivlilikler bitirdi (K10).

Tablo 4. Şivlilik Tüketimin Kod-Matris Tarayıcısında Gösterilmesi

Kod Sistemi	Yaş=65+	Yaş=51-64	Yaş=36-50	Yaş=18-35	Meslek=Çalışmıyor	Meslek=Çalışıyor	Gelir=44.000+	Gelir=17.001-44.000	Gelir=0-17.000
Şivlilik									
Şivlilik Tüketimi									
Şivlilik Tüketimi									
Tüketim Ritüeli	1	4	10	7	6	16	7	12	3
Gıdaların Son Kullanma Tarihi	1	1	2	2		5	1	2	2
Zaman İçinde Tüketim	1	4	5	15	6	19	12	11	2

Şivliliğin tüketimi konusunda ebeveynlerin bazı değişkenlere göre farklı davranış kalıpları sergilediği görülmektedir. Tablo 4 bu değişkenleri göstermektedir. Bu çerçevede ilk dikkat çeken husus katılımcıların yaşları arttıkça, çocuklarına nasıl tüketecekleri konusunda daha az müdahale etmeleridir. Bu durumun doğal nedeni, katılımcı yaşı arttıkça çocukların yaşlarının da büyümesidir. Ekonomik gelir düzeyinin tüketim üzerinde etkili olduğu da tabloda görülmektedir. Gelir düzeyi 17 bin ve altı olan katılımcıların diğer gruplara nazaran oldukça az düzeyde şivlilik tüketimine müdahil olduğu fark edilmiştir. Keza bir işte çalışan ve çalışmayan değişkenlerine bakıldığında da benzer bir durum dikkat çeker. Çalışmayan kesime dair oldukça az kodlama varken, çalışan kesimin tüketime daha fazla müdahale ettiği görülmektedir. Hatta çalışmayan kesim için gıdaların son kullanma tarihine dair hiç kod ataması yapılmayışı, bu bağlamda dikkat çekicidir. Tüm değişkenlerden yola çıkarak ekonomik gücün, şivlilik tüketimini etkilediği düşünülmektedir.

Yapılan görüşmelerde şivlilik tüketiminde etkili olan bir diğer unsurun da marketler olduğu tespit edilmiştir. Marketlerin etkisinin geçmişten günümüze artarak devam ettiği söylenebilir. Öyle ki eski günlerde neredeyse hiçbir katılımcı marketlerden söz etmezken, günümüzde dağılacak ürünlerin belirleyicisi adeta marketler olmuştur. Şivlilikten bir iki hafta önce market raflarını süsleyen şivlilik ürünleri, günümüzde dağıtılacak ürünlerin belirleyicileridir. Öyle ki marketteki ürünlerin, hazır ve katkılı gıdalar ve sağlığa zararlı ürünler olduğu bilirse dahi bu ürünler tercih edilmektedir. Bir katılımcı bu durumu şu sözlerle ifade etmektedir; *Mecbur kalıyoruz. Hem bize kolaylık oluyor hem de çocuklar öyle şeyleri daha çok seviyor (K19)*. Katılımcının market ürünlerine kendini mecbur hissetmesinin nedeni, marketlerde şivlilik için rafları süsleyen çoğu ürünün abur cubur ve sağlığa zararlı olmasıdır. Çoğu katılımcı da bu durumun farkındadır. Ancak market ürünleri günümüz şivlilik hediyelerinde tek seçenek konumundadır. Bu durumun başlıca nedeni marketlerdeki ürünlerin ambalajlı olmasıdır.

Ambalajlı ürünlerin tercih edilmesinde birden fazla neden vardır. Öncelikle katılımcıların çoğu eski günlerde dağıtılan şivliliklerin (leblebi, üzüm vb.) birbirine karıştığından söz etmiştir. Gün boyu toplanan şivlilikleri akşam karışmış bir torba içerisinde ayırmaya kalkan katılımcılar da bu durumu hoş bir anı olarak anlatmamaktadırlar. Ayrıca Covid Salgını da paketli gıdaların tercih edilmesini arttırmıştır. Katılımcının, *covid salgınından sonrasında ambalajlı gıdaların verilmesine çok büyük öncelik veriliyor. [...] covid olayından sonra veya işte 2000li yıllardan sonra yani ambalajsız ürün vermeye gayret ettik. Yani bunu da sağlık açısından veya işte virüsler açısından değerlendiriyorum (K5)*, şeklindeki ifadeleri, yaşanan salgının şivlilik üzerindeki etkisini gözler önüne

sermektedir. Buna karşın çoğu katılımcının ambalajlı ürünleri sağlıksız bulunduğunu da belirtmek gerekir. Hatta sağlık açısından ambalajlı ürünleri tercih eden katılımcılar da zararların farkındadır.

Ambalajlı ürünlerin tercih edilmesinin yanında, şivlilik tüketiminde markaların da önemli olduğu görülmüştür. Bu çerçevede katılımcıların çoğu bilinmeyen ürünlerin tüketimine izin vermediklerini belirtmişlerdir. Yapılan görüşmelerde bu durumun iki nedeni olduğu görülmüştür. Öncelikle merdiven altı diye tabir edilen ürünlere karşı bir güvensizlik vardır. Bir katılımcı bu durumu şu sözlerle ifade etmektedir. *Firma ürünlerine özellikle yani çok sıradan, yani adı duyulmamış veya merdiven altı diyebileceğimiz yerlerden kesinlikle bu tür ürünleri tercih etmiyoruz (K5)*. Diğer yandan ise bilindik markaların içeriklerinin diğer ürünlere karşı daha sağlıklı olduğunun düşünülmesidir. Ancak bu düşünce markaların içeriklerine bakılıp verilen bilinçli bir karar değildir. Katılımcılar markalı ürünlerin daha az zararlı olduğuna inanmaktadırlar. Katılımcı ifadelerine bakıldığında bu durum görülmektedir. *Yalan söylemeyeğim içindeki etken maddeye çok bakmıyoruz. Genelde güvendiğimiz markalar var torku, ülker gibi mesela güvenle yedirebiliyoruz (K18)*. Diğer bir katılımcı da benzer şekilde, *markasına bakıyorum. Marka benim için biraz daha bu noktada önem kazanıyor. Çünkü markalar daha çok bu şeylere dikkat ettiği için benim dikkat ettiğim nokta genellikle ürünün markası (K22)*, ifadelerini kullanmaktadır. Ancak belirtildiği gibi marka alınması bilinçli bir tercih değildir. Bir katılımcı bu davranışın bilinçli bir tercih olmadığını şu sözlerle dile getirmektedir;

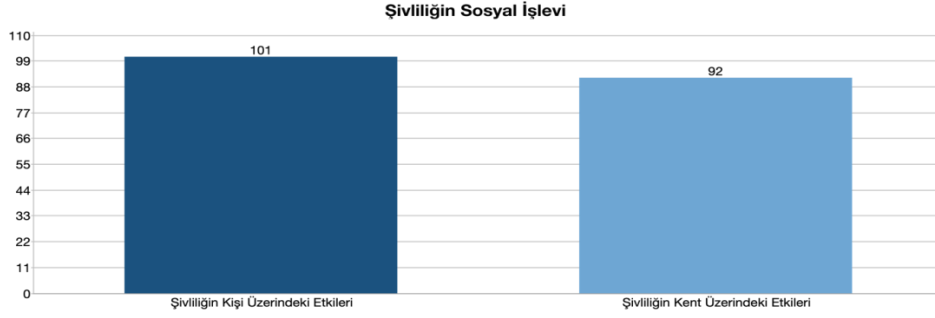
Protein, yağ, kalori oranına bakmıyorum da çocuklara doyurucu olsun diye çubuk kraker, kek türü alıyorum. Belki de o firmalara güvenebildiğim için bu oranlara bakmıyorum. Çünkü bildiğim markalardan alıyorum. Kendi çocuklarıma da onlara yedirebildiğim için bu oranlara bakmıyorum (K10).

Katılımcıların markalara olan eğilimlerinin yanında özellikle “Torku”ya karşı güven duydukları fark edilmiştir. Katılımcıların Torku ile Konya’yı özdeşleştirmeleri de bu konuda önemli bir etkidir. Konya'nın sosyal işareti olarak şivliliği benimseyen katılımcılar, benzer bir şekilde “Konya'mızın markası” diyerek Torku'ya da sahip çıkmaktadır. Bir katılımcının ifadelerine bakıldığında bu durum görülmektedir. *Değitim gibi özellikle bu Konya'nın markası torkuyu ben daha çok tercih ediyorum. Onu daha çok seçiyorum ama ondan sonra fiyat 2. sırada geliyor tabii (K1)*. Diğer bir katılımcı da, *bu sene dikkat ettim de daha çok torku'nun çikolatasını dağıtan çok kişi vardı. Torku da bizim için gayet iyi. Hem Konyamızın markası hem de Türk malı. Öyle olunca çocuklara da güvenerek veriyoruz (K9)*, ifadelerini kullanmıştır.

Şivlilik tüketimi konusunda geçmişten günümüze büyük değişimlerin olduğu görülmektedir. Öncelikle geçmişte dağıtılan şivlilikler; evde bulunan ve dışarıdan alınmaya ihtiyaç duyulmayan ürünlerken, günümüzde marketten alınan ürünlere dönüşmüştür. Şivlilik ürünlerinin market ürünlerine dönüşmesi, beraberinde aşırı tüketimin sağlıksızlık üretmesi gibi tehlikeler de oluşturmaktadır. Bunun yanında şivlilik ürünlerinin satın alınmasında ambalajlı ürünlerin tercih edilmesi, geçmişten bugüne olumlu karşılanan bir değişiklik olmuştur. Diğer bir değişiklikse şivlilik ürünlerinin artık markalardan oluşmasıdır. Daha önce tarla ve bahçede yetişen ürünlerle yapılan el yapımı yiyecekler, artık neredeyse hiç tercih edilmemektedir. Bunun yerine bilindik markalar -özellikle Torku- şivlilik ürünlerini domine etmektedir.

4.4. Şivliliğin Sosyal İşlevi

Şivlilik her ne kadar çocukların rol aldığı bir etkinlik olsa da aslında tüm kent yaşamına sirayet eden kültürel bir olaydır. Yapılan görüşmeler; şivliliğin kişi ve kent üzerinde birçok etkisinin olduğunu göstermektedir. Grafik 4'te şivliliğin sosyal işlevine dair yapılan kodlamalar verilmektedir. Bu çerçevede şivliliğin kişi üzerinde oluşturduğu en büyük etki, çocuğun sosyalleşmesine olan katkısıdır. Eski günlerde yaklaşık bir ay boyunca sokaklarda mahalle birlikteliği içerisinde oynanan oyunlar, şivlilik günü mahalledeki tüm evlerin gezilmesi, çocuğun akranlarıyla birlikte hareket edebilmeyi öğrenmesi, kişiye toplumsal bir aidiyet kazandırmaktadır. Diğer yandan şivlilik, ailenin çocuğuna vermek istediği bazı değerlerin kazanılmasını da sağlamaktadır. Bu çerçevede dini değerlerin kazanılması ve paylaşma gibi insani duyguların sevdirmesi, şivlilik pratikleri üzerinden gerçekleşmektedir. Şivliliğin bir diğer sosyal işlevi ise kent yaşamı ve kültürü üzerinedir. Şivlilik günü Konya esnafının yaşadığı değişim, fener alayı ve tüm kent sakinlerinin şivlilik hediyeleri gibi pratikler, bu çerçevede yerel bir farkındalık oluşturmaktadır.



Grafik 4. Şivliliğin Sosyal İşlevin Kod Frekans Değerleri

Şivliliğin kişi üzerindeki etkisine bakıldığında, öncelikle “paylaşmayı öğrenmek” değerinin öne çıktığı görülmektedir. Çoğu katılımcı, çocuklarının topladıkları şivlilikleri birlikte gezdiği arkadaşlarıyla, kardeşleriyle, eve gelen misafirle veya ebeveynleriyle paylaştığından söz etmiştir. Bu nedenle şivlilik, aileler için çocuklara olumlu değerlerin aktarılmasına fırsat oluşturan bir araç olarak da görülmektedir. Bu durumu bir katılımcı şu sözlerle ifade etmektedir; *Çocukların üzerinde olumlu etki olduğunu düşünüyorum. Çünkü paylaşıyorlar. Paylaşmayı öğreniyorlar ki burada sosyalleşiyorlar. Tanımadıkları insanların kapılarını çalyorlar. Bu yönlerden faydalı olduğunu düşünüyorum (K2).* Katılımcının ifadelerine bakıldığında; paylaşmak, sosyalleşmek, tek başına hareket etmek ve kendini kontrol etmek davranışların, çocuklara kazandırılan değerler olduğu görülmektedir. Paylaşma değerini, katılımcıların çoğu öne çıkarmaktadır. Buna karşın söz konusu değerlerin kazanımında, günümüzde bazı değişimler olduğu da söylenebilir. Bu minvalde en fazla değişime uğrayan husus, tek başına hareket edebilmektir. Bir katılımcı söz konusu değişimi şu sözlerle anlatmaktadır.

Sosyalleşiyorlar, toplu bir şekilde organizasyon gibi oluyor onlar için. Fakat eskiden biz kendi başımıza dolaşabiliydik veya iki arkadaşımız, üç arkadaşımız dolaşırdık ama şimdi zamanın da böyle tehlikeli olduğunu düşündüğüm için herhalde, anneler de çocuklarla beraber dolaşmak zorunda kalıyor. Bir de eskiden tek katlı evler vardı. Giderdik bir kapıya giderdin oradan alırdın şivliliğini çıkarırdın. Şimdi apartman semtleri, kapıda kapıcı bekliyor o veriyor. Binaları dolaşamıyorsun (K1).

Günümüzde; ebeveynlerin yaşadıkları güvensizlik ve mahallelerde büyük apartmanların yükselişi, çocukların bağımsız yaşam kabiliyetlerini sınırlandırmaktadır. Ancak yine de şivliliğin kişi üzerinde olumlu etkileri hala sürmektedir. Bir katılımcı bu çerçevede sanal ortamlarda vakit geçiren çocukların şivlilikle birlikte rutininden çıkışını şu sözlerle anlatmaktadır.

Özellikle günümüzde dijital çağda sokakta oynayan çocuk sayısı çok az. Bizim zamanımızda annelerimiz ‘akşam namazına evde olacaksın’ diye sıkı sıkı tembih ederdi. Sabahleyin bir çıkar; akşam namazına zar zor, istemeyerek eve dönerdik. Şimdi günümüzdeki çocuklara bakıyorsunuz. Doğru düğün arkadaşlıkları yok. Arkadaşları var. Ama onlar da sanal arkadaşlar. Benim oğlumun oyun günü Cuma ve cumartesidir. Yine sınıfından arkadaşları ile dijital ortamda online oyunlar oynuyorlar. Bir mahalleye gidip çamurdan bir şey yapalım, top oynayalım öyle bir şeyleri yok. Dolayısıyla şivlilik aslında bu açıdan fiziksel bir etkileşime çıkmayı de sağlıyor. Böyle bir faydası olduğunu düşünüyorum (K25).

Katılımcının ifadelerine bakıldığında şivlilik, çocukların topluma katılmasını sağlayan önemli bir özellik olarak anlatılmaktadır. Bu görüşe paralel bir şekilde şivliliğin aile ilişkilerine de olumlu etkilerinin olduğu görülmüştür. Şivliliğin kişi ve aile üzerinde etkileri olduğu gibi, kent yaşamı üzerinde de etkileri olduğu gözlenmiştir. Geçmiş dönemlerde kent yaşamında olan değişimler, özellikle yerel esnafın getirdiği kandiller ve trampetler gibi oyuncaklarla gerçekleşirken, günümüzde bu durum artık yaşanmamaktadır. Günümüzde esnaftan ziyade belediye ve yerel yönetimlerin etkili olduğu bir şenlik yaşanmaktadır. Belediyelerin son yıllarda şivliliği sahiplenmesi, bugün mahalli bir kutlamadan ziyade kent merkezli bir bayrama dönüştürmüştür. Bir katılımcı bu değişimi şu sözlerle ifade etmektedir.

Bizim küçüklüğümüzde, yani bu kadar büyük bir kutlama şeklinde değildi. Yine bizde aynı duyguları hissederdik. Mutlulukları falan hissederdik ama günümüzde çok çok daha güzel. Çünkü insanlar artık evlerine kapandı, işte yüksek binalarda oturuyoruz. Birbirimizden habersiziz, güvenlikte çocuk gönderemiyoruz hiçbir yere. Çalışan insanlar çocuklarıyla çıkıp işte doluşturma şeklinde ya da işte 3 aylığı kutlama şeklinde yapıyorlar. O yüzden şu an Konya’da yapılan işte bu belli bölgelerde işte belediyelerin şivlilik dağıtması, okullara şivlilik göndermesi ya da 4-5 günlük yapılan programlar, etkinlikler çocuklar için çok güzel oluyor. Yani hani o şivlilik coşkusu işte biz bu yaşam şartları içinde kendi elimizle yapamadığımız ya da işte kendi elimizin yetmediği pek çok şeyi belediye eliyle yapmış oluyoruz. Çok daha güzel, dolu dolu yaşanmış oluyor. Bizde kalsa ya da işte bu işin ne olduğunu anlamayan ya da işte bir şekilde bu noktada bilinçli olmayan insanlarla bu iş bu kadar yürümez. Bu kadar coşkuyla kutlanmaz,

gelenekle yaşamaya devam etmez. Ama bu işe belediyenin el atmış olması, bu kadar dolu dolu geçmesi, batta diğer illerden işte bizim anlattığımız, konuştuğumuz arkadaşlarımız biz de gelsek biz de gelelim ya da işte çok güzel falan şeklinde durumlar bu geleneğin yaşatılması için çok önemli (K4).

Sonuç olarak şivlilik her ne kadar çocukların özelinde gerçekleşen bir gün olsa da, tüm Konya'nın yaşadığı bir gündür. Çocuklar o günü bir bayram gibi yaşayarak birçok toplumsal değeri neşe içerisinde kazanırken, aileler hayatın stresinden uzaklaşıp çocuklarıyla birlikte rutinin dışında bir gün geçirmektedirler. Son yıllarda yerel yönetimlerin iştiraklarıyla “şivlilik günü” daha da değişerek adeta bir bayrama dönüşmüştür. Nihayetinde kent sakinleri, bugünü hediyeleştikleri ve birbirlerini mutlu ettikleri bir gün olarak hatırlamaktadırlar. Dolayısıyla tüm kent; şivliliği, özlem ve neşe içerisinde beklediği ifade edilebilir.

Şivlilik, Konya kent merkezinde yaşayan halkın benimsediği, sevdiği ve kendini özel hissettiği özlemle anılan bir gündür. “Çocuk bayramı” olarak kutlansa da, tüm insanların bayramın neşesini paylaştığı bir gelenektir. Bu yönleri nedeniyle şivlilik, toplum içerisinde Konya'nın “sosyal işaretine” dönüşmüş durumdadır. Çünkü başka bölgelerde şivliliğin olmayışı, kişilerin kendilerini özel hissetmesine neden olmaktadır. Şivlilik zamanı Konya'da yaşayan ancak şivlilik geleneğini bilmeyen insanların şaşkınlıkları, Konyalılar tarafından saygı ve tebessümle karşılanmakta, Konya'ya has olan bu geleneğin Konyalı olmayanlara anlatılması için bir fırsat oluşturmaktadır.

Günümüzde şivlilik birçok açıdan değişse de güncelliğini yitirmemiştir. Şivlilik konusunda yaşanan en büyük değişimin dağıtılan hediyeler ve değişen mahalle olduğu görülmüştür. Dağıtılan hediyeler geçmişte oldukça sınırlı ve mütevazı iken günümüzde gösterişli ve çeşitli hale geldiği katılımcılar tarafından sıkça dile getirilmiştir. Katılımcıların ifade ettiği bir diğer önemli değişim ise mahalle güvenliliğidir. Eski günlerde dışarıda rahatça oyun oynayan ve istedikleri kapıyı rahatça çalıp şivliliklerini toplayan çocukların günümüzde bunu yapamadıkları fark edilmiştir. Söz konusu iki husus çalışma içinde detaylıca ele alınmıştır. Ancak çalışmada ele alınamayan buna karşılık araştırılmaya değer bulunan bazı değişimler de söz konusudur.

Şivlilik geleneğinde yaşanan diğer değişimler ise sosyal medya ve belediyelerdir. Günümüzde sosyal medya kullanımı, şivliliğin kent için anlamını değiştirmiştir. Geçmişte şivlilik, çocukların sosyal ve dinsel anlamda topluma adapte olmasını sağlarken, sosyal medyanın etkisiyle günümüzde şivliliğe yeni formlar eklenmiş ve böylelikle şivlilik, aynı zamanda çocuk şenliğine dönüşmüştür. Söz konusu dönüşümü Konya belediyelerinin de desteklediği fark edilmiştir. Katılımcıların tamamına yakını belediyelerin şivlilik zamanı özellikle kongre merkezinde yaptığı etkinliklerden söz etmiştir. Söz konusu etkinliklerin kent üzerinde olumlu bir etkisi olduğu görülmüştür. Bu minvalde yerel bir değer olan şivlilik, “çocuk bayramı” olarak belediyeler tarafından öne çıkarılmaktadır. Ancak söz konusu olumlu etkiye rağmen, belediyelerin şivliliği mahalleler içinde gerçekleşen bir etkinlikten çıkararak salon merkezli bir bayrama dönüştürdüğü görülmüştür. Bu değişimin kent üzerinde oluşturduğu etkinin araştırılması gerektiği düşünülmektedir. Diğer taraftan sosyal medya da, şivliliğin göz önünde olmasını arttırmıştır. Bunun yanında sosyal medya, şivlilik geleneğini mahalli olmaktan çıkarmaktadır. Şivliliğin Konyalılara özgü bir gelenek olmaktan çıkmasının neden olabileceği etkilerin olumlu ve olumsuz yönlerinin değerlendirilmesi gerektiği düşünülmektedir.

Şivlilik üzerine araştırılması gereken bir diğer konu ise marketlerdir. Özellikle son yıllarda şivlilik ambalajı ile satışa sunulan ürünler görülmektedir. Yapılan çalışmada, son yıllarda marketlerde satılan ürünlerin sağlık yönünden olumsuz etkileri, bazı katılımcılar tarafından dile getirilmiştir. Bu olumsuz etkilerin giderilmesi için marketlerde sunulan ürünlerde ne gibi değişimler yapılabileceği, araştırmaya değer diğer bir konudur.

Bu çalışma şivliliğin ürettiği ilişki biçimlerinin Konya kentinde olumlu etkileri olduğunu, ailelerin ve çocukların şivlilik geleneğini bir bayram gibi, hayatın stresinden uzak bir gün olarak geçirdikleri sonucuna ulaşmıştır. Dolayısıyla şivliliğin sürdürülmesinin kent yaşamı üzerinde olumlu etkileri vardır. Sonuç olarak şivlilik benzeri geleneklerin toplumsal yaşama olumlu etkileri olduğu ve bu etkilerin canlandırılıp sürdürülmesi gerektiği söylenebilir.

Yukarıda elde edilen veriler doğrultusunda ulaşılan ve değerlendirilen çalışma Selçuk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Etik Kurulu'nun 27.02.2024 tarihli 2024/35 karar sayısı ile uygun bulunmuştur.

6. Extended Abstract

Şivlilik is a long-remembered day that the people living in Konya city centre approve, love and feel special. Although it is celebrated as a "children's holiday", it is a tradition where all people share the joy of the holiday. Due to these aspects, shivlilik has turned into a "social sign" of Konya. The said importance of Shivlilik has made it the subject of many researches. The main area of interest of the studies on the tradition is related to how the tradition emerged. In this context, the birth of the tradition, the forms of celebration in the historical process and the importance of the tradition as a living cultural heritage are the main focus of these studies. However, it is also seen that many aspects of the tradition are not addressed in these studies.

This research aims to reveal some aspects of the tradition that have not been mentioned. In this framework, the main purpose of the research is to reveal the forms of social relations produced by the tradition of shivlilik. In order to reveal the social relations, phenomenological design was adopted in qualitative research methods. In qualitative studies applying the phenomenological design, the data source is obtained from people who experience the phenomenon at the focus of the research and who can express this phenomenon. For this reason, the study group of the research consists of people who experience the tradition of shivlilik and still keep the tradition alive with their children. The research was conducted in the central districts of Konya province (Selçuklu, Meram and Karatay). 26 people were interviewed in the study. The interviewees were asked questions about the experiences of the tradition, the lost customs of the tradition, the new forms added to the tradition, and the effects of the tradition on the individual and society.

In this study, interview technique was used as a data collection tool. In this direction, "Semi-structured Interview Form" was applied to the participants. The data obtained from the interviews were evaluated by inductive analysis method and themes were formed. The themes were organised from past to present and from the beginning to the end of the shivlilik day. The interviews were analysed with *MAXQDA Analytics Pro 2022* software. Four themes were reached in the analysis of the findings.

The first theme is "shivlilik from past to present". In order to understand the tradition of shivlilik, it is necessary to firstly mention its meaning for Konya. In this framework, the interviews revealed that the tradition is seen as a "social sign of Konya". In this theme, the experiences of the participants in their childhood and the changes experienced were also emphasised.

The second theme is "shivlilik day". Under this heading, the customary rituals that take place on the day of the festival are emphasised. Situations that are associated with the day such as the torchlight procession, the morning of the day, the bag of the day, and the "p(b)isi" are discussed under this heading. In this title, the changing practices of the festival are also emphasised. The third theme is titled "the consumption of the shivlilik". This heading deals with the similarities in the consumption of the shivliliks, the role of families, the producers of the shivlilik products and the attitudes towards these products. It also further elaborates on the change in shivlilik and reveals the impact of the family on shivlilik.

The last theme is "the social function of shivlilik". Under this heading, the changes caused by shivlilik on the individual, family, neighbourhood and the city are mentioned. Although shivlilik is an activity in which children take part, it is actually a cultural event that permeates the whole city life. The interviews conducted show that shivlilik has effects on the individual and the city. In the old days, the games played on the streets for about a month in the neighbourhood together, visiting all the houses in the neighbourhood on the day of shivlilik, and the child learning to act together with his/her peers give the person a social belonging. On the other hand, shivlilik also provides the acquisition of some values that the family wants to give to their children. In this framework, the acquisition of religious values and the promotion of humanitarian feelings such as sharing are realised through shivlilik practices.

As a result of the interviews, it was concluded that the forms of relationship produced by shivlilik have positive effects in the city of Konya and that families and children spend the tradition of shivlilik as a day away from the stress of life like a holiday. Therefore, the continuation of shivlilik has positive effects on urban life. As a result, it can be said that traditions such as shivlilik have positive effects on social life and these effects should be revived and maintained.

Keywords: Shivlilik, Shivlilik Day, Konya, Tradition, Phenomenology.

Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı / Contribution of Authors

Yazarların alışmadaki katkı oranları İslam CAN %60/ Hüseyin ÖZİL %40 şeklindedir.
The authors' contribution rates in the study are İslam CAN %60/ Hüseyin ÖZİL %40 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 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.

Kaynakça

- Arslan, N. (2021). Konya'da sürdürülen Şivlilik geleneğinin sosyal bilgiler dersi kültür aktarımı açısından değerlendirilmesi. Nevşehir: Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi.
- Arslan, N., & Meydan, A. (2023). Konya'da sürdürülen şivlilik geleneğinin sosyal bilgiler dersi kültür aktarımı açısından değerlendirilmesi. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 2(13), ss. 1125-1140.
- Aydın, M. (1985). Konya'daki manevi halk inançlarının dinler tarihi açısından tahlili. *Selçuk Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*(1), ss. 19-35.
- Çakır, V. (2005). Konya'nın Geleneksel Eğlence Kültürü. *Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi*(17), ss. 355-382.
- Desteli, İ. (2014, 5 1). *İsmail Desteli'den şivlilik (pişi'nin) tarihçesi*. 02 2024 tarihinde memleket.com.tr: <https://www.memleket.com.tr/ismail-detseliden-sivlilik-pisinin-tarihcesi-350342h.htm> adresinden alındı
- Fikret, N. (1936). Konya şehrine mahsus eski adetlerden namaz ve şivlilik. *Konya Halkevi*, ss. 51-54.
- Görgülü, D. (2018). Konya'da aşure, şivlilik ve fener alayı geleneği. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi (ASEAD)*, 5(12), ss. 66-82.
- Gündüz, M., Çiftçi, İ., & Sekmenli, T. (2015). Shivilik burns: injuries resulting from traditional celebrations. *Int J Burn Trauma*, 5(3), ss. 75-78.
- Gill, M. J. (2014). The possibilities of phenomenology for organizational research. *Organizational Research Methods*, 17(2), ss. 118-137.
- İşık, A. (2000). Konya'da namaz ve şivlilik adetleri. *Yeni İpek Yolu Konya Ticaret Odası Dergisi*(3), ss. 18-22.
- İşık, A. (2013). Şivlilik adı ve kökeni üzerine ... *Merhaba Akademik Sayfalar*, 13(16), ss. 254-256.
- İşık, A. (2024, 2 28). *Şivlilik*. Konya Ansiklopedisi: <https://www.konyapedia.com/makale/3402/sivlilik> adresinden alındı
- İstanbullu, S. (2023). Ramazan eğlencelerinde ezgili mânilerin korunması ve yaşatılmasının önemi: Kütahya Küpçek örneği. *ODÜ Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, ss. 2165-2184.
- Kümbetoğlu, B. (2019). *Sosyolojide ve antropolojide niteliksel yöntem ve araştırma* (6. Baskı). Bağlam Yayıncılık: İstanbul.
- Kontv Haber. (2023, Ocak 26). *Turistlerin "şivlilik" şaşkınlığı, Erişim Tarihi: 15.02.2024*. 02 15, 2024 tarihinde Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=8gH8Y8ONgnY> adresinden alındı
- Koz, M. S. (1992). Türk halk kültürünün unutulmuş kaynaklarından biri: "Türkiye'nin sıhhi-i ictimai coğrafyası. IV. Milletlerarası Türk Halk Kültürü Kongresi Bildiriler (ss. 37-49). içinde Ankara: Feryal Matbaası.
- Kutlu, Ö., & Göksel, Z. S. (2014). Kent Kültürü Oluşturma Aracı Olarak Kültürel Belediyecilik: Selçuklu Örneği. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Dr. Mehmet YILDIZ Özel Sayısı*, ss. 75-91.
- Merleau-Ponty, M. (2020). *Algının fenomenolojisi*. (E. S. Hacımuratoğlu, Çev.) İstanbul: İthaki Yayınları.
- Merriam, S. B. (2018). *Nitel araştırma, desen ve uygulama için bir rehber*. (S. Turan, Çev.) Ankara: Nobel Yayınları.
- Neuman, W. L. (2017). *Toplumsal araştırma yöntemleri nitel ve nicel yaklaşımlar cilt I-II* (9. Baskı). Ankara: Yayın Odası.
- Sakaoğlu, S. (2016). Şivlilik. M. A. Saim Sakaoğlu içinde, *Aile yazıları* (s. 10-11). Ankara: T.C. Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı Aile ve Toplum Hizmetleri Genel Müdürlüğü.
- Sakaoğlu, S. (2023, 3). Bir zamanlar mahalleimde hayat. *Darülmülk Konya*, ss. 43-54.
- Show Ana Haber. (2023, Ocak 27). *Fener alayından sonra şivlilik*. 02 15, 2024 tarihinde Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=Bb3GZIIIRudc> adresinden alındı
- Soyadı, A. (2020, Temmuz). Çalışma Başlığı. *Selçuk İletişim*, 13(2), ss. 1-12.
- Şahin, A. (2022). Medeniyetin lezzet ikramı: Konya'da şivlilik geleneği. *Düşünen Şehir*(16), ss. 46-49.
- Tekin, H. (2011). Şivlilik. *Merhaba Gazetesi: Akademik Sayfalar*. Konya.
- Tekin, Z. (2014). Konya'ya özgü bir eğlence kültürü: "Şivlilik". *Bilim ve Kültür - Uluslararası Kültür Araştırmaları Dergisi*, 5(2), ss. 106-111.
- Tomkins, L., & Eatough, V. (2014). Stop 'helping' me! Identity, recognition and agency in the nexus of work and care. *Organization*, 21(1), ss. 3-21.

TRT Avaz. (2015, Ocak 15). *Şivlilik Geleneği / Konya- Derin Kökler*. 02 15, 2024 tarihinde Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=-7G6a5CFe5s> adresinden alındı

van Manen, M. (1990). *Researching lived experience: Human science for an action sensitive pedagogy*. State University of New York Press: Albany.

Varnalı, M. (2022). Şivlilik. *Değer Aylık Kültür ve Yaşam Dergisi*, ss. 34-35.

Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2013). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Yılmaz, H. (2005). Gelenek, gelenekçilik ve geleneksecilik. *Muhafazakar Düşünce*(3), ss. 39-53.

Yin, R. K. (2016). *Qualitative research from start to finish* (2nd b.). New York: The Guilford Press.