Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler-1

Alanında Yeni Ufuklar

2019

Editörler

Prof. Dr. Sinan SÖNMEZ
Dr. Ertan ÖZÇOBAN
Dr. Dursun BALKAN
Dr. Hüseyin KARAKUŞ

Gece Akademi

Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler - I

Alanında Yeni Ufuklar

GECE AKADEMİ

İmtiyaz Sahibi / Publisher • Gece Kitaplığı
Genel Yayın Yönetmeni / Editor in Chief • Doç. Dr. Atilla ATİK
Editörler/Editors •
Prof. Dr. Sinan SÖNMEZ, Dr. Ertan ÖZÇOBAN , Dr. Dursun BALKAN,
Dr. Hüseyin KARAKUŞ
Kapak & İç Tasarım / Cover & Interior Design • Didem S. KORKUT
Sosyal Medya / Social Media • Arzu Betül ÇUHACIOĞLU

Birinci Basım / First Edition • ©EKİM 2019

ISBN • 978-605-7749-93-2

© copyright
Bu kitabın yayın hakkı Gece Kitaplığı'na aittir.
Kaynak gösterilmeden alıntı yapılamaz, izin
almadan hiçbir yolla çoğaltılamaz.

Gece Akademi Gece Kitaplığının yan kuruluşudur.

The right to publish this book belongs to Gece Kitaplığı.
Citation can not be shown without the source, reproduced in any way
without permission.

Gece Kitaplığı / Gece Publishing
ABD Adres/ USA Address: 387 Park Avenue South, 5th Floor,
New York, 10016, USA
Telefon / Phone: +1 347 355 10 70
Türkiye Adres / Turkey Address: Kızılay Mah. Fevzi Çakmak 1. Sokak
Ümit Apt. No: 22/A Çankaya / Ankara / TR
Telefon / Phone: +90 312 384 80 40
+90 555 888 24 26
web: www.gecekitapligi.com
e-mail: geceakademi@gmail.com

GECE AKADEMİ

Baskı & Cilt / Printing & Volume
Sertifika / Certificate No:29377

Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler - I

Alanında Yeni Ufuklar

GECE AKADEMİ

İÇİNDEKİLER

BÖLÜM 1

BİR SİYASAL KATILIM ARACI OLARAK WHATSAPP
Abdullah AYDIN.....9

BÖLÜM 2

TÜRKİYE'DEKİ HÜZÜN TURİZMİ DESTİNASYONLARI ÜZERİNE TEORİK BİR ÇALIŞMA
Abdullah TARINÇ, Ceyhun Çağlar KILINÇ.....25

BÖLÜM 3

GÖRME ENGELLİLER DERNEKLERİNİN TEMEL SORUN VE BEKLENTİLERİNİN İNCELENMESİ: VAN İLİ ÖRNEĞİ
Abdurrahman MENGİ.....47

BÖLÜM 4

OTEL YÖNETİCİLERİ BAKIŞ AÇISIYLA DESTİNASYON MARKA İMAJI : KUŞADASI ÖRNEĞİ
Ahu YAZICI AYYILDIZ.....65

BÖLÜM 5

PERTEV MEHMED SA'ÎD PAŞA DÎVÂNI'NDAKİ TARİH MANZUMELERİ ÜZERİNE
Ali YÖRÜR.....81

BÖLÜM 6

HIZLI TÜKETİM LOKANTALARINDA SATILAN PİLİÇ DÖNERİN KALİTE ÖZELLİKLERİ. NİTEL BİR ARAŞTIRMA
Arzu TUYGUN TOKLU.....101

BÖLÜM 7

KONAKLAMA İŞLETMELERİNDE SOSYAL MEDYA YÖNETİMİ
Aysen ERCAN İŞTİN.....113

BÖLÜM 8

İNANSAL KİRALAMA İŞLEMLERİNİN MUHASEBELEŞTİRİLMESİ: BOBİ FRS'YE GÖRE İNCELENMESİ
Ayşe Nur BUYRUK AKBABA.....133

BÖLÜM 9

SOSYAL UYUM VE KENTSEL GÜVENLİK AÇISINDAN MAHALLEDE İSTENMEYEN KOMŞULAR
Hasan Hüseyin AYGÜL, Baran FİDAN 153

BÖLÜM 10

DUYGU DURUMLARI PROFİLİ ÖLÇEĞİNİN (PROFİLE OF MOOD STATES - POMS) TÜRKÇEYE UYARLANMASI
Yeliz KINDAP TEPE, Barış ERDAL* 185

BÖLÜM 11

DÖVİZ KURUNDA MEYDANA GELEN DEĞİŞMELERİN BANKACILIK SEKTÖRÜNÜN KÂRINA ETKİSİ
Bekir TAMER GÖKALP 201

BÖLÜM 12

ÇİZGİ FİLMLERİN ÇOCUKLAR ÜZERİNDEKİ OLUMSUZ ETKİSİNİN ŞİDDET ÖZELİNDE İNCELENMESİ
Berrin SARITUNÇ, Asude ÜNSAL 219

BÖLÜM 13

ŞIRNAK, CİZRE VE SİLOPİ MUHİTİNDE GAYRİMÜSLİMLERİN MARUZ KALDIKLARI VAKALARA DAİR BİR DEĞERLENDİRME
Bilal ALTAN 257

BÖLÜM 14

MENTAL İYİ OLUŞ VE DEVAMSIZLIK TUTUMU ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ: TURİZM EĞİTİMİ ALAN ÖĞRENCİLER ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA
Bilal DEVECİ 273

BÖLÜM 15

KOÇLUK BAKIŞ AÇISIYLA
YÖNETİM VE İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİ
Cemile ÇETİN 295

BÖLÜM 16

TÜRKİYE'DE ÇOK PARTİLİ SİYASAL YAŞAMA GEÇİŞ VE DEMOKRAT PARTİ DÖNEMİ (1946-1960)
Cengiz ŞAVKILI.....317

BÖLÜM 17

TÜKENMİŞLİK SENDROMU VE MÜCADELE YÖNTEMLERİ
Çağdaş IŞIKAY.....337

BÖLÜM 18

SİYASAL İLETİŞİM BAĞLAMINDA MEDYA VE SİYASET İLİŞKİSİNİN HABERİN SÖYLEMİNE YANSIMALARI: 22 TEMMUZ 2007 GENEL SEÇİM HABERLERİ ÖRNEĞİ
Şeyhmus DOĞAN, Duygu ÜNALAN.....355

BÖLÜM 19

İZMİR'İN LEVANTEN İŞLETMELERİ
Emre KAPLANOĞLU, Süleyman YÜKÇÜ, Canan YÜKÇÜ 373

BÖLÜM 20

AVNİ ÖMER EFENDİ VE KÂNÛN-I OSMANÎ MEFHÛH-I DEFTER-İ HÂKÂNÎ İSİMLİ ESERİ
Ercan ALAN 391

BÖLÜM 21

GELENEKSEL FESTİVALLERİN KIRSAL TURİZM ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ: TOSYA ÖRNEĞİ
Ercan KARAÇAR, Mehmet İZCİ 439

BÖLÜM 22

MODERN BİLİMİN EPİSTEMOLOJİSİ
Erdal İSBİR.....459

BÖLÜM 23

TELEVİZYON DİZİLERİNİN TÜKETİM KÜLTÜRÜNE ETKİSİ
Erhan YILDIRIM.....481

BÖLÜM 24

BİLİMSEL YÖNETİME GENEL BİR BAKIŞ
Esin CEYLAN 495

BÖLÜM 25

SOSYAL SERMAYE KAVRAMI
Göksu DEMİRCAN, Özkan İMAMOĞLU.....515

BİR SİYASAL KATILIM ARACI OLARAK WHATSAPP

Abdullah AYDIN[1]

1 Dr. Öğr. Üyesi, Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi, Uluslararası İlişkiler Bölümü, abdullahaydin01@hotmail.com,

BİR SİYASAL KATILIM ARACI OLARAK WHATSAPP

Abdullah AYDIN[1]

GİRİŞ

Sosyal Bilimlerdeki her kavram tek bir şekilde açıklanmamış, birbirine yakın veya uzak olan birçok farklı izahlar kullanılmıştır. Bu çerçevede konumuzun ana eksinini oluşturan siyaset ve ilişkili kavramlarda da bir yeknesak tanımlama mevcut olmaması gayet normaldir. Birçok farklı tanımlaması olsa da genel ve sade olarak siyaset kavramı, da en çok yönetme sanatı veya bilimi olarak izah edilmektedir. Bu tanımlama devlet bazında ele alındığında ise devlet yönetimini yapma onu etkileme veya etkileme çabası olarak anlatılmaktadır. Nasıl izah edilirse edilsin siyaset, toplumdaki örgütlü yaşamın en önemli faaliyetlerinin başında gelmektedir. Eğer bir birey veya grup, toplumun geneli ilgilendiren bir konu ile ilgili fikir beyan ederken veya o konu ile ilgili bir duruş sergilerken, onu siyasetten ayrı tutarak ele alırsa bu yanlış olacaktır. Zira devlet kavramının ortaya çıktığından beri toplumu oluşturan kademeler devlet yönetiminde söz sahibi olma çabasına girmişlerdir. Toplumun her kademesinin ekonomik ve siyasal faaliyetlerinde neden, niçin ve hangi şekilde yaptıkları, sistematik olarak ele alınması gereken bir incelenmesi gereken konuların başında gelmektedir. İşte siyaset biliminin ana konusunun bu olduğu söylenebilir. Siyasal davranışların neredeyse tamamı ekonomik ve sosyal çıkarlarla bağlantılıdır.

Bu çerçevede ele alındığında birey veya grupların siyasal alanda göstermiş oldukları davranışlar siyaset alanının şekillenmesinde en temel faktördür. Bu siyasal davranışların en dikkat çekicisi ve ön planda olanı ise siyasal katılımdır. Zira toplumun farklı kademelerinin siyasete her ne şekilde olursa olsun etkisi bir katılım durumunu oluşturmaktadır. Öyle ki siyasetten bahsetmek için öncelikli şartın katılım olduğunu söylemekte bir beis yoktur. Bu bağlamda ele alındığında da günümüz dünyasının başat yönetim modeli olan Demokrasi de bir manada siyasal katılım ile neşvünema bulmaktadır. Hatta siyasal katılımın kalitesi bir ülkedeki demokrasinin kalitesini de yansıtmaktadır.

Sanayi sonrası topluma geçiş ve küreselleşmenin ortaya çıkması ile her sosyal kavram bir değişim yaşadığı bir realitedir. Dolayısıyla siyasal katılım kavramı da değişime uğramış, içeriği, şekilde ve yöntemleri ciddi manada genişlemiştir. Günümüz dünyasında yaşanan baş döndürecek hızdaki teknolojik gelişmeler siyasete katılmak isteyenlere yeni olanaklar sunmuştur. Siyaset alanından haber alma, siyaseti takip etme gibi pasif

1 Dr. Öğr. Üyesi, Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi, Uluslararası İlişkiler Bölümü, abdullahaydin01@hotmail.com,

yönetmeler başta olmak üzere siyasete etki etmek ve aktif şekilde içinde bulunmak gibi faaliyetlerde klasik yönetmelerin yanına birçok farklı yeni imkânlarla beraber yenileri eklenmiştir. Bu olanakların başına sosyal medya gelmektedir. Her ne kadar sosyal medya kavramı günümüzde internet tabanlı sosyal ağlar olarak anlaşılsa da çok eski bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Sosyal medya, en temel tanımlaması ile topluluk tabanlı kolektif girdi, etkileşim, içerik paylaşımı ve işbirliği olarak ifade edilebilir. Bu bir manada sosyal medya dedikodu ağı, kulaktan kulağa bilgi yayılması ve bireysel ağlarla bilgilerin yayılmasını anlatmaktadır. Bu çalışmada ise klasik sosyal medyanın dönüştüğü yeni şekli olan internet ve mobil tabanlı yönü üzerinde durulacaktır. Yeni teknolojilerin ortaya çıkmasıyla yeniden şekillenen sosyal medyanın siyasal katılıma nasıl etkisi olduğu günümüz siyaset bilimcilerinin en çok ilgilendiği konulardan biridir. Nitekim literartüre bakıldığında bu konu ile ilgili birçok çalışmaya rastlamak mümkündür. Ancak sosyal medya mecralarını siyasal katılıma olan etkisi üzerine yapılan çalışmalar incelendiğinde sürekli bir güncelleme ihtiyacı olmaktadır. Zira her geçen gün ortaya çıkan yeni mecralar veya şekil değiştiren eski mecralar siyasal katılım açısından önem kazanabilmektedir. Bu çalışmada üzerinde siyasal katılım açısında çokça durulmayan WhatsApp uygulaması üzerinde durularak ortaya çıkartmış olduğu durum ele alınmaya çalışılacak ve diğer sosyal medya mecraları ile karşılaştırılarak nasıl bir değişim ve katkı sağladığı bir makalenin izin verdiği sınırlar çerçevesinde tartışılmıştır. Bunu yaparken ilk olarak siyasal katılım kavramına kısaca değinilmiştir. Sonrasında sosyal medyanın ne olduğu ve internet ortamındaki sosyal medya mecraları üzerinde durulacak ve bu mecraların kısa bir tasnifine gidilmiştir. Son olarak da WhatsApp ele alınarak siyasal katılım açısından değerlendirmesi yapılmıştır.

Siyasal Katılım

Siyasal katılım, vatandaşların siyaseti etkileyen faaliyetleri olarak geniş bir şekilde tanımlanabilir. Perikles'in (MÖ 431) ünlü cenaze konuşmasından beri politikacılar ve akademisyenler, siyasal ilişkilerde sıradan vatandaşların rolünü vurgulayarak demokrasinin eşsiz karakterini vurgulamaktadırlar. Günümüzde artık siyasal katılım ve ona bağlı olan, katılımcı etkinliklerin listesi neredeyse sınırsız hale gelmiş durumdadır. Siyasal katılım oy verme, aday gösterme, kamu görevlileriyle temas kurma, boykot etme, parti mitinglerine katılma, barışçıl illegal protesto yapma, bloglar gönderme, gönüllü olma, sivil topluma katılma, dilekçeleri imzalama, adil ticaret için ihtiyaç dışı satın alma gibi eylemleri içermektedir (van Deth, 2006: 1). Göründüğü üzere sadece barışçıl yöntemler içermez hatta intihar protestoları (kendini yakma) gibi aşırılık içeren eylemleri de içinde barındırır. Siyasi katılım, herhangi bir siyasal sistemle ilgilidir demek yanlıştır,

ancak demokrasinin vazgeçilmez bir özelliğidir. Bu çerçevede Verba ve Nie, (1989) Karar alma süreçlerinde çok az da olsa yer alma varsa, çok az demokrasi vardır; Daha fazla kararlara katılım varsa, daha fazla demokrasi vardır şeklinde bir tasvir yapmaktadır. Dolayısıyla, siyasal katılımın kapsamı, demokrasinin kalitesini değerlendirmek için önemli - hatta belki de belirleyici bir kriterdir. Başka bir tanımlama ile ise siyasal katılım, toplumun farklı kademelerinin devletin karar alma sürecine en az sesini duyurarak en çok olarak da karar alanlar arasında olarak bulunma olarak ifade edilebilir. Siyasal katılım kavramının farkındalığının arttırılmasına yönelik Galler hükümeti tarafından yapılan yarışmada en ön plana çıkan tanımlama şu şekildedir: Siyasal katılım, bir birey veya grubun kendisine ait doğruların yine kendisini ilgilendiren ve etkileyecek olan bir karar alma sürecine dâhil olmasını sağlaması şeklinde izah edilmiştir. Diğer bir anlatım ile çok sesliliğin, yönetişimin ve adil/yarışmacı seçimlerin olması demektir (Participationworkerswales, 2018).

Sosyal Medya

Sosyal medya kavramı daha önce bahsettiğimiz gibi internet teknolojileri ile ortaya çıkmış bir kavram değildir. Yani sosyal medya, insanlığın ortaya çıktığı tarihten itibaren kurulan ilişiler ağının bir etkileşim yöntemidir. Ancak internet teknolojileri bu kavramı yeniden gündemin üst noktalarına taşımıştır. Bu çerçevede çalışmada sosyal medyanın güncel tanımını yapmayı terci edilecektir. Sosyal medya, kullanıcıların içeriği hızlı, verimli ve gerçek zamanlı olarak paylaşmalarına izin vermek için tasarlanmış web siteleri ve uygulamalar anlamına gelir. Çoğu insan sosyal medyayı akıllı telefonlarında veya tabletlerinde uygulama olarak tanımlar, ancak gerçek şu ki, bu iletişim aracı bilgisayarlarla başlamıştır. Bu yanlış anlama çoğu sosyal medya kullanıcısının sosyal medyaya mobil araçlarla erişmesi gerçeğinden kaynaklanmaktadır.

Cris Lake (2009) yapmış olduğu çalışmada sosyal medyanın otuz beş farklı tanımdan bahsetmiştir. Bunların önemli olanlarından bir kısmını ifade edecek olursak:

"Sosyal medya, insanlar arasında öncelikle bilgi paylaşımı ve tartışılması için İnternet tabanlı araçların tümüdür ." - Vikipedi

"Kullanıcı katılımına ve kullanıcı tarafından oluşturulan içeriğe dayalı bir site kategorisidir. Bunlar, başta LinkedIn, Facebook veya My Space gibi sosyal ağ siteleri, Del.icio.us gibi sosyal yer imi siteleri, Digg veya Simpy gibi sosyal haber siteleri ve kullanıcı etkileşimine odaklanan diğer siteler gibidir. "- Lazworld

"İnsanların birbirleriyle görüş, görüş, deneyim ve bakış açılarını paylaşmak için kullandıkları çevrimiçi teknolojiler ve uygulamalar." - tvb.org

"Sosyal medya, blog, wiki veya video barındırma sitesi gibi sosyal bir ortamda yayınlanan ve paylaşılan, kullanıcı tarafından oluşturulmuş video, ses, metin veya multimedya eserleridir." - Capilanou

"Teknolojiyi, sosyal etkileşimi ve kelime ve resimlerin oluşturulmasını sağlayan çeşitli etkinlikleri tanımlayan bir şemsiye terimi" - Anvil Media

"Grupların içerik oluşturmasına ve eşler arası sohbetler ile içerik alışverişinde bulunmalarına olanak veren yazılım araçları (örnekler: YouTube, Flickr, Facebook, MySpace vb.)" Bottle PR

*"Sosyal Medya, bireylerin ve işletmelerin bilgi ve iletişim ihtiyaçlarını h*ızlandırmalarına yardımcı olan *araçlar ve çevrimiçi alanların tümüdür." - Axel Schultze*

Bunun yanında sosyal medyanın beş temel öğesi olduğunda bahsetmek mümkündür. Bunlar katılım, açıklık, çok seslilik, birliktelik, bağlantılılık (Icrossing, 2018). Bu temel öğeler bize göstermektedir ki sosyal medya insanlara fotoğraflarını, görüşlerini, etkinliklerini, vb. anlık paylaşma imkânı sunmaktadır. Bir diğer anlatım ile gerçek zamanlı olarak paylaşma yeteneği sağlayan sosyal medya hız ve haz merkezli bir sosyal araca dönüşmüş durumdadır.

Yalın bir ifade ile sosyal medya, bireylerin kullanıcı olarak yeni bir kimlik kazandıkları ortamda (medya kelimesi ortamlar anlamına gelmektedir.) yani çevrimiçi olarak güncel olarak ilgilendiği, kullandığı, değerlendirdiği, incelediği veya paylaştığı içeriği yine kendilerince üretildiği yerdir. Bunun yanında sosyal medya kavramına çok yakın bir diğer kavram olan "Sosyal Ağ" da sosyal medya gibi toplumun ve farklı kademelerinin asırlardır kullandıkları bir iletişim, bilgi ve görüş paylaşımı ve etkileşimini sağlayan bir ağ olarak tanımlanmaktadır. Başka bir anlatım ile kendi içerisinde olduğu gibi diğer grup ve bireyler ile temas içerisinde bulunan bir grubun oluşturmuş olduğu bilgi ve görüş birlikteliği anlamına gelmektedir. Sosyal ağ kavramı da internet teknolojilerinin interakvitiye olanak sağlayan dönüşümünün yaşanması ile beraber yepyeni bir manaya kavuşmuştur. Sosyal ağ internet üzerinden birbiri ile herhangi bir şekilde irtibatlı, bağlantılı ve ilişkili bir ağ topluluğunu izah etmektedir. Bireyler bu sosyal ağlar vesilesiyle tanıdıkları birey veya gruplarla iletişim sağlayıp karşılıklı fikir alışverişinde bulunabilmektedir. Bu ve benzeri ağlar sayesinde herhangi bir konuda ister genel ister daha dar kapsamlı bir konu olsun, onla ilgili fikir alışverişinde bulunmanın yanında organize de olabilirler (Eren ve Aydın, 2014: 198-199).

Sosyal Medya Mecraları

Sosyal medya denilince akla gelen ilk algı sosyal medya mecralarıdır. Bu bağlamda sosyal medya mecrası veya uygulamaları günümüzde internet ve mobil tabanlı site, program ve uygulamaların bütünü gibi anlaşılmaktadır. Web sitesi ve uygulama merkezli farklı sosyal medya mecrası türleri bulunmaktadır. Forumlar, mikrobloglar, sosyal ağlar, sosyal yer işaretlemeleri, sosyal iyileştirme ve wikiler bunların başında gelmektedir. Bunların yanında birçok türün de olduğu aşikârdır. Bu çerçevede Aydın'ın (2017) yapmış olduğu tasnifi esas alırsak sosyal mecraları şu şekilde sıralanabilir: *Kişisel-Görüşlerin Bilgilerin Kısıtlı Bir Şekilde yazı ve görüntü gibi araçlar ile paylaşıldığı (micro blog), kişisel görüşlerin bilgilerin yazı ve görüntü gibi araçlar ile paylaşıldığı (blog), genel paylaşım tabanlı, profesyonel ve iş temelli, fotoğraf ve kısa video paylaşımı amaçlı, haber merkezli, lokasyon bildirim merkezli, video paylaşım merkezli, sosyal sözlük oluşturma maksatlı, müzik ve sanatsal merkezli ve son olarak anlık mesajlaşma imkânı veren sosyal mecralar olarak sıralanabilir.*

Bahsi geçen tasnifin daha net anlaşılması adına tasnifi ve en bilinenlerini şu şekilde tablo1 de gösterilmiştir.

Sosyal Medya Sınıfı	**En Bilinenleri**
Kişisel-Görüşlerin Bilgilerin Kısıtlı Bir Şekilde Yazı ve Görüntü Gibi Araçlar ile Paylaşıldığı (Micro Blog) Sosyal Medya Mecraları	Twitter
Kişisel Görüşlerin Bilgilerin Yazı ve Görüntü Gibi Araçlar İle Paylaşıldığı (Blog) Sosyal Medya Mecraları	Blogger, Wordpress, Blog.Com, Typepad, Livejournal, Jux, Tumblr (Twitter Ve Blogger Arası Bir Mecradır), Weebly My Opera
Genel Paylaşım Tabanlı Sosyal Medya Mecraları	Facebook, Bebo, Vkontakte, Google+, Orkut, Myspace, Friendster, Odnoklassniki, Friendfeed, Chime.İn, So.Cl, Quup, Zeen
Profesyonel ve İş Temelli Sosyal Medya Mecraları	Linkedın, Viadeo, Xing, Behance
Fotoğraf Ve Kısa Video Paylaşımı Maksatlı Sosyal Medya Mecraları	Instagram, Flickr, Google Picasa, Fotolog, Photobucket, Panoramio, Pinterest, Fotopedia, Ipernity, Ancient Faces, Pixabay, Snapchat

Haber Merkezli Sosyal Medya Mecraları	Digg, Delicious, Reddit, Stumbleupon Newsvine
Lokasyon Bildirim Merkezli Sosyal Medya Mecraları	Yelp, Scvngr, Gypsii, Tripit, Tripadvisor, Swarm Foursquare
Video Paylaşım Merkezli Sosyal Medya Mecraları	Youtube, Vimeo, Dailymotion Metacafe
Sosyal Sözlük Oluşturma Maksatlı Sosyal Medya Mecraları	Wikipedia, Ekşi Sözlük, Uludağ Sözlük, İTÜ Sözlük Scorb
Müzik ve Sanatsal Merkezli Sosyal Medya Mecraları	Fizy, Myspace, Grooveshark Lastfm
Anlık Mesajlaşma İmkânı Veren Sosyal Medya Mecraları	Massenger, WhatsApp, Viber
Diğer Sosyal Medya Mecraları (Fotoğrafçılık, içerik indirme, Akademik haberleşme, Kronolojik Paylaşım, Bilgisayar teknolojileri, vb. gibi konuları içerir)	Livemocha Gdgt, Kitap Alanında Goodreads, F 500px, Github Ve Codeacademy, Flightaware, N4G, Slideshare, ,Scribd Docstoc Akademia. Edu Reserchgate Dipity, Timetoast, Capzles, Xtimeline

Tablo1: Sosyal Medya Mecraları

Anlık Mesajlaşma Sistemleri ve WhatsApp Uygulaması

İnternet teknolojilerinin gelişmesi ile özellikle bilgisayar üzerinden anlık mesajlaşma imkânı veren birçok program ve uygulama geliştirilmiştir. Bu teknolojiler, bireylere anlık mesajlaşma imkânı veren ve iki ya da daha çok kullanıcının elektronik araçlar vasıtası ile metin, ses vb. merkezli mesaj gönderip alması eşzamanlı elektronik haberleşme yöntemi sunmaktadır. Bu sistemin ilk örnekleri uzun süre önce kullanılmaya başlanılmıştır. Örneğin, 1973 yılında kullanımına başlanan UNIX Talk ve 1988 yılındaki Internet Relay Chat isimli sistemler anlık mesajlaşma sistemlerinin ilk temsilcileri sayılabilir. Anlık mesajlaşma yönteminin bugünkü haline yakın bir şekilde kullanılması 1996 yılına denk gelmektedir. O yıl, ICQ ağının kullanılmaya başlanmıştır. Amerika merkezli olan ve çok kısa sürede çok geniş çevrelere yayılan AOL ve Microsoft benzeri şirketlerin de mevzu bahis ağa yakın ancak birbirlerine entegre olamayan sistemleri kullanıma sunduğunu görmekteyiz (Yazıcı, 2015: 1107; Grene ve O'Mahony, 2004: 3).

WhatApp'da ve ataları olan "Massenger"ler gibi uygulamaların güncellenmiş halleri olan ve mobil teknolojilere bütünleşmiş bir uygulamadır. WhatsApp'ı ve benzeri uygulamaların diğerlerinin önüne taşıyan temel durum ise mobil sistemlerde kullanılabilinmesidir. İnsanlar artık sabit kalmadan mesajlaşarak mekân kıstasından, diğerlerinin aksine kurtulmuş-

lardır. WhatsApp ve türevi olan Viber ve benzeri birçok uygulamalar dar kapsamlı gruplar kurma ve aralarında mesajlaşma imkânı vermesi ile artık birer sosyal medya mecrasına dönüşmüş durumdadır.

WhatsApp Messenger, iPhone, BlackBerry, Android, Windows Phone ve Nokia akıllı telefon kullanıcılarının ücretsiz olarak metin, görüntü, video ve sesli mesaj alışverişinde bulunabilmelerini sağlayan bir çapraz platform ve anlık mesajlaşma uygulamasıdır (searchmobilecomputing.techtarget, 2018). Anlam olarak aslında İngilizcedeki günlük dilde çokça kullanılan "ne haber veya nasılsın" manasına gelen "What's up" tümcesinin bir kelime oyunudur (Saga, 2018). Yani "What's" (Nasıl) ve "Aplication" (uygulama) kelimelerinin muzip bir birleşimidir WhatsApp, ilk olarak SMS'e (Kısa Mesaj) bir alternatif olacak bir uygulama olmak maksatlı ile tasarlanmıştır. WhatsApp en son versiyonunda; internet üzerinden sesli arama yapma imkânının yanında, metin, fotoğraf, video, belge ve konum gibi birçok farklı içeriği gönderme ve alma imkânı sunmaktadır. Whatapp'i diğer uygulamalardan ayıran en önemli özelliklerin başında mesajlarının ve aramalarının uçtan uca şifrelemeyle yöntemi ile korunmasıdır. WhatsApp yapmış olduğu beyanda kendileri de dâhil olmak üzere herhangi bir üçüncü kişinin bu mesajları okumasının mümkün olmadığı taahhüdünü vermektedir. Bu güven de uygulamanın çokça tercih edilme sebeplerinin başında gelmektedir (WhatsApp, 2018). Ayrıca WhatsApp uygulamasının ayrı bir kayıt gerektirmemesi ve basit arayüzü sayesinde kullanımının çok kolay olması da tercih edilmesinin nedenleri arasında gelmektedir.

Tarihsel olarak incelendiğinde WhatsApp, insanların düşündüğünden çok daha uzun bir zamandır varlığını sürdürmektedir. WhatsApp 2009 yılında, ikisi de Facebook'taki iş başvuruları ret edilen iki eski Yahoo çalışanı olan Brian Acton ve Jan Koum tarafından tasarlanmıştır. RentACoder.com isimli önemli bir kod yazılımcılarının buluştuğu siteden bir Rus kod yazarının yardımı ile mükemmelleştirilip son kullanıcının kullanımına sunulmuşlardır. 2014 yılına gelindiğinde ise Facebook bünyesine dâhil olmuştur.

Günümüzde WhatsApp 180'den fazla ülkede 1 milyardan fazla kişi tarafından kullanılmaktadır. Uygulama bireylerin iletişim kurmak istedikleri herkes ile mobil telefonları başta olmak üzere diğer internet kullanabildikleri tüm araçlarla her zaman ve her yerde iletişim imkânı sunmaktadır (WhatsApp, 2018).

Anlık Mesajlaşma Sistemleri ve WhatsApp Uygulamasının Siyasal Katılıma Etkisi

Robert Dahl siyasal katılım açısından toplumu siyasal olmayanlar, siyasal olanlar, iktidarı isteyenler ve iktidar olanlar şeklinde ayırmıştır (Dahl, 1963: 57-59). Bu kesimlerin en az katılanından en çok siyaset ile uğraşanına kadar tüm bireyler siyasete bir şekilde maruz kalmaktadır. Bu çerçevede katılım yönetimlerinin başında gelen görüş bildirme durumu her ne kadar oy vermek gibi ölçülebilir olmasa da en çok yapılan katılım yöntemidir. Sosyal medyanın ortaya çıkması ile siyasal katılım içine düştüğü fasit daireden bir manada sıyrılmıştır.

Siyaset ile uğraşan bireylerin başta seçmenler olmak üzere hedef kitlelerine ulaşmak için değişik yollar ararlar mottosunun yanına sosyal medyayı aktif bir şekilde kullanırlar eklenmiştir. Sosyal medyanın genel olarak siyasete katılmayan bireylerin önlerine bahane diye koydukları zaman ve mekân bariyerlerini kaldırması sosyal medyayı siyasal katılım açısından ayrıcalıklı kılmaktadır. Ayrıca klasik medyanın tek yönlü yani monolog şekildeki haber ve bilgi paylaşımlarının karşısına diyalog ve hatta çoklu paylaşım imkânı sunan sosyal medya klasik medyanın etkisini kırmaya başlamıştır. Diğer bir anlatım ile sosyal medya aktifler arası iletişim imkânı sunarak insanların kendilerine gelen haberleri kendi süzgeçlerinden geçirmelerini ve yorumlama olanağı tanımıştır. Bu da medyaya klasik medya (gazete, dergi, radyo, televizyon vb.) üzerinden duyulan güvensizliği ortadan kaldırarak yeni bir güven inşa etmeye başlamıştır. Kamuoyunun geneli sosyal medya ve siyasetin kesişimindin söz ettikleri zaman, genel olarak Facebook ve Twitter üzerinde durmaktadırlar. Hatta Twitter tüm sosyal medya mecralarında daha bir ön plana çıkmaktadır. Ancak özellikle WhatsApp uygulaması siyaset alanındaki bireylere yeni imkânlar sunmaktadır.

Oxford Üniversitesinde yapılan bir araştırmada siyaset ile ilgili haberlere WhatsApp üzerinden ulaştıklarını söyleyenlerin sayısı son 4 yılda 3 kat arttığı ve habere ulaşma yöntemleri içerisindeki oranlarının yüzde 15›e yükseldiği vurgulanmıştır. Ayrıca araştırmada paylaşımların diğer kullanıcıların daha rahat görülebildiği sosyal medya mecralarında paylaşmanın tehlikeli olabileceğinin düşünüldüğü bazı ülkelerde bu oranın çok daha yukarıda olduğu ifade edilmiştir. Yapılan araştırmanın koordinatörü olan Nic Nexman: "*Haberleri paylaşmak ve tartışmak için mesajlaşma uygulamaları gibi daha kişisel, özel yerlere geçiş görüyoruz. Bu insanlara ne zaman ve nasıl etkileşimde bulunacakları üzerinde daha fazla kontrol veriyor. Ancak kamusal alanda tartışma ve haberin dağıtımını daha parçalı ve muğlak bir hale geçiriyor*" diyerek WhatsApp ve benzeri uygulamaların nasıl yaygınlaştığını çözümlemektedir.

WhatsApp'ın *"Bu mesajın içinde kimse göremez. Siber suçlular göremez. Hackerlar* göremez. Baskıcı rejimler göremez. Bizi bile göremeyiz değil. " şeklindeki sloganlaşmış durumu ve *"Bir mesaj gönderdiğinizde, okuyabilecek tek kişi, bu mesajı gönderdiğiniz kişi veya grup sohbetidir"* ile verdiği güven bireyleri bu alanda kendilerini daha fazla siyasi olarak ifade etmeye itmektedir. Sadece siyasetin içinde olan değil siyasete ilgi duyan hatta hiçbir ilgi duymayan bireyler veya gruplar bile bu güven ortamında siyasete katılmaya çalışmaları söz konusu olabilir (Theguardian, 2018). Her hangi bir baskı unsuru olmasa dahi potansiyel baskıların olabileceğini düşünen ve ürkek davranan klasik bir birey WhatsApp ortamında kendini güvende hissederek paylaşım yapmaktan çekinmemektedir (Özgişi, 2014: 55-57). Ancak bu olumlu yönünün yanında ulaşılamamazlık veya gizlilikteki başarısı WhatsApp uygulamasını illegal ve aşırılık yanlısı veya gizliliğin ön planda olduğu gruplar için de bir cazibe merkezi yapmaktadır. Nitekim WhatsApp benzeri uygulamalar olan Wickr, Signal, Confide, Bylock ve Eagle gibi uygulamaların birçok terör eyleminin düzenlenmesinde, ülkeler arasında casusluk suçlamalarının ortaya çıkmasında ve skandallara neden olmasında etkili olduğunu görmekteyiz.

WhatsApp bireylere sadece birebir haberleşme değil gruplar aracılığıyla çok farklı ortaklıklarının olduğu insanlar ile iletişim kurma imkânı vermektedir. Düzenli WhatsApp kullanan bir birey mutlaka böyle bir gruba üyedir. Daha önce Facebook'ta çokça kullanılan ancak WhatsApp'ın güçlenmesi ile geri plana düşen grup kurma ortak nokta taşınılan insanlarla sosyalleşmenin yeni aracına dönüşmüş durumdadır. Facebook'un sunamadığı veya işlevsel olmayan anlık iletiyi tüm grup üyelerine gönderebilme ve onlardan gelen mesajları anlık alabilme WhatsApp'ı ön plana çıkartmıştır. Bu çerçevede siyaset ile ilgilenen bireylerin sadece hedef kitlesine ulaşması açısından değil aynı zamanda birlikte hareket etme ve anlık fikir birliği sağlama yani bir konuda ortak akıl geliştirmesi açısından da uygulama önem arz etmektedir. Ayrıca aile, iş veya ortak başka bir nokta taşıyan bireylerin de kurduğu grupların da siyasal paylaşımlara maruz kaldığı görülmektedir. Bu bağlamda Brezilya'da 2018 seçimleri için yapılan bir araştırmada siyasal amaçlarla kurulmamış gruplarda bile siyasal paylaşımların yapılıyor olması yüzünden bireylerin ya gruptan ayrılmayı ya da gruptan gelen mesajları sessize almayı tercih ettiğini göstermektedir (Bloomberg,2018).

Aslına bakılırsa anlık ileti göndermek siyasetin resmi ve soğuk havasına ters bir durumdur. Ancak bu soğuk hava içerisinde çokça kullanılıyor olması kazandırmış olduğu pratiklikten kaynaklanmaktadır. Siyasal ortamda artık WhatsApp'ın etkisi küçümsenemez bir boyuta gelmiştir. Siyasi koordinasyonlar, organizasyonlar, toplantı tertip edilmesi, hızlı bilgi alış-verişi

başta olmak üzere birçok faaliyet WhatsApp sayesinde kolayca yapılabilmektedir. Durum bilgisinin anlık iletilebilmesi ve kablo bağımlılığının olmaması da birlikte hareket etme ve zaman yönetimi açısından birçok esnek yöntemler sağlamaktadır. Ancak bu birlikteliğin bu kadar kolay ve mekândan bağımsız hale gelmesi beraberinde birçok problemi de doğurmuştur. Anlık haberleşebilme olanağı henüz belli standartlar yakalayamadığı için birey ve gruplar bazı durumlarda olumsuz iletişim oluşmaktadır. Henüz yeni bir yöntem olduğu için nasıl bir standart olacağını ancak belli grupların kendi kendilerine koyduğu bir şekilde minör yöntemlerle çözümlenmektedir (Vogiazou, 2002). Özellikle yazının bazı görüş ve önerileri veya kinayeli anlatımları yansıtamaması da birçok soruna neden olabilmektedir. Bu sorunu bireyler ancak resim, sesli mesaj ve en popüler şekli olan emoji kullanımı ile aşma yoluna giderek aşmaktadırlar. Bunun yanında yapılan araştırmalar bu tarz paylaşımların bireylerin ilgilisini çekmesi açısından katkısının fazla olduğunu vurgulamaktadır (Armstrong, 2018). Ancak bu durum da ifade ettiğimiz gibi, resmi bir ortam olan siyaset için sıkıntılı bir süreci beraberinde getirmektedir (Yazıcı, 2015: 1107-1109).

Tactical Tech tarafından yürütülen bazı ülke çalışmalarında görüşülen siyasal pazarlama uzmanlarına göre, WhatsApp ile sağlanan bilgiler diğer platformlara göre daha fazla etkiye sahip olduğu vurgulanmıştır. Çünkü WhatsApp'dan gelen bilgiler daha güvenilir veya bilinen bir kaynaktan geliyormuş gibi görünmektedir. Facebook'ta binleri aşan kişiler ile arkadaş olmaktan farklı olarak, birçoğu kişisel olarak bildiğimiz kişilerden gelen WhatsApp mesajları, direkt olarak o kişilerden ve daha samimi ve bireysel mesajlar olarak geldiğinin düşünülmesi durumu söz konusu olmaktadır (ourdataourselves,2018).

WhatsApp uygulamasının bir diğer katkısı ise bireylerin samimi oldukları ve etik kaygı taşımadan paylaşım yapabildikleri grup ve bireylere yönelik paylaşım yapılabilinmektedir. Örneğin bir siyasi rakip ile ilgili gayriahlaki bir bilgi edinen kişi onu samimi olduğu hedef kitlesine göndererek menfaat elde edebilmektedir. Zira böyle bir paylaşımı yaygın sosyal ağlar aracılığı ile yaptığı takdirde tepkiye maruz kalabilmektedir. Diğer bir anlatım ile WhatsApp sayesinden bireyler etik değerleri esneterek daha yalın bilgilere daha kısa sürede ve hiçbir kısıtlama olmadan ulaşabilmektedir. Bu mana da sosyal medyanın ham bilgi, fikir ve ileti ile kazanmış olduğu güvenin WhatsApp sayesinde bir adım ileri gittiği söylenebilir.

Sonuç ve Değerlendirme

Hükümeti elinde bulunduranların ve dolayısıyla siyaset alanının günlük yaşam için giderek artan ilgisi, özel ve kamusal alanlar arasındaki ayrımların bulanıklaşması, vatandaşların artan yetkinlikleri ve kaynakları (özel-

likle eğitim) ve çok sayıda siyasi bilginin varlığı, mevcut katılım formlarının sürekli genişlemesine neden olmuştur. Katılım faaliyetlerin siyasi niteliği olan seçimler, açık destekler veya editöre mektuplar veya haber altına yazılan yorumlar gibi yöntemler hala mevcut olsa da, bunun yanına yeni yöntemler eklenmiş durumdadır. Sosyal medyanın sunduğu bu yeni yöntemler sadece klasik tepkileri vermek yerine çocuklar tarafından üretilmemiş spor ayakkabılarının satın alınmasıyla, kamuya açık yeşil alanlara korsan bahçıvanlık yapılması veya kuzey Atlantik'teki balinaların korunmasını savunanların sayfasını beğenerek ve internet reklamına tıklayarak daha çok gelir elde etmelerini sağlama gibi farklı bir duruma dönüşmüştür. Bahsettiğimiz yöntemlere birçok yeni aktivite eklenebilir ancak bu ve benzeri eylemler göstermektedir ki sosyal medya bireylere yeni bir siyasal katılım alanı çıkartmıştır. Bununla beraber bireye başka bir bireyle veya ortak noktasının olduğu anlık olarak zaman ve mekândan bağımsız haberleşme imkânı veren WhatsApp da klasik sayılabilecek sosyal medya araçlarından farklı bir konuma oturmaktadır. Zira birbiriyle bir şekilde ortak noktası olan bireyler birbirleri ilen çok hızlı haberleşerek ortak akıl ve söylem geliştirme de ve ortak konuları ile ilgili paylaşım yapabilmektedirler. Bu da siyasal katılımı her açıdan olumlu şekilde etkilemektedir. Artık günümüzde birçok gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde kullanıcı hedefli, siyasal kampanyalarda (ve genel olarak siyasal pazarlamada) WhatsApp'ın nasıl kullanılacağı ile ilgili çevrimiçi ve çevrimdışı kurslar bulmak gayet normal hale gelmiştir. Bu kursları yapan siyasal pazarlamacılar ve stratejistler, kampanya için WhatsApp'ı kullanmanın bazı dezavantajlara sahip olabileceğine dikkat çekmektedirler. WhatsApp'ın kurduğu "bire bir" ve doğrudan mesajlaşma nedeniyle, mesajların çok sık gönderilmeleri veya alıcının göndereni tanımaması mesajları saldırgan hale getirebilmektedir. Bu yüzden pazarlamacılar mesaj göndermek için kademeli olarak ayrıntılı bir strateji geliştirmeyi ve sosyal kaldıraç yaratmak için taraftarları kullanmayı tavsiye etmektedirler (ourdataourselves,2018). Bu ve benzeri bir çok done siyasal alanda faaliyet gösteren bireylerin WhatsApp uygulamasının gücünü fark etmeye başladığının bir göstergesi olarak karşımıza çıkmaktadır. İlerleyen süreçlerde daha farklı ve geniş girişimlerin olacağı ve WhatsApp'ın siyasal katılım bir ana mecralarından birine dönüşeceğini söylemek mümkündür.

KAYNAKÇA

Armstrong Paul (2018) How To Run A Successful WhatsApp Group https://www.forbes.com/sites/paularmstrongtech/2018/04/29/how-to-run-a-successful-WhatsApp-group/#845323263640, Erişim Tarihi:01.11. 2018

Aydın, Abdullah, (2017), Sosyal Medya Paradigmasındaki Dönüşümün Siyasal Katılıma Yansıması, Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayımlanmamış Doktora Tezi

Dahl, Robert A. (1963). *Modern Political Analysis*, New Jersey, Prentice- Hall.

van Deth, Jan W. (2016) Political Behavior, Political Sociology, Kasım 2016 DOI: 10.1093/acrefore/9780190228637.013.68

Eren Veysel, Aydın Abdullah (2014), Sosyal Medyanın Kamuoyu Oluşturmadaki Rolü ve Muhtemel Riskler, KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi 16 (Özel Sayı I): 197-205

Lake, Cris, (2009) What is social media? Here are 34 definitions...

Nie, Norman H., Verba, Sidney ve Converse, Philip E. (1989). *Siyasal Katılma, Kamuoyu ve Oy Verme Davranışı*, (Çev.: İlter Turan ve Tuncer Karamustafaoğlu), Ankara: Siyasi İlimler Türk Derneği Yayınları.

Özgişi, Tunca (2014). "Türkiye'de Toplumsal Değişimin Siyasi Katılıma Etkisi", *TESAM Akademi Dergisi*, Cilt 1, Sayı 1, s.52-101.

http://www.cumhuriyet.com.tr/haber/teknoloji/997855/_Daha_az_insan__Facebook_u_haber_almak_icin_kullaniyor.html, Erişim Tarihi:17.06. 2018

https://www.thebalancesmb.com/what-is-social-media-2890301, Erişim Tarihi:17.06. 2018

https://www.participationworkerswales.com, Erişim Tarihi:17.06. 2018

https://econsultancy.com/blog/3527-what-is-social-media-here-are-34-definitions, Erişim Tarihi:17.06. 2018

http://www.icrossing.com/, Erişim Tarihi:*17.06. 2018*

https://www.saga.co.uk/magazine/technology/internet/communications/what-is-WhatsApp-and-how-do-i-use-it, Erişim Tarihi:17.06. 2018

https://searchmobilecomputing.techtarget.com/definition/WhatsApp, , Erişim Tarihi:17.06. 2018

https://www.WhatsApp.com/about/, , Erişim Tarihi:17.06. 2018

https://www.theguardian.com/technology/2017/mar/05/political-rebels-WhatsApp-encryption-technology-mps-security, Erişim Tarihi:17.06. 2018

https://www.bloomberg.com/news/features/2018-11-01/WhatsApp-groups-and-misinformation-are-a-threat-to-fragile-democracies, Erişim Tarihi:01.11. 2018

https://ourdataourselves.tacticaltech.org/posts/WhatsApp/, Erişim Tarihi:01.11.2018

Vogiazou Yanna, (2002), Wireless Presence and Instant Messaging, West Pole.

Yazıcı, Tülay (2015) Kişilerarası İletişimde Anlık Mesajlaşma Uygulamalarının Yeri: WhatsApp Uygulaması İle İlgili Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir İnceleme. International Journal of Social Sciences and Education Research, 1 (4), 1102-1119

TÜRKİYE'DEKİ HÜZÜN TURİZMİ DESTİNASYONLARI ÜZERİNE TEORİK BİR ÇALIŞMA

Abdullah TARINÇ[1], Ceyhun Çağlar KILINÇ[2]

1 Öğr. Gör. Dr., Öğr. Gör. Dr., Selçuk Üniversitesi, Akşehir Meslek Yüksekokulu, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü

2 Doç. Dr., Doç. Dr., Akdeniz Üniversitesi, Manavgat Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü

TÜRKİYE'DEKİ HÜZÜN TURİZMİ DESTİNASYONLARI ÜZERİNE TEORİK BİR ÇALIŞMA

Abdullah TARINÇ[1], Ceyhun Çağlar KILINÇ[2]

GİRİŞ

İnsanoğlu var olduğundan beri çeşitli nedenler ile seyahat etmiştir. Dolayısı ile seyahat faaliyetleri ile başlayan turizmin geçmişi çok eskiye dayanmaktadır. Dünya Turizm Örgütünün tanımına göre turizm: insanların kişisel, iş ya da mesleki amaçları için her zamanki ortamlarının dışındaki ülkelere ya da yerlere hareket etmesini gerektiren sosyal, kültürel ve ekonomik bir olgudur (UNWTO, 2008).

Turizmin tarihsel gelişimine kısaca bakacak olursak; insanların yerleşik hayata geçmesi ve sonrasında ticaretin gelişmesi ile birlikte başlayan ticari gezileri örnek olarak söyleyebiliriz. Milattan sonraki dönemde Mısırlıların imparatorluğu yaymak amacı ile yollar yaparak ulaşımı kolaylaştırdığı ve yol üzerine konaklama yerleri inşa ettikleri bilinmektedir. Sonraki dönemlerde ise Eski Yunan'da gerçekleştirilen olimpiyat oyunlarını izlemek için çok sayıda insanın seyahat ettiği söylenebilir (Albayrak, 2013: 1)

Orta çağ döneminde ise insanların seyahatlerini özellikle kutsal yerlere yaptığı görülmektedir. Bu seyahatleri boyunca insanların konaklamaları, eşyalarının korunması ve hayvanlarının ihtiyaçlarını karşılayabilmeleri için hanlar ve kervansaraylar inşa edilmiştir. Ancak 1800'lü yıllara kadar bu seyahat hareketlerinin belli bir kesim tarafından yapıldığını görmekteyiz ve genele yayıldığını söyleyemeyiz. Sanayi devriminin başlaması ve feodal yapının çöküşü ile birlikte insanların turistik faaliyetlere katılmasını sağlayan boş zamanın artması, refah seviyesinin yükselmesi ve merak/ilgi gibi birkaç temel faktöre sahip olması ile seyahatlerin geniş kitlelere yayıldığını söyleyebiliriz.

1800'lerdengünümüze kadar turizm ile ilgili arz ve talep sürekli artış göstermektedir. Genel anlamda bakıldığında turizm faaliyetlerinin kitle turizm halinde oluştuğunu söyleyebiliriz. Ancak 1980'li yıllardan itibaren insanların turistik ihtiyaçlarının değişmesi ile birlikte alternatif turizm çeşitlerinin ortaya çıktığını görmekteyiz.

Alternatif turizm, terimin kendisinden önce çoktan var olmuştur (Jones, 1992: 102). Ortaçağ hac gezileri ve Grand Tour hem dinsel turizm hem de

1 Öğr. Gör. Dr., Öğr. Gör. Dr., Selçuk Üniversitesi, Akşehir Meslek Yüksekokulu, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü

2 Doç. Dr., Doç. Dr., Akdeniz Üniversitesi, Manavgat Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü

eğitim turizmi açısından modern zamandaki alternatif turizmin öncü hareketleridir. Dahası, çiftlik tabanlı turizm, Avrupa'da 100 yıldan uzun bir süre önce kurulmuştur (Weaver, 2006: 38) Thomas Cook' un sanayi devrimi sonrası 1872 yılında İngiltere'nin Leicester kentinden 20 km mesafedeki Loughbrough kentine 571 kişi ile yapmış olduğu seyahat alternatif turizm çeşidi olarak değerlendirilebilir (Mısırlı, 2018: 15).

Alternatif turizm terimi genellikle küçük çaplı ve yerel olarak sahip olunan ve kontrol edilen faaliyetlerle karakterize edilen turizmi tanımlamak için kullanılır. Örneğin yoksul yanlısı turizm, gönüllü turizm, çiftlik turizmi, macera turizmi ve ekoturizm alternatif turizm ile ilgili deneyimler sunar (Oriade ve Evans, 2011: 71). Birçok gözlemci, alternatif turizmin katılımcı, yerel ve hassas karakterleri nedeniyle topluluklara sürdürülebilir kalkınma getirme potansiyeline sahip olduğunu düşünmektedir (Prince ve Ioannides, 2017: 348)

Alternatif turizm; geleneksel, klasik kitle turizmi ve şehir turizminin olumsuz etkilerini azaltmak amacıyla oluşturulmuş, yeni turistik ürünlerin bir araya getirilmesiyle meydana gelmiş bir turizm çeşididir (Hacıoğlu ve Avcıkurt, 2008: 8; Kılıç ve Kurnaz, 2010). Turizm hareketliliğine katılan turistlerin tüketim davranışlarının yavaş yavaş değiştiği görülmekte ve bu bağlamda yapılacak yeni yatırımların yönünün de alternatif türler yönünde şekilleneceği ortaya çıkmaktadır (Kılıç ve Kurnaz, 2010 : 40). Bu bağlamda değişen turistik tüketici davranışları ve ihtiyaçları çerçevesinde ülkelerin turizm sektöründe rekabet avantajı elde edebilmeleri için turizm sektöründe yeni alternatif turizm çeşitlerini uygulamaları gerekmektedir.

1. Hüzün Turizmi Kavramı

Başlangıçta az sayıdaki uzman bilim adamının takip ettiği marjinal ve oldukça garip bir merak, turizm ve ölüm arasındaki ilişkinin turizm çalışmaları ve turizm yönetimi içinde temel bir araştırma konusu haline gelmesini sağladı (Dann, 1995: 56). Bununla birlikte, 1990'ların başlarında bir dizi bilim adamı, turizm ile ölüm ya da acı çeken yerler arasındaki giderek artan ilişkiye dikkat çekmişlerdir (Prentice, 1993; Dann, 1995).

"Karanlık turizm" terimi ilk olarak Foley ve Lennon (1996) tarafından turizm çekicilikleri ile ölüm ve ölümle ilgili olaylar arasındaki ilişkiyi tanımlamak için ortaya konulmuş ve ardından fenomen hakkında en çok alıntı yapılan çalışmalardan biri haline gelmiştir. Birçok araştırmacı tarafından karanlık turizm kavramı geliştirilmiştir. Karanlık turizm kavramı, ölüm turizmi (thanatourism) (Seaton, 1996), dehşet turizmi (morbib tourism) (Blom, 2000), soykırım turizmi (holocaust tourism) (Beech, 2000), kara noktalar (blackspots) (Rojek, 1993), ölümcül çekicilikler turizmi (fa-

tal attractions tourism)(Rojek, 1993), felaket ve çatışma (savaş) turizmi (disaster and conflict tourism) (Warner, 1999), keder turizmi (grief tourism) (Slayton, 2006), korku turizmi (fright tourism) (Newman ve Bristow, 2004) olarak farklı boyutlarda turizm literatürüne kazandırılmıştır. Bu kavramlar içerisinde akademik literatürde en çok kullanılan "karanlık turizm (dark turizm)" kavramı olmuştur (Kang vd., 2012: 257).

Yerli yazında ise karanlık turizmi kavramına alternatif olarak, keder turizmi (Aliağaoğlu, 2008), *ölüm turizmi* (Kaya, 2006), kara turizm (Yıldız vd., 2015) ve hüzün turizmi(Akoğlan Kozak ve Bahçe, 2009) olarak kavramları geliştirilmiştir. Hüzün kavramı Türk Dil Kurumu Türkçe Sözlüğünde iç kapanıklığı ve gönül üzgünlüğü olarak tanımlanmaktadır.

Ölümle ilişkili yerlere yolculuk ve tecrübe yeni bir fenomen değildir. İnsanlar uzun zamandan beri, bilerek ya da başka şekilde, ölüm, ıstırap, şiddet veya felaketle bağlantılı olan ilgi çekici yerlere veya olaylara doğru çekilmiştir (Stone, 2005: 20). Ölümle ilişkili yerlere veya ilgi çekici yerlere yapılan artan seyahatler, göreceli olarak yakın bir zamanda, akademik dikkatin toplu olarak "karanlık turizm" olarak adlandırılan kavrama odaklandığı görülmüştür (Lennon J. ve M. Foley, 2000: 3).

Hüzün turizminin evrensel bir tipolojisi ya da evrensel olarak kabul edilmiş bir tanım yoktur. Bununla birlikte, daha geniş sosyo-kültürel düşünceleri, yönetimsel ve politik sonuçları ya da etik ikilemleri incelemek için hüzün turizmi akademik bir mercek olarak kullanmak için araştırmacılar arasında artan bir eğilim bulunmaktadır (Stone, 2012: 1569).

Hüzün turizmi ile ilgili birçok tanım yapılmıştır. Hüzün turizmi, trajedilerin ya da tarihsel olarak kayda değer ölümlerin yaşandığı ve hayatlarımızı etkilemeye devam ettiği yerlere ziyaretler olarak tanımlanabilir (Tarlow, 2007: 47). Bir başka tanıma göre, ölüm, ıstırap ve görünüşte ürkütücü olan yerlere seyahat etme eylemi olarak tanımlanır (Stone, 2006: 146). Bu seyahatler, cinayet ve toplu ölüm, savaş alanları, mezarlıklar, türbeler, kiliseler ve ölen ünlülerin eski evleri gibi çeşitli bölgeleri kapsamaktadır (Kang vd., 2012: 257).

Buna karşılık Seaton (1996), karanlık turizmin, Orta Çağ'a dayanan, ancak 18. yy. ve erken dönemlerde yoğunlaşan, uzun bir geçmişe sahip olan "thanatoptic geleneği" (ölüm tefekküri) olarak adlandırılan olaylardan ortaya çıktığını savunmaktadır. Örnek olarak, 19. yy. da gerçekleşen Waterloo savaşı alanına yapılan ziyaretler söylenebilir (Seaton, 1999: 130).

Seaton (1996) thanaturizmini, ölümle, özellikle de şiddetli olmayan ölümlerle gerçek veya sembolik karşılaşmalar arzusu ile motive edilen bir yere seyahat etme olarak tanımlanan seyahat boyutu olduğunu söylemiştir.

Özel ölümün kültürel bir temsili olarak hüzün turizmi, yaşayanlar ve ölüler arasında çağdaş bir aracı kurum olarak anılmaktadır (Walter, 2009: 39). Birçok çalışma, karanlık turizmin aslında önemli bir turizm deneyimi sağlayabileceğini, aynı zamanda yeni kaygılar ve etik ikilemler ortaya çıkardığını vurgulamaktadır (Ashworth, 1993; Sharpley ve Stone, 2009).

Hüzün turizmi, hem duygusal hem de potansiyel olarak terapötik bir işleve hizmet ederken, geçmiş olaylar hakkında bilgi edinme ile ilgili önemli mesajlar ileterek hem eğitimsel hem de duygusal turizm deneyimi sunar (Foley ve Lennon, 1996: 199). Bu tür turistik yerler ve siteler korku, üzüntü, depresyon, empati, sempati ve intikam duyguları gibi olumsuz duyguları uyandırır (Krakover, 2005: 110). Bir sitenin orijinalliği veya bir yerle ilişkilendirilen anlam aynı zamanda ziyaretçilerin empatisini veya sempatisini da içine alan önemli bir unsur olarak kabul edilir (Miles, 2002: 1176).

Araştırmacılar hüzün turizm deneyimlerini incelemek ve anlamak için çeşitli yaklaşımlar uygulamışlardır. Bu tür araştırmalarla dört farklı tip alanı ortaya çıkarılmıştır: savaş alanları ve ölüm kampları(Seaton, 1999); ünlülerin ölüm yerleri (Foley ve Lennon, 1996; Blom, 2000); olağanüstü felaket bölgeleri; hapishaneler. Kısacası, her tür hüzün turizmi cazibesinin veya sahasının kendine özgü özelliklere sahip olduğu görülebilir, bu da akademik araştırmacıların araştırmalarını sırayla bir veya başka bir özel tipe odaklamalarına yol açmaktadır. Ayrıca, son araştırmalar savaş alanı turizmi, cezaevi turizmi, zulüm miras turizmi, kölelik turizmi ve soykırım turizmi gibi daha spesifik temaları hedeflemiştir. Birçok araştırmacı ise, hüzün turizminin hem kültürel hem de tarihsel açıdan önem taşıdığını ifade etmişlerdir. Hüzün turizmi, bireylerin geçmişlerini güçlendirmelerini, geçmişi hatırlamalarını ve ölümlerini yaşamalarını sağlayan, toplum, politika ve ekonomide yer alan bir turizm davranışı olarak nitelendirilebilir.

Ölümle ilgili alanların çekiciliği, eski Roma›nın gladyatör oyunlarına tarihlenebilir. Dolayısıyla, Kolezyum, hüzün turizminin ilk bölgesi olarak tanımlanabilir. Polonya'da tarihi bir korku turizmi bölgesi olan Auschwitz toplama kampını 2017 yılında ziyaret edenlerin sayısı yaklaşık 2,1 milyon kişiye ulaşmıştır. Amerika'da 11 Eylül saldırıları sonrası oluşturulan Ground Zero yıllık 3,5 milyon ziyaretçi çekmektedir. Ayrıca Romanya'da bulunan Bran şatosu, Japonya'da Hiroşima ve Nagasaki, İtalya'da Pompeii, San Francisco'da bulunan Alcatraz Hapishanesi ve Boston'da bulunan Kennedy Müzesi dünyada önemli hüzün turizmi destinasyonları ve

merkezleri arasında yer almaktadır. Bu siteler anma alanı olarak hizmet ederken, aynı zamanda turistlerin ilgisini çekmektedir.

Yan vd. (2016) göre hüzün turizmi süreci ile ilgili iki tanımlama bulunmaktadır:

- Hüzün turizmi, turistlerin duygusal taleplerini karşılamak için turistlere istenen psikolojik sonuçları ve gerçek psikolojik sonuçları sunan psikolojik bir tüketim sürecidir.
- Hüzün turizmi, insan yapımı veya doğal afet bölgeleri de dahil olmak üzere, hüzün turizmi ürünü ile etkileşimli bir ilişkisi olan turistlere duygusal ve bilişsel deneyimler sağlayan sembolik bir tüketim sürecidir.

Bu nedenle, hüzün turizmi kavramı ölüm yerlerini, ölüm manzaralarını ve turistler ile ölüm alanları arasında belirli özellikleri paylaşan ve böylece çeşitli sembolik anlamlara sahip olan etkileşimli bir süreç olarak tanımlanabilir(Yan vd., 2016: 110).

Şiddet, acı ve ölüm içeren hüzün turizminin turistik bir ürün olabilmesi ve turistlerin ilgisini çekebilmesi için beş temel unsuru bulunmaktadır. Bu unsurlar (Alili, 2017: 40):

- Alışılmadık ve büyük çapta gerçekleşmiş olay olmalıdır.
- Günümüze kadar yaşanmış olaylarla ilgili yerler, kalıntılar veya izler kalmış olmalıdır.
- Yaşanmış olaylar görülebilir şekilde olmalıdır.
- Olayın kurbanları masum ve yoruma açık kişiler olmalıdır.
- Suçlu kişiler kurbanlardan ayırt edilebilir ve açık olarak tanımlanabilir olmalıdır.

Seaton (1996)'a göre ziyaretçilerin hüzün turizmi deneyimlerine katılım amaçları temelde beş tipoloji ile temsil edilmektedir. Ziyaretçilerin amaçlarına göre seyahat biçimleri (Seaton, 1996: 40-41);

- Ölüm anını seyretmek için yapılan seyahatler
- Toplu veya bireysel ölümlerden sonraki zamanlarda yapılan seyahatler
- Sembolik kalıntıları görmek için yapılan seyahatler

- Sembolik ve ölülerin gömüldüğü alanları görmek için yapılan seyahatler
- Temsili ölüm alanlarını görmek için yapılan seyahatler

2. Hüzün Turizmi Çekiciliği

Stone 2006 yılında yapmış olduğu çalışmasında, ölümün çekiciliği konusunu araştırmıştır. Karanlık turizmin, en karanlıktan en hafif ölüm ifadelerine kadar değişen dereceleri olduğuna dair bir tipoloji geliştirmiştir. Birincisi soykırım, toplu cinayetler veya felaketler gibi aşırı acı çeken yerlere adanmışlık ile karakterize edilirken, ikincisi Drakula müzeleri gibi kültürel eğlence alanlarıyla ilgilidir. Bu tipler arasındaki farklar aşağıda detaylandırılmıştır.

EN KARANLIK TİP	**EN HAFİF TİP**
Oryantasyon Eğitim	Eğlence oryantasyonu
Tarih Merkezli	Miras Merkezli
Algılanan otantik	Anlayışsız algılanan
Konum doğruluğu	Konum dışı orijinallik
Olaya en kısa zaman ölçeği	Etkinliğe daha uzun zaman ölçeği
Düşük turizm altyapısı	Daha yüksek turizm altyapısı

Bu tipoloji, ölüm turizmini sınıflandırmak isteyen önemli bir başlangıç noktası olarak kabul edebilir. Bununla birlikte, çalışma sınıflandırmadan öteye geçmeyi, yorumlama ve motivasyon alanını daha derine götürmeyi hedeflemektedir.

Alili (2017)'ye göre, asıl teması gerçek veya hayal edilmiş ölüm, acı ya da ıstırap olan yerler hüzün turizmi çekiciliğini ortaya çıkarmaktadır. Örneğin Terör Evi Müzesi Nazi ve Komünist rejimler zamanında burada esir tutulan, işkenceler gören, öldürülen tutsakların hatırasına anıt olarak korunmaktadır. Buradaki asıl amaç yaşanmış dehşeti somut bir şekilde sunmak ve insanların canlarını feda etmelerinin boşuna olmadığını anlatmaktır. Bu tarz destinasyonlar hüzün turizmi çekiciliği olarak tanımına uymakta ve kişileri hüzün turizmine katılmaya motive etmektedir.

3. Hüzün Turizmi Motivasyonu

Son yıllarda, karanlık turizm alanlarıyla ilgili önemli miktarda araştırma yapılmış, ancak turist motivasyonları ve turist motivasyonlarını ve ilgili eğilimleri açıklamaya çalışan tematik unsurlara odaklanan çok az çalışma yapılmıştır.

Karanlık turistler genellikle yeni bir deneyim arayışı ya da daha önce kendileri tarafından bilinmeyen bir şeyi anlama ve bilgi edinme macerasıyla motive olurlar (Sharpley ve Stone, 2009: 29). Sharpley ve Stone (2009), bu yorumlamanın, turistin mekân, öğeler ve tarih arasındaki veya toplu olarak kendi mirası ve turiste yazılan ilgili anlam arasında gezinmesinden sorumlu olduğunu belirtmektedir.

Her ne kadar miras turizmi ve etkisi de yorumlamaya ve otantikliğe duyulan gereksinime dayanıyor olsa da, miras turizmi ile karanlık turizm arasındaki farklılaşmanın kilit noktalarından biri de, karanlık turizminin sıklıkla bir tür vahşet ile ilişkilendirilmiş olmasıdır (Sharpley ve Stone, 2009: 13).

Literatür, kişisel nedenlerden dolayı birçok kişinin karanlık turizm alanlarını ziyaret ettiğini göstermektedir. Bazı turistler, sosyal açıdan ölüm ve felakete olan ilgiyi ifade etmenin bir yolu olarak bu yerleri ziyaret etmektedir. Bazıları askeri taktiklere olan ilgisinden dolayı tarih hakkında bilgi edinmek için hüzün turizmine katılmaktadırlar. Bazı turistler ise aileleri, arkadaşları veya savaş gazileri gibi kendileri ile ilgili deneyimlerini anmak için ziyaret ederler. Benzer şekilde, ziyaret edilen siteye bağlılığı olanlar da kültürel kimliklerini doğrulamaya gelebilir. Bazı kişiler suçluluk duygusundan dolayı ve son olarak da bazıları sadece merak duygusundan dolayı hüzün turizmi seyahatine katılırlar. Bunlar hüzün turizmine yönelik itici faktörler olarak yorumlanmaktadır.

Buna karşılık, hüzün turizmi destinasyonları ziyaretçileri kendi tesislerine çekebilir. Çekici faktörlerin en önemlileri destinasyon ile ilgili eğitim ve hatırlatmadır. Bazı destinasyonlar kimliklerini bir turizm cazibesi olarak haklı çıkarma ya da rasyonalize etme ihtiyacı hissederken, bazıları da misyon açıklamalarına eğitim ve hatıraları dahil etmektedir.

Ayrıca medya hüzün turizmi literatüründe hem itme hem de çekme faktörü olarak tartışılırken, modern iletişim teknolojilerinin hüzün turizmi bileşenleri arasında bir aracı olduğu söylenebilir.

Dunkley vd. (2011) çalışmalarında hüzün turizmi motivasyonlarını araştırmışlar ve hüzün turizmi motivasyonlarını:

- Manevi amaçlardan dolayı mezarlık ve anıtsal yerleri ziyaret etmek
- Heyecan ve risk aramak
- Suç, cinayet ve felaket gibi olayların gerçekten yaşandığına emin olmak
- Bir kişinin veya destinasyonun gerçekten olduğunu görmek
- Kendini keşfetmek ve öğrenmek
- Suikastın gerçekleştiği yer gibi benzer tarihi olayları ölümsüzleştiren yapıları ziyaret etmek
- Son zamanlarda meydana gelen doğal afetlerin sonuçlarını merak etmek
- Dini sebep ve amaçlar olarak sınıflandırmışlardır.

4. Hüzün Turizmi Çeşitleri

4.1. Savaş Alanları Turizmi

Savaş alanları, son yıllarda önemli turizm destinasyonları arasında yer almakla birlikte hızlı büyüyen bir turizm fenomeni haline gelmiştir. Smith'in 1998 yılında yapmış olduğu araştırmasında, en önemli seyahat sebeplerinden birinin savaşlarla ilgili alanları ziyaret etmenin olduğu belirtilmiştir (Kurnaz, 2013: 17).

Köseoğlu (2019)'nun çalışmasına göre, bir yerin savaş turizmi alanı olarak alınması ve tek başına çekicilik arz etmesi için aşağıda ye almakta olan özelliklere sahip olması gerekmektedir.

- Bir bölgenin savaş alanı olarak adlandırılması için belirli bir zaman diliminde bölgede fiziksel bir savaşın geçmesi gerekir.
- Savaş alanı olarak alınacak bölgenin turizm ögesi olabilmesi için siper, mevzi, karargâh ve hastane gibi savaş esnasında kullanılmış olan mekân ve eşyaları barındırmalıdır.
- Savaşın geçtiği bölgenin toplum üzerinde derinden bir etkisi de olmalıdır.
- Savaş alanlarına devletler tarafından ilgi gösterilmeli ve korumaya alınmalıdır.

- Savaş alanı olarak alınan bölgeler kültürel açıdan da öneme sahip yerlerdir.
- Turizm olayında çekicilik arz etmesi adına savaş alanlarına yeniden canlandırmalar ve restorasyonlar uygulana bilmelidir.
- Savaş alanları vatan sevgisi, ulus olma bilinci gibi manevi değerlere katkılar sağlar
- Savaşın geçtiği alanlar/araziler, ziyaretçilerin çoğu için insani ve tarihi derin düşünme sahalarıdır.
- Bu mekânlarda, yüce duyguların etkisiyle hareket eden ziyaretçiler, belli bir saygı ve özen içinde ziyaretlerini gerçekleştirirler. Bu anlamda, bu mekânları araştıran, tasarlayan, işleten ve yöneten kişi ve kurumların da bilgi üretme, tasarım, inşa, işletme ve bakım görevlerini yaparken de aynı hassasiyet içerisinde olmaları beklenir

4.2. Afet Turizmi

Doğal afetler kendi içinde meteorolojik kaynaklı (sel, çığ, don-dolu zararları, fırtına-hortum vb) felaketler ve jeolojik-jeomorfolojik kaynaklı (deprem, heyelan, erozyon vb) felaketler olarak sınıflandırılırken beşeri felaketler içinde ekonomik krizler, terör saldırıları, yangın, kötü-yanlış arazı kullanımı ve göç gibi olgular değerlendirilmektedir .

Kelman ve Dodds (2009)'un çalışmalarına göre, pek çok kişi felaketlerin meydana geldiği yerleri incelemek ya da insanların felaketler ile ilgili anılarını hatırlamaları için felaketlerin meydana geldiği yerlere seyahat etmektedirler. Felaket turizmi, insanların yaşanan felaketlerin hemen ardından olay yerine gitmesi veya yıllar öncesinde gerçekleşen afetlerin anma törenlerine katılması sonucu ortaya çıkmıştır.

Afet Turizmi, yakın zamanda doğal veya insan yapımı felaketler yaşayan bölgelere yapılan seyahat faaliyetleridir. Afetler ve etkileri hakkında bilgi, insanların dikkatini çekmektedir. Aynı zamanda afet bölgelerine yapılan seyahatler önemli bir bilgilendirici ve eğitici rol oynamaktadır. Afet turizmine katılan kişiler genellikle afet sonuçlarını görmek ve genellikle organize bir grubun bir parçası olarak seyahat ederler.

En eski felaket turizm bölgelerinden biri, turistlerin Vesuvius'un volkanik aktivitesinin tarihi ve özelliklerini öğrenebilecekleri ve volkanik kül içinde korunmuş insan kalıntılarını görme konusundaki eşsiz çekiciliğini yaşadıkları Pompeii ve Herculaneum'dur.

4.3. Yoksulluk Turizmi

1990'ların ortalarında, gelişmekte olan ülkelerin metropollerinde yeni bir turizm şekli olarak ortaya çıkmıştır. Bu turizm türü, ülkelerin en dezavantajlı bölgelerine yapılan ziyaretlerden oluşmaktadır. Yoksulluk turizminde amaç ihtiyaç sahibi yerel halkın sosyal ve ekonomik sıkıntılarına yardımcı olmaktır.

4.4. Cezaevi turizmi

Lennon J. ve M. Foley (2000)'in çalışmasına göre Turizm literatürü, hoş yerlerde hoş çeşitliliklerin pazarlanmasına ve tüketimine odaklanırken, "karanlık turizm" fenomenini keşfetmeye başlayan akademisyenler, cezaevi tarihi turizminin incelemesi için bir başlangıç noktası oluşturmaktadır.

Cezaevi Turizmi, eğitim ile eğlenceyi birleştiren, karanlık bir tarihi olan hapishanelere yapılan ziyaretlerdir. Cezaevi turizmi ile eski ceza ve hapsetme yerleri, müzelere veya miras alanlarına dönüştürüldüğü için popüler turist deneyimlerinin gerçekleştiği destinasyonlar haline gelmiştir. Son yıllarda, birkaç eski hapishane rehabilite edilmiş ve turizm bölgelerine dönüştürülmüştür. Dünyadaki en ünlü hapishaneler Alcatraz ve Robben Adasıdır. Bu cezaevi siteleri, giderek artan sayıda ziyaretçiyi kaydeden turistik yerler haline geliyor.

Dünyanın her yerindeki aktif olmayan hapishaneler, turistik yerler, müzeler ve hatta hosteller olarak faaliyet göstererek ikinci bir hayat bulmuş, mum ışığında ürkütücü akşam turlarından bir hücrede bir gece kalma şansına kadar her şeyi sunmaktadır. Bu sitelerin ziyaretçileri meraklı ve tarihe ilgisi olan kişilerden oluşmaktadır (Fonseca vd., 2015: 2).

4.5. Mezarlık Turizmi

Mezarlık Turizmi, önemli ve ünlü kişilerin mezarlarını ve cenaze törenlerini görmek için insanların mezarlıkları ziyaret etme hareketidir. Logan ve Reeves (2008)'e göre çoğu insan, mezarlıkları üzüntü ile ilişkilendirse de aynı zamanda mezarlıkların ilgi kaynağı olması ve hayranlık uyandırması bu turizm türüne olan katılımı her geçen gün artırmaktadır. Mezarlık turistleri, mezarlıkların tarihi yönleriyle veya sakinlerinin tarihi önemiyle ilgilenmektedirler. Dünyadaki en ünlü mezarlıklardan biri ünlü şahsiyetlerin gömülü olduğu Paris Père Lachaise mezarlığıdır.

4.6. Hayalet Turizmi

Altyapıları eğlence amaçlı geliştirilen hayalet turizmi, karanlık turizm tipolojisinde en hafif bölümünde olma eğilimindedir. Hayalet turizmi amacı ile düzenlenen turlar yerel ekonomilere ek gelir sağlamaktadır. Aynı

zamanda savaş alanları ile ilgili olan hayalet turları gerçek tarihle ilgili de bilgi sunmaktadır. Romanya'da Dracula Parkı, Belçika'da terkedilmiş Doel kasabası ve Amerika'da bulunan Gettsyburg savaş alanı hayatlet turizmi destinasyonları arasında yer almaktadır.

4.7. Soykırım Turizmi

Soykırım turizmi, zalim tarihi olayların meydana geldiği yerler, özellikle imhalarla bağlantılı alanlara gerçekleştirilen seyahatleri içermektedir. Soykırım turizmi, bu tür destinasyonların temsil ettiği olaylardan çok sonra doğan genç gezginlere, geçmişte işlenen hataları bildirmenin bir yolu olarak kabul edilmektedir. Auschwitz, dünyadaki en önemli soykırım destinasyonu olarak bilinmektedir.

5. Türkiye'de Hüzün Turizmi Destinasyonları

Hüzün turizmi ölüm, acı ve keder duygularının birebir yaşandığı veya sembolik olarak bu duyguların temsil edildiği destinasyonlara yapılan ziyaretler şeklinde tanımlanmaktadır (Kurnaz, 2013: 31). Türkiye sahip olduğu güzel doğası, coğrafi konumu itibari ile Doğu ve Batı arasında köprü olması, verimli toprakları, tarihi ve kültürel miras kaynakları ile birlikte önemli hüzün turizmi destinasyonlarına ev sahipliği yapmaktadır. Bu bölümde hem Türkiye halkının hem de yabancı vatandaşların hüzün turizmi kapsamında ziyaret ettikleri Türkiye'de bulunan destinasyonlardan bahsedilecektir.

5.1. Çanakkale

1. Dünya Savaşı'nın en yoğun çatışmanın yaşandığı ve binlerce insanın yaşamını yitirdiği Çanakkale'ye her yıl yüzbinlerce yerli ve yabancı turist gelmektedir. Kültür ve Turizm Bakanlığı 2018 yılı verilerine göre Çanakkale'ye yaklaşık 850.000 yerli ve yabancı turist gelmiş ve yaklaşık 470.000 kişi müze ve ören yerlerini ziyaret etmiştir. Özellikle Gelibolu yarımadasına savaşın yapıldığı yerleri görmek, şehitlikleri gezmek, tarihi öğrenmek amacı ile düzenlenen turlar büyük ilgi çekmektedir. Çanakkale savaş alanları Türk ve Dünya turizmi için oldukça önemli olmasının yanı sıra bir hoşgörü anlayışının sergilendiği, savaş zamanında dost ve düşman olarak nitelendirilen tarafların günümüzde acılarını birlikte paylaştıkları bir mekândır (Kızılırmak vd., 2015: 1201-1202).

5.2. Sinop Tarihi Cezaevi Müzesi

1214 yılında Selçukluların Sinop'u fethetmesinden sonra yapılan Sinop kalesi iç surları 1560 yılından itibaren zindan olarak kullanılmıştır. Sinop cezaevi ise 1882 yılında Mutasarrıf Veysel Paşa tarafından yaptırılmıştır.

Tarihi cezaevi kuzey-güney konumlu, U planlı ve 28 koğuştan oluşan bir yapıdır. 1996 yılından itibaren boşaltılarak Kültür ve turizm Bakanlığı'na devredilmiştir. 2000 yılından itibaren ziyarete açılan cezaevinin restorasyonunun yapılması ve bir kültür kompleksi haline dönüştürülmesine yönelik çalışmalar devam etmektedir. 2017 yılında Sinop tarihi cezaevini 177.096 kişi ziyaret etmiştir (kulturportali.gov, 2019). Yoğun ziyaretçi sayısının sebepleri olarak; edebiyat ve siyaset alanlarında ünlü kişilerin burada hapis yatmaları ve günümüze kadar birçok sinema filmine ve dizilere ev sahipliği yapması nedeniyle insanlarda uyandırdığı merak duygundan kaynaklandığı söylenebilir.

5.3. Ulucanlar cezaevi

1925 yılında umumi hapishane olarak inşa edilen cezaevi 11 koğuştan oluşmaktadır. 2006 yılında boşaltılan cezaevi, 2009 yılında restorasyon çalışmaları ile müzeye dönüştürülmek üzere Altındağ belediyesine devredildi. Restorasyon çalışmaları 2010 yılında tamamlandı ve 2011 yılında müze olarak hizmete girdi. Açıldığı günden 2017 yılına kadar yaklaşık bir milyon kişi ziyaret etmiştir (ulucanlarcezaevimuzesi.com, 2019). Tarihi cezaevinde birçok öğrenci liderleri, siyasetçi, yazar ve şair mahkûm olarak bulunmuştur Ulucanlar Cezaevi aynı zamanda tanınmış kişilerin idamlarına da sahne olduğu için, Türkiye'nin yakın siyasi tarihi açısından da önem taşımaktadır (Çetinsöz, 2017: 362).

5.4. Sarıkamış

Sarıkamış, Doğu Anadolu Bölgesi'nde, Erzurum-Kars illeri arasında yer almaktadır. I. Dünya Savaşı esnasında, 1915 yılında, Enver Paşa komutasındaki Türk Ordusunun kış taarruzu için aşmak istediği Sarıkamış Allahuekber Dağlarında, kimi kaynaklara göre 60 bin, kimi kaynaklara göre ise 90 bin Mehmetçik soğuktan donarak şehit olmuştur. Bu talihsiz olayda şehit olan askerlerimiz anısına Kars-Sarıkamış karayolu üzerinde yaptırılan "Şehitler Anıtı" Sarıkamış'ın yakın tarihimizdeki acı ve unutulmaz izlerini yansıtmaktadır (Öztürk, 2016: 32). Çolak, 2006 göre Sarıkamış, Eksi 40 dereceye düşen dondurucu soğuğa ve açlığa rağmen Türk askerinin mücadele verdiği yer olarak hafızalarda yerini almıştır.

5.5. Başkomutan Milli Parkı

Kurtuluş Savaşı'nın son aşamasını temsil eden Büyük Taarruz ve Başkomutanlık Meydan Muharebesi'nin ve yaşandığı alanların Türk Milleti açısından büyük bir anlamı bulunmaktadır. Kocatepe ve Dumlupınar savaş alanları tarihi mekanlar olmanın ötesinde bir milletin uyanışını ve küllerinden yeniden doğuşunu temsil etmektedir (Alaeddinoğlu ve Aliağaoğlu, 2007: 216).

Büyük Taarruz, Kurtuluş Savaşı sırasında Türk Ordusu'nun Yunan kuvvetlerine karşı başlattığı genel saldırıdır. Afyon Cephesi, savunmanın en yoğun olarak gerçekleştiği bölge olarak ifade edilmektedir. Türk ordusu ilk kez taarruza geçeceği bir savaş olarak kurtuluş mücadelesinde yerini almaktadır. 26 Ağustos sabahı Büyük Taarruz başlamıştır. 27 Ağustos'ta Afyon Cephesi çökmüş, 30 Ağustos'a kadar savaş devam etmiştir. 30 Ağustos'ta Yunan Ordusu, Dumlupınar'da kuşatılmıştır. Tarihe Başkomutan Meydan Savaşı adıyla geçen savaşın ertesi günü 31 Ağustos itibariyle Yunan ordusu savaş meydanını terk etmiştir (Kılıç ve Akyurt, 2011: 219)

5.6. Anıtkabir

Anıtkabir, Türk Kurtuluş Savaşı'nın ve inkılaplarının önderi ve Türkiye Cumhuriyeti'nin ilk cumhurbaşkanı Mustafa Kemal Atatürk'ün, Ankara Anıttepe'de (eski adıyla Rasattepe) bulunan anıt mezarıdır. Anıtkabir projesinin belirlenmesinden sonra, ilk aşamada kamulaştırılma çalışmaları yapıldı ve 9 Ekim 1944 tarihinde yapıma başlandı. Anıtkabir'in inşası 9 yıllık bir sürede 4 aşamalı olarak 1953 yılında tamamlandı (anıtkabir.com., 2019)

Giriş yolunun iki yanı aslan heykelleri ve meşalelerle süslüdür. Zafer alanı, yolu asıl anıta bağlayan bölümdür; çevresinde sekiz kule bulunmakta ve her bir kuleye Kurtuluş Savaşı ile ilgili bir isim verilmiştir. Yirmi metre yükseklikte ve otuz metre genişlikteki şeref salonunun gerisindeki pencerenin önünde lâhit yer almaktadır. Atatürk"ün asıl mezarı, bu simgesel lâhdin tam altında bulunmaktadır. Anıtkabir için yapılan kabartma ve heykellerin konuları, Atatürk"ün hayatından, Kurtuluş Savaşı ve Cumhuriyet tarihinden seçilmiştir (Taylak, 1998: 56). Anıtkabir'i 2018 yılında 6.581.232 kişi ziyaret etmiştir. Dolayısı ile Anıtkabir Türkiye'deki önemli hüzün turizmi destinasyonlarından biridir.

5.7. Dolmabahçe sarayı

T.C. Cumhurbaşkanlığı bünyesindeki Milli Saraylar İdaresi Başkanlığına bağlı Dolmabahçe Sarayı, otuz birinci Osmanlı padişahı Sultan Abdülmecid (1839-1861) tarafından yaptırılmıştır. 45.000 m²lik kullanılır döşeme alanı, 285 odası, 43 salonu, 68 tuvaleti ve 6 hamamı vardır. Türkiye Cumhuriyetinin kurucusu Gazi Mustafa Kemal Atatürk, 1927-1938 yılları arasında İstanbul'daki çalışmalarında Dolmabahçe Sarayı'nı kullanmış ve 10 Kasım 1938 yılında burada vefat etmiştir. 1926-1984 yılları arasında protokol ve ziyarete kısmen açık olan Dolmabahçe Sarayı, 1984 yılından itibaren "müze- saray" olarak geziye açılmıştır. Dolmabahçe Sarayı 2018 yılında yaklaşık bir milyon ziyaretçi sayısına ulaşmıştır (millisaraylar.gov., 2019).

SONUÇ VE ÖNERİLER

Hüzün turizmi uluslararası ve ulusal alanyazında gelişen ve hızla popülerliği artan bir alternatif turizm çeşididir. Keder turizmi (dark tourism, thanatourism, black tourism, black spot) ölüm, felâket ve yokluk ile ilgili turizm şekli olarak 1990'lı yıllarda, Lennon ve Foley tarafından ortaya konmuş bir turizm çeşididir. Araştırmacılar keder turizminin tanımını şöyle yapmaktadırlar: "Gerçek ve ticari hale getirilmiş ölüm ve yıkım unsurlarının sunumu ve tüketimidir (Aliağaoğlu, 2008: 90)

Uzak ya da yakın geçmişte meydana gelen, ölüm ve üzüntüyü çağrıştıran maddi ve manevi unsurların turistik ürün olarak sunulmasını ifade eden hüzün turizmi, katılımcı sayısı açısından günümüzde milyonlarla ifade edilmektedir. Şüphesiz ki, medeniyetler beşiği konumunda olan, sayısız medeniyetlerin kurulup, yıkıldığı, zengin tarihi ve kültürel varlıkları ile Türkiye hüzün turizmi açısından büyük bir potansiyeli barındırmaktadır. İster milli tarihimiz bakımından, isterse ortak insanlık tarihi bakımından ülkemiz, ölümle ilgili hüzünlü ve kederli birçok tarihi vakaya şahitlik etmiştir. Bu durum ülkemizi hüzün turizmi bakımından çok önemli bir kaynak konumuna getirmektedir (Öztürk, 2016: 98).

Satış ve pazarlama çalışmalarının çeşitlendirilmesi ve arttırılması ile daha fazla yerli ve yabancı turistlere ulaşmak için çok sayıda ve etkin iletişim araçları kullanılmalıdır. Yılın her dönemi seyahatlerin düzenlenebileceği hüzün turizminin geliştirilmesi için ulusal ve uluslararası tanıtımlar arttırılması gerekmektedir.

Türkiye'de hüzün turizminin tanıtılması için seminerler, konferanslar düzenlenmeli, devlet, özel sektör ve STK'lar tarafından hüzün turizmi konulu toplantılar organize edilmelidir. Böylelikle Türkiye'nin ve diğer ülkelerin sahip olduğu hüzün turizmi değerleri yerel halk ve turizm paydaşları ile paylaşılarak, hüzün turizmi bilinirliği arttırılabilir.

Ülkemizde önlisans, lisans ve yüksek lisans düzeyinde turizm eğitimi veren okulların alternatif turizm dersi kapsamında hüzün turizminin anlatılması hüzün turizmi bilincinin artmasını sağlayabilir.

Yerli turistlere hizmet veren seyahat acentaları ve tur operatörleri hüzün turizmi merkezlerine turlar düzenlemeli, internet sitesi, görsel basılı tanıtım araçları ve sosyal medya hesaplarında hüzün turizmini tanıtmaya yönelik tutundurma faaliyetleri düzenlemelidir.

Türkiye turizminde alternatif turizmi ürünü olarak hüzün turizmi pazarlanması hususunda yeni ve etkin pazarlama stratejileri geliştirilebilir.

Hüzün turizmi kapsamında yabancı turistlerin ülkemize çekilmesi için devlet kurumları ve tur operatörleri tarafından öncelikle ülkemize en çok turist gönderen ülkeler başta olmak üzere ülkemizin hüzün turizmi değerleri çeşitli programlarla turistlerin yaşadığı yerde tanıtım çalışmaları yapılabilir.

KAYNAKÇA

Akoğlan Kozak, M. ve Bahçe, A. S., (2009). Özel İlgi Turizmi, Detay Yayıncılık, Ankara.

Alaeddinoğlu, F. ve Aliağaoğlu, A., (2007). Savaş Alanları Turizmine Tipik Bir Örnek: Büyük Taarruz ve Başkomutan Tarihi Milli Parkı, Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 18 (2), 215-225.

Albayrak, A., (2013). Alternatif Turizm, Detay Yayıncılık, Ankara.

Aliağaoğlu, A., (2008). Savaş Alanları Turizmi İçin Tipik Bir Yer: Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkı, Millî Folklor, 20 (78), 88-104.

Alili, M., (2017). Avrupa'daki ve Türkiye'deki Hüzün Turizmi Destinasyonlarının Karşılaştırması Üzerine Teorik Bir Çalışma, Uluslararası Global Turizm Araştırmaları Dergisi, 1 (1), 37-50.

anıtkabir.com., (2019), https://www.anitkabir.com.tr/, Erişim Tarihi: 28.03.2019.

Ashworth, G., (1993). Culture and Tourism: Conflict or Symbiosis in Europe?, (Editör: W. Pompl, P. L.) Tourism in Europe: Structures and Developments, Wallingford: CAB INTERNATIONAL, p. 13-35.

Beech, J., (2000). The Enigma of Holocaust Sites As Tourist Attractions-The Case of Buchenwald, Managing Leisure, 5 (1), 29-41.

Blom, T., (2000). Morbid Tourism-A Postmodern Market Niche With An Example from Althorp, Norsk Geografisk Tidsskrift, 54 (1), 29-36.

Çetinsöz, B. C., (2017). Karanlık (Dark) Alanları Ziyaret Eden Yerli Turistleri Motive Eden Etmenler: Ankara Ulucanlar Cezaevi Müzesine Yönelik Bir İçerik Analizi, Uluslararası Sosyal Bilimler Sempozyumu, 18-20 Mayıs 2017, Alanya.

Dann, G. M., (1995). Tourism: The Nostalgia Industry of the Future, (Editör: Theobald, W.) Global Tourism: The Next Decade, Oxford: Butterworth Heinemann, p. 55-67.

Dunkley, R., Morgan, N. ve Westwood, S., (2011). Visiting the Trenches: Exploring Meanings and Motivations in Battlefield Tourism, Tourism Management, 32 (4), 860-868.

Foley, M. ve Lennon, J. J., (1996). JFK and Dark Tourism: A Fascination With Assassination, International Journal of Heritage Studies, 2 (4), 198-211.

Fonseca, A. P., Seabra, C. ve Silva, C., (2015). Dark Tourism: Concepts, Typologies and Sites, Journal of Tourism Research & Hospitality, 2.

Hacıoğlu, N. ve Avcıkurt, C., (2008). Turistik Ürün Çeşitlendirmesi, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Jones, A., (1992). ,, (1992). Is There A Real 'Alternative' Tourism, Tourism Management, 13 (1), 102-103

Kang, E.-J., Scott, N., Lee, T. J. ve Ballantyne, R., (2012). Benefits a Visiting A 'Dark Tourism' Site: The Case of the Jeju April 3rd Peace Park, Korea, Tourism Management, 33 (2), 257-265.

Kaya, O., (2006). Ölüm Turizmi: Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkı'nı Ziyaret Eden Turistlerin Ziyaret Motivasyonlarını Anlamaya Yönelik Bir Araştırma ve Sonuçları, Yüksek Lisans, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çanakkale.

Kelman, I. ve Dodds, R., (2009). Developing A Code of Ethics for Disaster Tourism, International Journal of Mass Emergencies and Disasters, 27 (3), 272-296.

Kılıç, B. ve Kurnaz, A., (2010). Alternatif Turizm ve Ürün Çeşitliliği Oluşturmada Ekolojik Çiftlikler: Pastoral Vadi Örneği, İşletme Araştırmaları Dergisi, 2 (4), 39-56.

Kılıç, B. ve Akyurt, H., (2011). Destinasyon İmajı Oluşturmada Hüzün Turizmi: Afyonkarahisar ve Başkomutan Tarihi Milli Parkı, Gaziantep University Journal of Social Sciences, 10 (1), 209-232.

Kızılırmak, İ., Alrawadieh, Z., Küçükali, S. ve Atsız, O., (2015). Çanakkale'de Düzenlenen Anzak Tur Programlarına Yönelik Bir İçerik Analizi. 16. Turizm Kongresi, 12-15 Kasım 2015. Çanakkale.

Köseoğlu, A., (2019). Hüzün Turizmi Kapsamında Çanakkale Savaşlarının Turizm Ekonomisine Etkisi, Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

Krakover, S., (2005). Attitudes of Israeli Visitors Towards the Holocaust Remembrance Site of Yad Vashem, (Editör: G. Ashworth, R. H.) Horror and Human Tragedy Revisited: The Management of Sites of Atrocities for Tourism, Sydney: Cognizant Communication Corporation, p. 108-117.

kulturportali.gov, (2019), https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/sinop/gezilecekyer/tarihi-cezaevi, Erişim Tarihi: 04.04.2019.

Kurnaz, H. A., (2013). Hüzün Turizminin İç Turizme (İç Turizm Talebine) Etkisi: Çanakkale Örneği Yüksek Lisans Tezi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Çanakkale.

Lennon J. ve M. Foley, (2000). Dark Tourism: The Attraction of Death and Disaster Continuum, London.

Logan, W. ve Reeves, K., (2008). Places of Pain and Shame: Dealing With 'Difficult Heritage', Routledge, London.

Miles, W. F., (2002). Auschwitz: Museum Interpretation and Darker Tourism, Annals of tourism research, 29 (4), 1175-1178.

millisaraylar.gov., (2019), http://www.millisaraylar.gov.tr/saraylar/dolmabahce-sarayi, Erişim Tarihi: 29.03.2019.

Mısırlı, İ., (2018). Seyahat Acentacılığı ve Tur Operatörlüğü, Ankara: Detay Yayıncılık.

Newman, M. ve Bristow, R., 2004, Myth Vs Fact: An Exploration of Fright Tourism, Proceedings of the 2004 Northeastern Recreation Research Symposium.

Oriade, A. ve Evans, M., (2011). Sustainable and Alternative Tourism, (Editör: Robinson, P., Heitmann, S. ve Dieke, P.) Research themes for tourism, UK, Wallingford: CABI Publisihing, p. 69-86.

Öztürk, A., (2016). Hüzün Turizmi Katılımcılarının Kişilik Özellikleri, Motivasyonları ve Memnuniyetleri Arasındaki İlişki, YÜksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Prentice, R., (1993). Tourism and Heritage Attractions, Routledge, London.

Prince, S. ve Ioannides, D., (2017). Contextualizing The Complexities Of Managing Alternative Tourism At The Community-Level: A Case Study Of A Nordic Eco-Village, Tourism Management, 60, 348-356.

Rojek, C., (1993). Ways of escape: Modern transformations in leisure and travel, Macmillan, London.

Seaton, A. V., (1996). Guided By The Dark: From Thanatopsis to Thanatourism, International Journal of Heritage Studies, 2 (4), 234-244.

Seaton, A. V., (1999). War and Thanatourism: Waterloo 1815–1914, Annals of tourism research, 26 (1), 130-158.

Sharpley, R. ve Stone, P. R., (2009). The Darker Side of Travel: The Theory and Practice of Dark Tourism, Channel view publications, Bristol.

Slayton, L. S., (2006). Ground Zero-Tragedy, Terror, and Grief Tourism, Mart, 6, 2016.

Stone, P. R., (2005). Dark Tourism—An Old Concept In A New World, TOURISM, The Tourism Society, 20 (25), 20.

Stone, P. R., (2012). Dark Tourism and Significant Other Death: Towards A Model of Mortality Mediation, Annals of tourism research, 39 (3), 1565-1587.

Tarlow, P., (2007). Dark Tourism–The Appealing 'Dark' side of Tourism and More, (Editör: Novelli, M.) Niche tourism, London: Routledge, p. 61-72.

Taylak, M., (1998). Etnografya"dan Anıtkabir"e, Kültür Yayınları, Ankara.

ulucanlarcezaevimuzesi.com, (2019), https://www.ulucanlarcezaevimuzesi.com/default.asp?page=icerik&id=27), Erişim Tarihi: 10.04.2019

UNWTO, (2008), Understanding Tourism: Basic Glossary, http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/glossaryenrev.pdf, Erişim Tarihi: 20.112018.

Walter, T., (2009). Dark Tourism: Mediating Between The Dead and The Living, (Editör: Stone, R. S. P. R.) The darker side of travel: The theory and practice of dark tourism, Bristol: Channel View Publications, p. 39-55.

Warner, J., (1999). North Cyprus: Tourism and the Challenge of Non-Recognition, Journal of Sustainable Tourism, 7 (2), 128-145.

Weaver, D. B., (2006). Sustainable Tourism: Theory And Practice, Routledge.

Yan, B.-J., Zhang, J., Zhang, H.-L., Lu, S.-J. ve Guo, Y.-R., (2016). Investigating The Motivation–Experience Relationship in A Dark Tourism Space: A Case Study of The Beichuan Earthquake Relics, China, Tourism Management, 53, 108-121.

Yıldız, Z., Yıldız, S. ve Aytemiz, L., (2015). Kara Turizm, Terör Turizmi ve Türkiye Potansiyeli, İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi, 4 (2), 390-407.

GÖRME ENGELLİLER DERNEKLERİNİN TEMEL SORUN VE BEKLENTİLERİNİN İNCELENMESİ: VAN İLİ ÖRNEĞİ[1]

Abdurrahman MENGİ[2]

1 Bu araştırma 18-20 Ekim 2018 tarihlerinde Van'da düzenlenen Uluslararası Sanat, Kültür ve Toplum Sempozyumu'nda sunulan bildirinin gözden geçirilmiş ve genişletilmiş halidir.

2 Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Özel Eğitim Bölümü, Dr. Öğr. Üyesi, *a.mengi76@hotmail.com*,

VAN GÖRME ENGELLİLER DERNEĞİNİN TEMEL SORUN VE BEKLENTİLERİ AÇISINDAN İNCELENMESİ[1]

Abdurrahman MENGİ[2]

GİRİŞ

Engellilik olgusu, geçmişten günümüze kadar sosyal bir sorun olarak var olmuştur. Tarih boyunca engelli bireyler ekonomik olarak herhangi bir işleve sahip olmadığı düşünülerek topluma ve aileye bir yük olarak düşünülmüş ve her zaman dışlanmaya maruz bırakılmıştır. İlk çağlarda engelli bireyler Tanrı'nın bir cezası olarak görülürdü. Dolayısıyla ya ölüme terk edilirdi ya da toplumda kayıp kuşaklar olarak varlıklarını sürdürürlerdi. Zamanla daha zor ve kötü işlerde çalıştırmışlardır. Örneğin değirmenlerde ve su depolarında hayvanların yerine çalıştırılmış, fuhuş ve dilencilikte kullanılmışlardır (Öztürk, 20011, s. 16). Tarih boyunca engellilere reva görülen bu durum, günümüz toplumları açısından değiştiği söylense de, engelli olmak halen dezavantajlı olmakla eşdeğer görülmektedir (Duman M. Z., Karakurt Tosun, E. ve Güleç, M. M. 2015, s. 73). Günümüzde akademik çalışmalara daha sık kapı aralayan araştırma konularında bir de engellilik olgusudur. Alan yazına bakıldığında engellilik olgusu, geçmişten günümüze dek tıbbın araştırma konusu olduğu gibi özellikle İkinci dünya savaşından sonra psikoloji ve sosyoloji gibi disiplinlerin de araştırma konusu olmuştur. Günümüzde ise tıp, psikoloji, sosyoloji, eğitim, hukuk, ekonomi, siyaset gibi disiplinlerin araştırma odağına girme zorunluluğu doğurmuştur.

1. Kuramsal Çerçeve

Dünya Sağlık Örgütü (WHO) engellilik kavramını, bireyden beklenilen sosyal rol, beceri, davranış ve sorumlulukların yerine getirememesi şeklinde tanımlamıştır (siteresources.worldbank.org, 2018). Engellilik, bireyin vücut fonksiyonlarındaki eksiklik olarak düşünüldüğünde (Şahin, 2004, s. 49) bireyin bağımsız yaşam alanını daraltan, sosyal ve kültürel yaşam kalitesini azaltan ve günlük yaşam becerisinden yoksun olmaya vurgu yapan bir tanımı içermektedir. Bu tanım, fiziksel, ruhsal, zihinsel olarak herhangi bir nedenle belli hareket, duyu ve işlevlerdeki sınırlılığa vurgu yapmak için kullanılmaktadır (Işık, 2013, s. 3). Dolayısıyla bireylerin fiziki bede-

1 Bu araştırma 18-20 Ekim 2018 tarihlerinde Van'da düzenlenen Uluslararası Sanat, Kültür ve Toplum Sempozyumu'nda sunulan bildirinin gözden geçirilmiş ve genişletilmiş halidir.

2 Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Özel Eğitim Bölümü, Dr. Öğr. Üyesi, *a.mengi76@hotmail.com*,

nine indirgenen engelliliğin oluşumu için temelde üç neden sayılmaktadır. Bunlar; " doğum öncesi nedenler, annenin yaşı, beslenmesi, kullandığı ilaçlar, radyasyona maruz kalması gibi nedenlerdir. Doğum sırası nedenler, erken-geç doğum, kordon dolanması, doğum sırası travmalardan oluşan nedenler. Doğum sonrası nedenler ise enfeksiyona maruz kalma, havale geçirme, çocuğun geçirdiği çeşitli hastalıklar, hastalıklarda yanlış ve geç müdahale gibi nedenlerdir" (Kulaksızoğlu, 2003: 63). Engellilik kavramı, 2828 sayılı Sosyal Hizmetler ve Çocuk Esirgeme Kurumu Kanunu'nun 3. maddesinin "c" fıkrasında ve 5378 sayılı kanunda da bu çerçevede tanımlanmıştır. Her iki kanunda da engelli birey "doğuştan veya sonradan herhangi bir nedenle bedensel, zihinsel, ruhsal, duyusal ve sosyal yeteneklerini çeşitli derecelerde kaybetmesi nedeniyle toplumsal yaşama uyum sağlama ve günlük gereksinimlerini karşılama güçlükleri olan ve korunma, bakım, iyileştirme, danışmanlık ve destek hizmetlerine ihtiyaç duyan kişi" olarak tanımlanmıştır (tccb.gov.tr,2018). Dolayısıyla engellilik kavramı; *"normal bireylerle karşılaştırılınca beden, zekâ, duygu, eğitim ya da toplumsal koşullar nedeniyle yetersiz durumda bulunan kişilere vurgu yapmaktadır"* (Okan ve Okan, 2006, s. 14).

Dünya Sağlık Örgütü ve ulusal ölçekli tanımların ortak yanı, engelliliği genellikle normalın dışında ve anormal olma veya engelliğin kültürel olarak inşa edilmesi ve genellikle toplum tarafından istenilmeyen durum kategorisine vurgu yapan bir tanımlama olduğu söylenebilir. Dolayısıyla engellilik kavramı, bireyin belirli aktivitelerini yerine getirememesi ve toplumsal yaşamda kendisinden beklenilen rol ve statüleri oynayamaması ve ideal-normal kapasitenin dışında olması olarak tanımlanmaktadır (Burcu, 2013, s. 32). Böylece ilk zamanlarda engelli terimi, tıbbi model bağlamında, bireyin biyolojik/fizyolojik ve psikolojik kayıp ve anatomik yapının fonksiyonlarındaki normal dışı durum veya gelişimi olarak tanımlanmıştır (Oymak, 1997'den aktaran Güleryüz, 2009, s. 5). Dolayısıyla Engellilik ile ilgili ilk zamanlarda yapılan tanımlar zamanla sosyal model bağlamında yeniden farklı bir bağlamda tanımlanmıştır.

Sosyal model bağlamında engellilik, bireyin fiziksel olarak yetersizliğini değil, daha çok toplumsal alanların farklı gelişen bireyler açısında yetersizliğine dikkat çeker. Yani engellilik, bireylerin parçası olduğu toplumun kendisine sağladığı fiziksel alt yapı, toplumun farklı gelişenlere yönelik kabul düzeyi ve kültürel gelişmişlikle ilişkili olduğu savı ön plana çıkmıştır (Burcu, 2013, s. 39). Dolayısıyla engellilik, bireyin belli faktörlere bağlı olarak (yaş, cinsiyet, sosyal ve kültürel) toplumda oynaması gereken rolleri bağımsız bir şekilde yerine getirememesi durumudur (Ulutaşdemir, 2007, s. 120). Engelli bireyler sosyal rollerini bedensel, zihinsel, işitsel, duygusal gibi engellerden ötürü oynamaktan zorlanır. Bu nedenle sosyal yaşam ala-

nı daralır ve toplum ile etkileşimi sınırlı kalır (Mengi, 2016, s. 226-227). Böylece engellilik kavramı ile bireylerin çevreleriyle olan sosyal etkileşiminde karşılaştığı sorunlara da vurgu yapılmaktadır (Usta, 2009, s. 4).

5378 Sayılı Kanun'un engelliliğin önlenmesi, engelli bireylerin eğitim, sağlık, rehabilitasyon, bakım, istihdam ve sosyal güvenliğine yönelik tedbirler alarak engelli bireylerin topluma katılımlarını sağlamak ve bu hizmetlerin koordinasyonu için gerekli düzenlemeleri yapmaktır (5378 s.K., md. 1) seklindeki amacı da sosyal modele uygun bir amaç olarak engellilerin toplumla bütünleşmesini sağlamaya yöneliktir. Çünkü bu kanun çerçevesinde ortopedik, görme, işitme, zihinsel, dil-konuşma ve ruhsal engelli bireylerin özel eğitim ve rehabilitasyonlarına yönelik eğitim imkânlarının daha kolay-erişilebilir kılınması için eğitim giderlerinin her yıl MEB bütçesinden karşılanması (md. 35/ek md. 3), engelli bireylerin sosyalleşmelerini ve toplumla bütünleşmelerinin sağlamak açısından son derece önemlidir.

Dünya Sağlık Örgütü'ne (WHO) göre dünya nüfusunun %15'i engelli bireylerden oluşmaktadır. Dünyada yaklaşık 45 milyonu tamamen görmeyen görme engelli birey varken, toplamda ise 314 milyon farklı derecede görme engelli birey bulunmaktadır (WHO, 2009). Genel olarak engelli bireylerin Türkiye nüfusu içindeki payı da oldukça yüksektir. Türkiye Özürlüler Araştırması'na (2002) göre, Türkiye nüfusunun %12.29'u çeşitli engellere sahip engelli bireylerden oluşmaktadır. Ancak ortopedik, görme, işitme, zihinsel ve dil-konuşma engellilerin oranı %2.58'dır. Bu oranın içinde görme engelli bireylerin oranı ise %0.60 olarak belirlenmiştir. Dolayısıyla bu araştırmanın verilerine göre Türkiye'de 412.132 görme engelli birey vardır.

Dolayısıyla toplumdaki her birey gibi, görme engelli bireyler için de eğitim, istihdam, toplumsallaşma konularında gerekli sosyal, ekonomik ve fiziksel koşulların, tedavi, bakım, rehabilitasyon imkanların sunulması oldukça önemlidir (Aykara, 2010, s. 10). Birleşmiş Milletler Engelli Hakları Sözleşmesinin 24. Maddesinin 2. Fıkrasında bu anlaşmaya imza atan tüm devletler, tüm engellileri içine alan ve onları toplumla bütünleşmelerini sağlayacak bir eğitimin gerekliliğine vurgu yapmaktadır (Akbulut, Özgül ve Tezcan, 2014, s. 127). Uluslararası düzeyde olduğu gibi ulusal düzeyde de engelli bireylerin eğitim haklarını elde etmeleri için 2005 yılında çıkarılan 5378 sayılı kanun oldukça önemlidir (Sart, 2007, s. 2). Çünkü bu kanunla eğitim, sağlık - bakım, rehabilitasyon, bilgilendirme - bilinçlendirme, sosyal güvenlik, erişebilirlik, istihdam, ve gelirin korunması gibi alanlarda belli yasal tedbirler alınmıştır. (Mengi, 2016, s. 230). Ayrıca Engellilerin istihdam edilmeleri konusu, çağdaş ve demokratik devletlerin temel sorumluluklarındandır (Bilgin, 2000, s. 5). Çağdaş devletler için, engellilerin is-

tihdam edilmesi ve sosyal hizmet uygulamalarında yararlanması yasal bir zorunluluktur. Ayrıca engellilere yönelik her tür ayrımcılığın önlenmesi ile engellilerin toplumsal yaşama katılımlarının önündeki engeller olarak görülen önyargıların, gelenek kodlarının, ideolojik tavır alış ve sosyal temsil biçimlerinin dönüşmesini sağlayacaktır (Uluocak, 2012, s. 172).

Bu araştırma, genel olarak engellilik olgusundan ziyade görme engellilik olgusuna odaklanmıştır. Görme engellilik sosyal bir olgu olarak çok eskilerden beri bireyleri etkilemektedir. Fransa doğumlu ve görme engelli bir birey olan Louis Braille (1809) kendi soyadı ile adlandırdığı Braille alfabesini 1825'te bulmuştur. Alfabe, Fransa'da 1854'te, Amerika'da 1860'ta ve İngiltere'de 1868 yılında ilkin kullanılmıştır. Dünyada ise 1918'de görme engelli bireyler için ortak bir alfabe olarak kabul edilmiştir (Kazak, 2008, s. 216). Keza bu alfabe ile görme engelli bireyler okuma-yazmayı öğrenmeye başlamıştır. Sonraki yıllarda göme engelli bireyler için Braille alfabesi ile yazılmış kitaplar da hazırlanmıştır. Fakat Braille alfabesi ile yazılmış kitapların genellikle pahalı olması, güncel bilgiler içermemesi ya da kitapların içeriklerinin çeşitlilik bakımında sınırlı olması nedeniyle görme engelli bireylerin bu kaynaklara ulaşımını zorlaştırmıştır. Böylece görme engelli bireylerin bilgiye eşit ulaşımı oldukça güç olmuştur. Ancak son zamanlarda internet yardımıyla bilgiye erişimi olanaklı kılan bilgisayarlar görme engelli bireyler için son derece önem arz etmektedir. Özellikle bir ekran okuma programı yardımıyla görme engelli bireylerin bilgisayar kullanımı kolaylaşmaktadır (Acartürk ve Yücel Yıldırım, 2006). Dolayısıyla son zamanlarda ekran erişim programları ile görme engelli bireylerin bilgisayar kullanımı yaygınlaşmaktadır. Window-Eyes, JAWS For Windows ve Voice Over bu programlara örnek verilebilir (Getem.boun.edu.tr, erş. tr., 21.10.2018). Özellikle yazıları Braille yazıcılar ve Braille monitörler görme engelli bireylerin yaşamında önemli kolaylıklar sağlamaktadır.

Türkiye'de Milli Kütüphanenin Konuşan Kitaplık Birimi konuşan kitaplık koleksiyonunda sesli kitapları web ortamında görme engelli bireylerin hizmetine sunmaktadır (mkutup.gov.tr, erş, tr., 21.10.2018). Sesli kitapların çeşitliğini artırmak için 03 Aralık 2007 tarihinde Salih Tüzün Bozbeyoğlu Ses Kayıt Stüdyosu açılmıştır" (Kazak, 2008: 218). Ayrıca 16 ile 17 Ekim 2007'de 1. Ulusal Körler ve Kütüphanecilik Sempozyumu ile Türkiye'de görme engelli bireylerin bilgiye erişebilmelerinde daha etkin hizmeti vermeye yönelik kütüphanecilik hizmetlerinin geliştirilmesi için önemli tartışmalar neticesinde etkili sonuçlara ulaşılmıştır. (Kazak, 2008, s. 218).

Günümüzde tüm bireylerin her ortamdaki bilgiye erişimi sağlayabilmek ve özellikle görme engelli bireylerin de bilgiye eşit erişiminin gerekliliğine dikkat çekilmektedir (Subaşıoğlu, 2008, s. 410). Keza görme engelli bireyler de diğer bireyler gibi eğitim imkânlarından yararlanma,

yaşam boyu öğrenme, iş ve toplum hayatına katılma için bilgiye erişim ihtiyacı duymaktadır. Ancak, kitapların %95'inin Braille alfabesiyle yazılmadığı için veya büyük baskı ile yayınlanmadığı için ve sesli kitaplar olmadıkları için görme engelli bireylerin okuma imkanını da sınırlandırmıştır (Brazier, 2007, s. 864; Epp, 2006, s. 411). Görme engelli bireyler sadece bilgiye erişimde güçlükler ile karşılaşmamaktadır. Aynı zamanda günlük ve sosyal yaşantılarında da önemli oranda sorun yaşamaktadırlar. Çünkü görme engelli bireyler yaşamlarını bağımsız sürdürebilmeleri için desteğe ihtiyaç duymaktalar. Bu nedenle literatürde tıp, psikoloji, sosyoloji, eğitim gibi çeşitli alanlarda görme engellilerin sorunlarının ele alındığı pek çok araştırma bulunmaktadır. Bu araştırmada, Van Görme Engelliler Derneğinin temel sorun ve beklentilerinin neler olduğunu ortaya çıkarma amacını taşımaktadır. Dolayısıyla bu araştırma aşağıda verilen dört temel araştırma sorusundan hareketle yürütülmüştür.

1. Van'daki Görme Engelliler Derneklerinin kuruluş amacı nedir?

2. Van'daki Görme Engelliler Derneklerinin ne tür faaliyetleri vardır?

3. Van'daki Görme Engelliler Derneklerinin en temel sorunları nelerdir?

4. Van'daki Görme Engelliler Derneklerinin yetkililerden ne tür beklentileri vardır?

2. Yöntem

Bu bölümde araştırmanın desenine değinilmiş, çalışma grubu hakkında bilgiler verilmiş, veri toplama araçları tanıtılmış ve veri analizi hakkında bilgiler sunulmuştur.

2.1. Araştırma Modeli/Deseni

Bu araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden olan durum çalışması deseni kullanılmıştır. Nitel araştırma, "sosyal olguları, bağlı oldukları ve içinde yer aldıkları ortamda doğal görünümleriyle gözlem, görüşme ya da belgeleri değerlendirmek yoluyla bilgi edinme ve bu bilgileri analiz ederek kuram geliştirme" olarak tanımlanabilir (İslamoğlu ve Alnıaçık, 2013, s. 204). Durum çalışması deseni ise, betimsel araştırma yöntemleri arasında yer alır ve sosyal bilimlerde psikoloji, sosyoloji ve özellikle eğitim bilimleri alanında kullanılmaktadır. Durum çalışmasında "*durum, bir bireyden bir köy halkına ya da bir olaydan belirli bir programın uygulanması gibi bir dizi işleme göre değişebilir*" (Fatma, N. S. ve Yasemin B., 2015, s.119-120). Durum çalışması özellikle eğitim alanında nitel araştırmalarda yaygın olarak kullanılan bir yöntemdir. Araştırma

sürecinde daha çok nasıl soruları araştırmanın yönünü belirler. Durum çalışmasında kuramsal önermelerden hareketle oluşturulan araştırma sorularına uygun veriler toplanır ve betimsel analize tabi tutulur (Fatma, N. S. ve Yasemin B., 2015, s.119-120). Dolayısıyla bu araştırma da STK bağlamında engelli bireylerin temel sorun ve beklentilerine odaklandığı için durum çalışması deseni seçilmiştir.

2.2. Araştırmanın Çalışma Grubu

Araştırma, Van ili merkez ilçe olan Tuşba, İpekyolu ve Edremit'te üyeleri bulunan Van Altınokta Körler Derneği (2006) ile Altınokta Görme Engelliler Spor Kulübü Derneğinin (2011) temel sorun ve beklentilerine odaklanmıştır. Bu nedenle araştırmanın çalışma grubunu iki farklı dernek başkanından oluşmaktadır. Dernek yönetim kurularıyla yapılan görüşmeler sonucunda bilgi, görgü ve yaşantı konusunda en kapsamlı bilgiye sahip olan dernek başkanları katılımcı olarak belirlenmiştir. Dolayısıyla bu araştırmada amaçlı örneklemden hareketle çalışma grubu belirlenmiştir. Yani çalışma grubunun farklı engel türlerinden ve kendini ifade etme becerisi yüksek kişilerden seçilmesi araştırma verilerinin daha nitelikli ve güvenilir kaynaktan elde edilmesi ile ilgilidir.

Tablo 1'de çalışma grubunun yaşları, cinsiyetleri, eğitim durumu ve gelir durumu ile ilgili bilgiler verilmiştir.

Tablo 1. *Katılımcıların Demografik Bilgileri*

Değişkenler		**N**	**%**
Yaş	32	1	50
	52	1	50
Cinsiyet	Erkek	1	50
	Erkek	1	50
Eğitim Durumu	İlkokul	1	50
	Lise	1	50
Gelir Durumu	Düşük	2	100
	Orta	0	0
	Yüksek	0	0

Tablo 1'e bakıldığında katılımcıların ikisi de erkektir. Biri ilkokul diğeri lise eğitimini almıştır. Katılımcılardan her ikisinin de düşük düzeyde gelir durumuna sahip olduğu belirlenmiştir.

2.3. Veri Toplama Araçları

Araştırma, Temmuz 2018'de başlamış olup Ekim 2018'de tamamlanmıştır. Araştırmada demografik bilgi formundaki 4 temel soru dışında bireylere görüşme formunda yer alan 4 adet yarı yapılandırılmış soru sorulmuştur. Araştırma sırasında görüşmelerin bir kısmı kayıt cihazı diğer bir kısmı ise katılımcıların doldurmuş oldukları görüşme formu aracılığıyla kayıt altına alınarak veriler elde edilmiştir. Ayrıca her iki dernek merkezinde gözlemler yapılarak görme engelli derneklerin temel sorun ve beklentileri hakkında bilgi elde edilmeye çalışılmıştır.

2.4. Verilerin Analizi

Bu araştırmada veriler araştırmacı tarafından kayıt cihazı dinleyerek katılımcılardan elde edilen sesli veriler tek tek yazıya geçirilmiştir. Ayrıca görüşmeler esnasında araştırmacı tarafından gözlemlenen ve önemli görülen kısa kısa notlardan elde edilen veriler de bilgisayar ortamında düzenlenmiştir. Daha sonra mevcut araştırma soruları ışığında veriler dört farklı kategoriye göre sınıflandırılmış ve veriler arasında iç tutarlılık sağlanmıştır. Böylece veriler belli kategorilere uygun betimsel analize başvurularak sunulmuştur. *"Betimsel analiz, çeşitli veri toplama teknikleri ile elde edilmiş verilerin daha önceden belirlenmiş temalara göre özetlenmesi ve yorumlanmasını içeren bir nitel veri analiz türüdür"* (Özdemir, 2010, s. 336). *"Betimsel analizde, görüşülen ya da gözlenen bireylerin görüşlerini çarpıcı bir biçimde yansıtmak amacıyla doğrudan alıntılara sık sık yer verilir. Amaç, elde edilen bulguları düzenlenmiş ve yorumlanmış bir biçimde okuyucuya sunmaktır"* (Yıldırım ve Şimşek, 2016, s. 239).

3. Bulgular

Araştırmada Van'da görme engellilere yönelik kurulmuş olan derneklerin temel sorun ve beklentileri dört farklı kategoride incelenmiştir. Bulgular her kategoriye uygun olarak farklı alt kategori veya kodlardan hareketle sunulmuştur. Bu kategori ve alt kategorilere ilişkin bulgular sırayla aşağıda verilmiştir.

3.1. Derneklerin Kuruluş Amaçlarına İlişkin Bulgular

Araştırmanın birinci alt problemine ilişkin bulgulara ulaşmak amacıyla katılımcılara "Neden dernek kurdunuz ve dernek ile ne amaçladınız?" sorusu sorulmuş ve katılımcıların bu soruya ilişkin görüşleri Tablo 2'de verilmiştir.

Tablo 2. *Dernek ile Nelerin Amaçlandığı*

Değişken Adı **Kategori / Soru 1**	Neden dernek durdunuz ve dernek ile ne amaçladınız?
Kodlar /Şıklar	**Görüşler/Altın Örnekler**
Engelli bireylerin ve ailelerinin sorunlarına çare olmak için	"Bizler görme engeliler ve engelli ailelerinin sorunlarına çare olmak için bu derneği açtık." (K1).
Engelli bireylerin toplumsal kaynaşmalarını sağlamak İçin	*"Görme engelli bireylerin toplum içinde yer edinebilmeleri ve topluma kazandırmak için bu derneği açtık..." (K1)*
Engelli bireylerin sportif aktivitelerle bireysel rehabilite ve toplumsal kabulünün artması için	*"Görme engelli bireyler olarak sportif faaliyetler ile hem daha sağlıklı ve mutlu olmak hem de sporda edineceğimiz başarılarımızla toplumda kabullenme düzeyimizi artırmak için" (K1)*
Engelli Bireylerin Haklarını Aramak İçin	*"Altınokta* körler derneği 1950'lerden beri Ankara'da *varolan bir dernektir. Türkiye'de 38 şubesi bulunmaktadır. Bizlerde 2006 yılında Van'da şubesi olarak derneğimizi açtık. Dolayısıyla Altınokta* körler derneğinin en önemli amaçlarından biri de engelli bireylerin haklarını aramak için mücadele etmektir." (K2).
Engelli Bireyler ile bir arada olmak için	*"Görme engelli bireyleri evden çıkartarak hep birlikte bir dernek çatısı altında bir arada olarak sorunlarımızı çözmek için bu derneği kurduk " (K2).*

Tablo 2'de verilen bulgulara bakıldığında görme engelli derneklerin temelde beş farklı amaçla kurulmuş olduğunu ortaya çıkmaktadır. Dernekler, görme engelli bireylerin ve ailelerinin sorunlarına çare olmak, toplumsal kaynaşmalarını sağlamak, engelli bireylerin sportif aktivitelerle bireysel rehabilitasyon ve toplumsal kabullerini artmak, engelli bireylerin haklarını aramak ve engelli bireyler ile bir arada olmak için kuruldukları bulgulanmıştır.

3.2. Derneklerin Faaliyetlerine İlişkin Bulgular

Araştırmanın ikinci alt problemine ilişkin bulgulara ulaşmak amacıyla katılımcılara "Derneğinizde Ne Tür Faaliyetleriniz Var?" sorusu sorulmuş ve katılımcıların bu soruya ilişkin görüşleri Tablo 3'te verilmiştir.

Tablo 3. *Derneğin Mevcut Faaliyet Durumu*

Değişken Adı **Kategori / Soru 2**	Derneğinizde ne tür faaliyetleriniz var?
Kodlar /Şıklar	**Görüşler/Altın Örnekler**
Okuma-Yazma Faaliyetleri	"İlimizde görme engelli okulu olmadığı için zaman zaman *okuma yazmaya yönelik faaliyetlerimiz olmuştur…" (K1*).
Sportif Faaliyetler	*"Türkiye görme engelliler spor federasyonun bünyesinde halter, Futsal, golbol, judo, yüzme. Atletizm ve santraç gibi çeşitli spor faaliyetlerimiz var… Bu alanlarda Türkiye 1., 2. ve 3.'lüklerimiz var. Örneğin bu yıl (2018) halterde Türkiye 3.'lüğünü aldık. Geçen Yıl judo'da* Türkiye 1.'liğini aldık." (K1).
Engelli Bireylerin istihdamına yönelik faaliyetler	*"Derneğimiz görme engellilerin istihdamı ve istihdam öncesi eğitimleri için faaliyetler yürütmektedir. Örneğin, İş-kur aracılığıyla çoğu zaman üyelerimize Bilgisayar kursları verdik. Bu kursla neticesinde 3 üyemiz Van'daki hastahanelerimizin çağrı merkezlerine çalışmak üzere iş buldular. Şuan çalışmaktadırlar… " (K2).*
Görme Engellilerin hizmet kurumlarına erişimini sağlamaya yönelik faaliyetler	*"Özellikle görme engellilerin sağlık hizmetlerine, hastahaneye, doktora erişimi zordur. Bunun için bu yıl Bölge Eğitim ve Araştırma Hastahanesi ile total görme engelli bireylerin ambulans ile hastahaneye taşıma anlaşmasını yaptık. Evden alınıp tekrardan eve bırakılacaktır. Öğlen yemeğini de hastahanede yiyebilecektir…. " (K2).*
Engelli bireylerin temel haklarına yönelik faaliyetler	*"Yasal olarak engellilere verilen hizmet önceliği hakkı pek uygulanmamaktadır. Bunun için çok mücadele veriyoruz." (K2).*

Tablo 3'te verilen bulgulardan hareketle görme engelli derneklerin temelde beş farklı faaliyet yürüttükleri tespit edilmiştir. Dernekler, görme engelli bireyler için okuma-yazma ve sosyal, kültürel ve sportif faaliyetlerinin yanı sıra, engelli bireylerin istihdamına ve hizmet kurumlarına erişimini sağlamaya yönelik faaliyetler ile engelli bireylerin temel haklarına yönelik faaliyetler yürüttükleri bulgulanmıştır.

3.3. Derneklerin Temel Sorunlarına İlişkin Bulgular

Araştırmanın üçüncü alt problemine ilişkin bulgulara ulaşmak amacıyla katılımcılara "Derneğinizin Ne Tür Sorunları Var?" sorusu sorulmuş ve katılımcıların bu soruya ilişkin görüşleri Tablo 4'te verilmiştir.

Tablo 4. *Derneğin Mevcut Temel Sorunları*

Değişken Adı **Kategori / Soru 3**	Derneğinizin ne tür sorunları var?
Kodlar /Şıklar	**Görüşler/Altın Örnekler**
Görmeye İlişkin Temel Sorunlar	"*"Yasal olarak engellilere verilen hizmet önceliği hakkı pek uygulanmamaktadır... Özellikle hastahanelerde bu sorunu çok yaşamaktayız. Bazen de bankalarda sıra beklerken. Görmediğimiz halde bizlere deniliyor ki kardeşim sıranı takip et sıra size geldiğinde gelirsiniz. Görmediğimiz şeyi nasıl takip edebiliriz ki" (K2).*
Sosyalleşmelerine İlişkin Temel Sorunlar	"*Görme engelli bireyler olumsuz sosyal bakışlardan dolayı insanlarla rahat etkileşime geçemiyorlar. Bazen bizlere acınarak yardımcı olmaya çalışanlar var…" (K1*).
Ailelere İlişkin Temel Sorunlar	*Aileler görme engelli çocuklarının eğitimi ile ilgili çok ciddi sorunlar yaşıyorlar. Tabii ki erişilebilirlik de ayrı bir sorun…" (K2).*
Topluma İlişkin Temel Sorunlar	*"Valla toplum Allah'a emanet.* Çoğu zaman görme engellilere dört göz veya kör lakabı ile alay etmeleri bizleri derinde üzmektedir…" (K2).
Ekonomiye İlişkin Temel Sorunlar	*"Görme engelliler için belki de en zor olanı sağlık giderlerini karşılayamaması ve sürekli bir yerlerde yardım talep etmesidir. Çünkü tedavi için sürekli Ankara ve İstanbul'a gidip tedavi olmaktadır… Ayrıca derneğimizi rutin giderlerini bile ödemekte güçlük çekiyoruz. Kira ödemelerimiz için İlimizin Hastanelerinde 6 adet tartı cihazı ile belli bir gelire sahip olup sorunlarımızı aza indiriyoruz.." (K2).*
İstihdama İlişkin Temel Sorunlar	*"Üyelerimizin çok azı iş bulabilmektedir. Hatta ben dâhil bir kaçımız da işimizde çıkartıldık. Şuan hukuk mücadelemizi vermekteyiz. Çalıştığımız dönemde bizleri sigortasız çalıştırmışlar…" (K2).*
Eğitim Hizmetlerine İlişkin Temel Sorunlar	*"Dernek üyelerimizin en sık karşılaştığı sorunların başında eğitim hakkından eşit yararlanmamaları gelmektedir. Çünkü ilimizde bu yıla kadar görme engelli bireylere eğitim veren hiçbir okul bulunmamaktaydı. Bu yıl ilk kez küçük bir sınıf düzeyinde eğitim verilmeye başlandı. O da görme engelliler öğretmeni ilde olmasına rağmen onu o sınıfa görevlendirmediler. Yerine ilgisi olmayan başka bir öğretmen görevlendirdiler. Milli Eğitim Müdürlüğü ile görüştük halen bir çözüm bulunmuş değil..."(K1)*
Sağlık Hizmetlerine İlişkin Temel Sorunlar	*"Hastanelerde görme engelliler için belki de en zor olanı sağlık giderlerini karşılayamaması ve sürekli bir yerlerde yardım talep etmesidir. Çünkü tedavi için sürekli Ankara ve İstanbul'a gidip tedavi olmaktalar. Bu da büyük sorunlara yol açmaktadır. Bazı üyelerimiz burada tedavi olamadıkları için 3 ile 6 ay sıklığında Ankar'a veya İstanbul'a gidip tedavilerini görmektedirler…" (K2).*

Tablo 4'te verilen bulgulardan hareketle görme engelli derneklerin temelde sekiz farklı sorun alanıyla mücadele ettikleri tespit edilmiştir. Bunlar, görmeye, sosyalleşmeye, ailelere, topluma, ekonomiye, istihdama, eğitim hizmetlerine ve sağlık hizmetlerine ilişkin temel sorunlar şeklindeki kodlara ulaşılmıştır. Dolayısıyla işitme engelli bireyler çok farklı alanlarda temel sorunlarla karşılaştığı ortaya çıkmış bulunmaktadır.

3.4. Derneklerin Temel Beklentilerine İlişkin Bulgular

Araştırmanın dördüncü alt problemine ilişkin bulgulara ulaşmak amacıyla katılımcılara "Dernek Olarak Ne Tür Beklentileriniz Var?" sorusu sorulmuş ve katılımcıların bu soruya ilişkin görüşleri Tablo 5'te verilmiştir.

Tablo 5. *Derneğin Mevcut Temel Beklentileri*

Değişken Adı **Kategori / Soru 4**	Dernek olarak ne tür beklentileriniz var?
Kodlar /Şıklar	**Görüşler/Altın Örnekler**
Ailelere İlişkin Temel Beklentiler	*Aileler görme engelli çocuklarının eğitimi ile ilgili çok ciddi beklentileri var. İlimize Tez elden görme engelliler okulun yapılmasını istiyoruz…" (K2).*
Topluma İlişkin Temel Beklentiler	*"Toplum'da biraz daha anlayışlı olmalarını istiyoruz, görme engellilere lakap takıp dalga geçmemelerini istiyoruz…" (K2).*
Ekonomiye İlişkin Temel Beklentiler	*"Görme engelliler için belki de en zor olanı sürekli sağlık giderlerinden dolayı yaşamış oldukları ekonomik sıkıntılardır. Bunun için yetkililerden talebimiz engellilerin yerelde çözülemeyen sorunlarına karşı doğan ekonomik giderlerin karşılanmasıdır..." (K2).*
İstihdama İlişkin Temel Beklentiler	*"Üyelerimizin çok azı iş bulabilmektedir. Hatta ben dahil bir kaçımız da işimizde çıkartıldık. Şuan hukuk mücadelemizi vermekteyiz. İnşallah, bundan böyle görme engellilerin istihdam sayısı artar ve bizlerde işimize geri döneriz…" (K2).*
Eğitim Hizmetlerine İlişkin Temel Beklentiler	*"Dernek üyelerimizin eğitim hakkından eşit yararlanmaları için İlimiz'de görme engelliler okulunun yapılmasını istiyoruz..."(K1)*
Sağlık Hizmetlerine İlişkin Temel Beklentiler	*"Hastanelerde görme engelliler için Ankara ve İstanbul'da ne tür hizmetler veriliyorsa ilimizde de verilmesini istiyoruz. Sıra önceliğimizi uygulanmasını istiyoruz…" (K2).*

Tablo 5'te verilen bulgulardan hareketle görme engelli derneklerin temelde altı farklı beklenti içinde oldukları bulgulanmıştır. Bunlar, ailelere, topluma, ekonomiye, istihdama, eğitim hizmetlerine ve sağlık hizmetlerine ilişkin temel beklentiler şeklindedir. Dolayısıyla işitme engelli derneklerinin birden fazla beklentiler içinde olduğunu ortaya çıkmış bulunmaktadır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu araştırma ile görme engelli bireylere yönelik Van'da kurulmuş olan derneklerin ne tür sorunlara sahip oldukları ve beklentilerinin ne olduğuna dair sonuçlara ulaşılmıştır. Katılımcıların görüşleri incelendiğinde her iki derneğin de önemli oranda aile, toplum, ekonomi, istihdam, eğitim hizmetleri ve sağlık hizmetlerine ilişkin temel sorun ve beklentilere sahip olduğu tespit edilmiştir. Araştırmada ulaşılan Van'daki Görme Engelliler Derneklerinin derneğinin temel sorun ve beklentilerden hareketle görme engelli birey ve ailelerin öncelikli sorunları şu şekilde belirlenmiştir.

Görme engelli bireylere yönelik toplumun olumsuz algı, tutum, davranış, bakış açısının yanı sıra toplumun engelli bireye acıyarak yaklaşmaları veya dört göz/kör gibi lakaplarla alay etmeleri görme engelli bireyleri derinde üzmektedir. Toplumun görme engelli bireylere yönelik bu tür yaklaşımı sadece görme engelli bireyleri üzmemektedir aynı zamanda görme engelli bireylerin sosyal alanlarda yaşam alanlarını da daralmaktadır. Başka bir ifadeyle görme engeli birey toplumun kendisine yönelik olumsuz yaklaşımından dolayı toplumun içine katılmaktan rahatsız olmakta ve kendisini toplumsal yaşamda tedricen izole etmek zorunda kalmaktadır.

Araştırmada ulaşılan bir diğer sonuç ise görme engelli bireylerin kamu hizmetini alırken karşılaştığı çeşitli güçlükler ile ilgilidir. Görme engelli bireyler eğitim, sağlık gibi yaygın kamu kurumlarında hizmet alırken de önemli oranda sorunlar ile karşılaşmaktalar. Görme engelli bireyler görme ile ilgili sahip oldukları dezavantajını eğitim kurumlarında da çifte dezavantaj şeklinde yaşamaktalardır. Çünkü halen Van ilinde görme engelli bireylere eğitim veren hiçbir okul bulunmamaktadır. Van'da yaşayan görme engelli bireyler en temel haklarından biri olan eğitim haklarında yararlanabilmek için en yakın illerden biri olan Diyarbakır ve Erzurum'daki yatılı Görme Engelli Okullarından birine gidip yatılı olarak eğitim almak zorunda kalmaktalar. Bu nedenle Van'daki çoğu görme engelli birey il dışında yatılı okumanın güçlüğünü düşünerek eğitim hayatına başlamadan okul macerası sona ermektedir. Dolayısıyla Van'da yaşayan görme engelli bireylerin yüzde 90'nı eşit eğitim imkânında yararlanamamaktadır.

Görme engelli bireyler sağlık hakları ile ilgili de çok ciddi sorunlar yaşamaktalardır. Görme engelli bireyler tedavi için sürekli illeri tedavi

merkezleri olan Ankara ve İstanbul'daki tıp merkezlerine gidip tedavi olmaktalar. Dolayısıyla görme engelli birey sağlık hizmetini almak için de Van ilindeki sağlık imkânlarında yeterince yararlanamamaktadır. Çünkü çoğu görme engelli bireyin tedavisi için Van'daki sağlık hizmetleri hem nitelikli doktor hem de tıbbi donanım bakımında yeterli kapasiteye sahip değildir. Hâlbuki görme engelli bireylerin çoğu aylık, üç aylık ve altı aylık rutin göz kontrollerine ihtiyaç duymaktadırlar. Dolayısıyla görme engelli birey ihtiyaç duyduğu hizmeti Van ilinde alamadığı için rutin kontrollerini çok büyük masraflarla Ankara ve İstanbul'daki tıp merkezlerine gidip hizmet almaktadırlar. Bu durum da fiziksel, duygusal ve ekonomik olarak görme engelli bireyleri olumsuz etkilemektedir. Ayrıca görme engelli bireyler hastanelerde sunulan hizmetlere ilişkin de sorunlar yaşamaktalar. Örneğin, yasal olarak engellilere verilen hizmet önceliği hakkı Van'daki hastanelerde pek uygulanmadığına dair görüşlere ulaşılmıştır. Görme engelli bireyler görmedikleri halde sürekli doktor sekreterleri tarafından sıranı takip et, sıra size geldiğinde gelirsiniz gibi söylemlerle sözlü tacize maruz kalmaktadırlar. Ayrıca görme engelli bireylerin hastane masrafları fazla olduğu için kendi sağlık giderlerini karşılayamamakta ve sürekli bir yerlerde yardım talep etme ihtiyacı duymaktadırlar. Bu durunda kendileri için önemli bir sorun alanı olarak tespit edilmiştir.

Görme engelli bireylerin istihdam alanıyla ilgili de önemli oranda sorun yaşamaktadırlar. Çünkü görme engelli bireylerin sadece çok azı iş bulabilmektedirler. Hatta bazen de çalışanlar bile ya sigortasız çalıştırma gibi haksız uygulamalara maruz kalmaktalar ya da haksız yere işten çıkartılmaktadırlar. Dolayısıyla Van'daki görme engelli bireylerin önemli bir kısmı istihdam süreçlerine katılma imkânına sahip olamamakta ve vasıfsız birer tüketici birey olarak yaşamlarını sürdürmek zorunda kalmaktadırlar. Böylece hem görme engelli birey hem de görme engelli dernekleri ekonomik olarak önemli oranda ekonomik sıkıntılar yaşamaktadırlar. Hatta dernekler rutin aylık giderlerini bile ödemekte güçlük çekmektedirler.

Van'da yaşayan görme engelli bireyler her türlü kentsel ve kamusal mekâna erişimde de ciddi sorunlarla karşılaşmaktadırlar. Örneğin, görme engelli bireyler gerek kamu kurumlarında gerekse de Van şehrinin kaldırımlar, üst geçitler, toplu taşıma araçları ve AVM gibi mekânlarda erişebilirlik ile ilgili önemli sorunlar yaşamaktadırlar. Özellikle bu tür mekânlarda engelli bireyler için hazırlanan hissedilebilir zeminler, engelli oturakları gibi yerler diğer vatandaşlar tarafından bilinçsizce kullanılmakta ve işgal edilmektedir. Bu da haliyle görme engelli bireyi zor durumda bırakmaktadır.

Bu araştırma ile ulaşılan bir diğer sonuç da Van'da yaşayan görme engelli bireylerin ve dolayısıyla Van'daki görme engelli derneklerin beklentilerine ve dolayısıyla önerilere dair sonuçlardır. Görme engelli bireylerin

kamu yetkililerinde özellikle eşit eğitim ve sağlık haklarında yararlanabilmeleri için çok ciddi beklentileri vardır. Dolayısıyla kamu hizmetlerinde hizmet önceliğinin sözde kalmaması gerektiği, uygulamada hizmet önceliğinin etkin olması önerilmektedir. Ayrıca Van İlinde en kısa sürede bir görme engelliler okulun yapılmasını temel bir hak olarak yetkililerden istemekte ve önerilmektedir. Diğer taraftan görme engellilere yönelik toplumsal farkındalığın artırılması için kamu görevlileri ve STK'lar, eğitim kurumları, medya gibi kurumsal yapıların üzerine düşen sorumluluğu yerine getirmesi beklentisine sahiptirler. Görme engelli bireylerin yetkililerden bir diğer talebi ise, sürekli sağlık giderlerinden dolayı belli oranlarda ekonomik giderlerinin karşılanmasına ve istihdam oranlarının artmasına destek sunmalarına yönelik önerileridir. Sonuç olarak görme engelli bireylerin de günlük ve sosyal yaşamlarında bağımsız olmaları için iyi bir eğitim ve istihdam konusunda desteklenmeleri önerilmektedir. Ayrıca illeri araştırmalara yönelik ise görme engelli bireylerin birçok konuda araştırmayı bekleyen sorunlarının olduğu için bu konulara ilgi duymaları önerilmektedir.

KAYNAKÇA

Acartürk, C. ve Yıldırım Yücel, C. (2006). Görme Engelliler İçin Web Sayfalarında Erişilebilirliğin Sağlanması. *AB'06 Bilgi teknolojileri Kongresi IV'de sunulan bildiri.* Denizli. 9–11 Şubat 2006.

Akbulut, S., Özgül H., Tezcan, T. (2014). *Mevzuattan Uygulamaya Engelli Hakları İzleme Raporu.* 2013. İstanbul.

Altı Nokta Körler Derneği. (2008). http://www.6nokta. org.tr/braille.html. Erişim Tarihi: 12.10.2018.

Aykara, A. (2010). *Kaynaştırma Eğitimi Sürecindeki Bedensel engelli Öğrencelerin Sosyal Uyumlarını Etkileyen Etmenler ve okul Sosyal Hizmeti*. Yüksek Lisans Tezi. Ankara.

Bilgin, U. K. (2000). Özürlülerin Çalışma Hayatındaki Sorunları ve Çözüm Önerileri. Kamu-İş. Cilt: 5, Sayı: 4.

Bitmeyen Gece – Doç. Dr. Mithat ENÇ Anısına. (2007). *1. Ulusal Körler ve Kütüphanecilik Sempozyumu*. 16–17 Ekim 2007. Ankara.

Brazier, H. (2007), *The Role And Activities Of The IFLA Libraries For The Blind Section*. Library Trends. 55 (4), 864-878.

Burcu, E. (2013). Engeli Gençlik ve Sosyal Riskler. *Gençlik Araştırmaları Dergisi*. Yıl: 1. Cilt: 1. Sayı: 2.

Burcu, E. (2015). *Engellilik Sosyolojisi.* Ankara: Anı Yayıncılık.

Büyüköztürk, Ş., Kılıç Çakmak E., Akgün Ö. E., Karadeniz Ş. ve Demirel F. (2017), *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Pegem Yayınları

Duman M. Z., Karakurt Tosun, E. ve Güleç, M. M. (2015). Engelli Bireylerin Kentsel Yönetim Süreçlerine Katılımının Analizi: Van Kent Konseyi Örneği. *Paradoks Ekonomi, Sosyoloji ve Politika Dergisi*. Eylül 2015, Cilt:11,Özel Sayı:2, Sayfa:69-96 ISSN:1305-7979

Epp, M. A. (2006). *Closing the 95 percent gap: Library resource sharing for people with print disabilities*. Library Trends, 54 (3), 411-429.

Getem.boun.edu.tr. (2008). http://www.getem.boun.edu. tr/urunler.asp. Erişim Tarihi: 15.10.2008.

Güleryüz, Ş. O. (2009). *Kaynaştırma Eğitimine Devam Eden Engelli Öğrencilerin Akranları İle İlişkilerinde Karşılaştıkları Sorunların değerlendirilmesi*, Yüksek Lisans Tezi, Konya.

İslamoğlu, A. H. ve Alnıaçık, Ü. (2013). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri, SPSS uygulamalı,* İstanbul: Beta yayın.

Işık, H. (2013). *Engellilik Sorununa Kelami Bir Yaklaşım*. Ekev Akademi Dergisi, 17 (57), 3.

Kulaksızoğlu, A. (2003). *Farklı Gelişen Çocuklar.* (Ed.: Erkmen, M.). İstanbul: Eplison Yayıncılık.

Kazak, M. (2008). *Görme Engellilere Yönelik Kütüphanecilik Hizmetlerinde Türkiye'deki Son Gelişmeler: Gazi Üniversitesi Merkez Kütüphanesi Görme Engelliler Bölümü Örneği.* Türk Kütüphaneciliği 22, 2, s. 216-221.

Mengi, A. (2016). Özel Gereksinimli Çocuk Hakları. (Ed. Merey, Z.) Çocuk Hakları. Ankara: Pegem Akademi Yayınevi.

Okan, K. ve Nevzer, O. (2006). *Evimizdeki Engelli*. Ankara: Milli Eğitim Sağlık Eğitimi Vakfı (MESEV).

Oymak, V. (1997). *Zeka Engelli Çocukların Yetiştirilmesi*. Ankara: Sabev

Ozida (2007). http://www.ozida.gov.tr/arastirma/tr_ozurluler_ars.pdf. Erişim Tarihi: 11.10.2018.

Özdemir, M. (2010). Nitel Veri Analizi: Sosyal Bilimlerde Yöntembilim Sorunsalı Üzerine Bir Çalışma. *Eskişehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 11(1), 323-343.

Öztürk, M. (2011). Türkiye'de Engelli Gerçeği. İstanbul: Müsiad Cep Kitapları. Resmi Gazete, 8 Ekim 2006 tarih ve 26313 sayı.

Saban, A. ve Ersoy, A. (2017). *Eğitimde Nitel Araştırma Desenleri*. Ankara: Anı Yayıncılık.

Sart, Z. H. (2007). *Engelli Çocukların Eğitim Hakkı: İnsan Hakları Çerçevesinde Kaynaştırma/Bütünleşme Yoluyla Eğitim.*

Subaşıoğlu, F. (2008). Üniversitelerin bilgi ve belge yönetimi bölümlerinin "engellilik farkındalığı" üzerine bir araştırma. *Bilgi Dünyası*. 9(2), 399-430.

Şahin H. (2004). Engellilik Kimin Sorunu? Bireyin mi, Toplumun mu?. Öz-veri Der**gisi**. Cilt 1, Sayı, 1.

Türkiye Özürlüler Araştırması Sonuçları. (2002). http://www.engelliler.biz/Dosyalar/Engelli_Istatistikleri_02Aralik2003.doc. Erişim Tarihi: 12.10.2018.

Uluocak, Ş. Raslan, C. (2012). *Toplum ve Engelliler*. Çanakkale: Çanakkale Kitaplığı.

Ulutaşdemir, Nilgün, (2007). Engelli Çocukların Eğitimi. *Fırat Sağlık Hizmetleri Dergisi.* cilt 2, sayı 5, 120.

Usta, M. (2009). Özel Eğitim Gerektiren, Birey, Aile ve Din Eğitimi. *Din Eğitimi Araştırmaları Dergisi*. Sayı: 20.

WHO (2009). http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs282/en/ index.html. Erişim Tarihi: 15 Ekim 2018.

Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2016). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma.* Ankara: Seçkin Yayınları.

http://www.altinokta.org.tr/sayfalar.asp?sayfa=24,ErişimTarihi:21.10.2018.
http://siteresources.worldbank.org/Turkeyınturkıshextn/Resources/455687-13287107546 9 8/Yönetici Ozeti.pdf. Erişim Tarihi: 21.10.2018.
http://www.tccb.gov.tr/ddk/ddk30.pdf.ErişimTarihi:21.10.2018.
http://www.getem.boun.edu, Erişim Tarihi: 21.10.2018.
http://www.mkutup.gov.tr, Erişim Tarihi: 21.10.2018.

OTEL YÖNETİCİLERİ BAKIŞ AÇISIYLA DESTİNASYON MARKA İMAJI : KUŞADASI ÖRNEĞİ

Ahu YAZICI AYYILDIZ[1]

1 Dr.Öğr. Üyesi, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Turizm Fakültesi

OTEL YÖNETİCİLERİ BAKIŞ AÇISIYLA DESTİNASYON MARKA İMAJI : KUŞADASI ÖRNEĞİ

Ahu YAZICI AYYILDIZ[1]

GİRİŞ

Turizm sektöründe artan rekabetten dolayı, turistik destinasyonların tercih edilebilir hale gelmesi için etkili pazarlama stratejisi geliştirmeleri gerekmektedir. Destinasyonlar genellikle pazarda yer alan rakipleriyle algılanan imaj üzerinden rekabet etmektedirler (Baloğlu, Mangaloğlu 2001:1). Destinasyonun hedef pazarlarda etkili tanıtılması, destinasyona yönelik olumlu imaj oluşturulması destinasyon pazarlamasının temelini oluşturmaktadır (Özer, 2012: 164). Destinasyonun başarısı, çekici bir imaj ile desteklenmiş güçlü bir markaya bağlıdır. Güçlü bir destinasyon markasına sahip olmak ülke ya da şehrin büyüklüğüne bakılmaksızın, destinasyonun ürün farklılaştırma, ikame edilebilirlik ve rekabet edebilirlik mücadelesinde avantaj sağlamaktadır (Morgan vd., 2011:5). Destinasyonların marka olması, marka kent olarak anılması ve marka değerini koruması başta bu stratejiyi oluşturacak ve devam ettirecek yerel yönetimler olmak üzere, sektörde yer alan tüm paydaşların sorumluğundadır.

Bu çalışmanın amacı, Kuşadası ilçesinde faaliyette bulunan beş yıldızlı otel yöneticilerinin Kuşadası destinasyonu marka imajı algılarını ortaya koymaktır. Bu amaçla otel yöneticilerine, Kuşadası ile ilgili olumlu, olumsuz unsurların neler olduğu, Kuşadası'nın marka şehir olması için simgesinin ne olması gerektiği, Kuşadası'nın tercih edilme nedenleri, sektör paydaşları arasında işbirliği olup olmadığı, Kuşadası'na ulaşım imkanlarının yeterli olup olmadığı, Kuşadası'nda konaklama, yiyecek-içecek ve sağlık işletmelerinin mevcut durumu, çevre temizliği, alternatif turizm faaliyetleri ve Kuşadası'nın ulaşması gereken marka imajı hakkında sorular yöneltilmiştir. Araştırma, nitel araştırma yöntemi kullanılarak, yarı-yapılandırılmış görüşme tekniği ile gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın evrenini, Kuşadası'nda bulunan beş yıldızlı otel yöneticileri oluşturmaktır.. Kuşadası'nda faaliyette bulunan toplam 10, beş yıldızlı otel yöneticisi ile Mayıs-Temmuz 2019 tarihleri arasında görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Araştırma kapsamında görüşülen katılımcılara, yarı-yapılandırılmış görüşme formunda yer alan toplam 15 soru yöneltilmiştir. Görüşme sırasında verilen cevaplar soru formuna yazılarak araştırma bulguları elde edilmiştir.

1 Dr.Öğr. Üyesi, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Turizm Fakültesi

Destinasyon Kavramı ve Özellikleri

Destinasyon kavramı, Türk Dil Kurumu (TDK)'ya göre, varılacak olan yer olarak tanımlanmıştır(http://www.tdk.gov.tr/).

Destinasyon, tüketicilere farklı deneyimler sunan turizm ürünlerinin bütünüdür. Turistik tüketici tarafından algısal bir kavram olarak değerlendirilen destinasyon, kendi seyahat alanı, eğitim düzeyi, kültürel birikimi, destinasyonu ziyaret amacı ve

geçmişte yaşadığı deneyimi düşünüldüğünde öznel bir kavram olarak da yorumlanabilmektedir (Buhalis, 2000: 97). Destinasyonlar, geçici konaklamalar için ziyaretçileri cezbeden yerler olup kıtalardan ülkelere, bölgelere, şehirlere, kasabalara kadar değişen büyüklükte olabilmektedir (Pike, 2004: 11).

Destinasyonlara ait özellikler birbirlerinden farklıdır. Fakat bazı farklı çekiciliklerinin bulunması ve ziyaretçilerin ihtiyaçlarına cevap verebilmeleri tüm destinasyonların ortak özelliklerindendir (Çiçek, 2016: 4).

Bir destinasyonda bulunan özellikler şunlardır (Buhalis, 2000:2):

- Çekicilikler: Bir yerin turistik bir destinasyon olabilmesi için insanları çeken doğal, mimari, kültürel miras gibi özellikler.
- Ulaşılabilirlik: Ulaşım sistemi, ulaşım araçları destinasyonun tercih edilmesini etkiler.
- Tesisler: Turistin istek ve ihtiyaçlarına cevap verecek konaklama, yeme-içme, alışveriş, eğlence işletmeleri.
- Planlı Turlar: Seyahat aracılarının hazırladığı turlar
- Etkinlikler: Turistin ziyareti sırasında yararlanabileceği, destinasyondaki konser, tekne turu, festival gibi faaliyetler.
- Destekleyici Hizmetler: Bankacılık, hastane, postane gibi turistik olmayan turistin yararlanacağı hizmetler.

Destinasyon İmajı

Destinasyon imajı turistlerin tatil için gittikleri bir yer veya bir destinasyonla ilgili olarak sahip olduğu inançlar, fikirler ve izlenimlerle ilgili bakış açısı olarak tanımlanmaktadır (İlban, Köroğlu ve Bozok, 2008: 108).

Destinasyon imajı ülkenin ya da bölgenin turizminde iki önemli noktaya ışık tutar (Echtner, Ritchie, 2003:37).

- İnsanlar bir destinasyonu asla ziyaret etmeseler bile bir destinasyon imajına sahip olabilirler.

- Destinasyon imajı, ziyaret öncesinde ve ziyaret sonrasında farklılaşmaktadır. Ziyaret etme sonrasındaki imajlar daha farklı ve gerçekçidir.

Destinasyon imajı turistlerin yalnızca karar verme sürecini etkileyen bir unsur değildir, aynı zamanda karar verme ve deneyimleme sürecinden sonra destinasyondaki memnuniyet ve turistik ürünlerin tekrar satın alma ile ilgili etkiye sahip olmaktadır (Özdemir, 2014:134). Destinasyonların, rakiplerinden farklılaşmak, tüketici zihninde olumlu imaja sahibi olmak ve eğer varsa tüketicinin sahip olduğu olumsuz imajı düzeltmek için etkili bir destinasyon konumlandırma stratejisi izlemesi gerekmektedir (Pike ve Ryan, 2004:4).

Destinasyon Marka İmajı

Destinasyon marka imajı, tüketicilerin bir destinasyonu düşündükleri zaman zihinlerde destinasyonla ilgili yaptığı değerlendirmelerdir. Destinasyon marka imajı konusunda ürün markasından farklı olarak zihinlerde oluşan duygu ve düşünceyi şekillendiren tek bir işletme değil, birçok işletme, yerel halk, kurumlar, yerel yönetimler ve çevresel kaynaklardır (Yükselen ve Güler, 2009:22).

Destinasyonların markalaşması, marka kimliğinin geliştirilmesi ve destinasyonun daha çekici kılınmasıdır. Turistik destinasyonların markalaşmasının avantajları; destinasyonun benzerlerinden kolayca ayırt edilmesini sağlamak, destinasyonların kimlik kazanmasına destek olmak, kalite algısının oluşmasını sağlamak, destinasyonda yer alan turistik ürünlerin de markalaşmasını desteklemek ve kolaylaştırmak, destinasyonu ziyaret eden turist ile destinasyon arasında duygusal bağ kurmak ve tekrar ziyaretini sağlamaktır (Çiçek ve Ilgaz, 2015: 176).

Güçlü bir marka imajı olan destinasyon (İlban, 2007: 92):

-Pazarda yer alan diğer ürünlere göre daha yüksek fiyat ve kâr marjına sahip olmaktadır.

-Rakiplerinden kolayca ayrılabilmektedir.

-Katma değer hissi sağlayarak turistleri destinasyona çekecek ürünleri satın almaya itmektedir.

-Tekrar ziyaret etme ve marka bağımlılığını oluşturabilmektedir.

Yöntem

Bu araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden, yarı-yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Nitel araştırmalarda görüşme tekniği önceden belirlenmiş bir amaç için yapılan, soru sorma ve yanıtlama tarzına dayalı karşılıklı ve etkileşimli bir iletişim sürecidir. (Yıldırım ve Şimşek, 20018: 129). Görüşme tekniğinin tercih edilme nedeni araştırma konusu ile ilgili derinlemesine bilgi elde edilmek istenmesidir. Yarı yapılandırılmış görüşmede araştırmacı, görüşme öncesi soracağı soruları ve konu başlıklarını belirleyerek görüşmeyi gerçekleştirebileceği gibi gerektiğinde ana metnin dışında konunun gidişatına göre, ayrıntılı bilgi almak amacıyla ek sorular da sorma imkanına sahiptir (Türnüklü, 2000: 547).

Araştırma konusu hakkında gerekli literatür taraması yapıldıktan sonra katılımcılara yöneltilecek sorularla ilgili görüşme formu bu alanda yazılmış çeşitli makale ve tez çalışmaları araştırıldıktan sonra Engin Belli'nin "Şehir Pazarlamasının Turizm Açısından Şehir İmajı Algısına Etkisi: Edirne İli Örneği" başlıklı yüksek lisans tez çalışmasında kullandığı mülakat sorularından derlenerek hazırlanmıştır. Görüşme formu toplam 15 sorudan ve iki kısımdan oluşmaktadır. İlk kısımda katılımcıların yaş, cinsiyet, eğitim durumu,oteldeki görevi ve görevde çalıştığı süre ile ilgili sorular yer almış, ikinci kısımda ise, Kuşadası destinasyon imajı algıları ile ilgili sorulara yer verilmiştir. Araştırmanın evrenini oluşturan Kuşadası'nda bulunan beş yıldızlı toplam 10 otel yöneticisi ile Mayıs-Temmuz 2019 tarihleri arasında önceden randevu alınarak yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilmiştir.

Bulgular

Araştırma kapsamında yapılan mülakatlarda sorulan sorular ve elde edilen cevaplar aşağıdaki gibidir.

Katılımcılara Ait Demografik Bilgiler

Katılımcı	Yaş	Cinsiyet	Eğitim Durumu	Görevi	Bu Görevde Çalıştığı Süre
1	40	Erkek	Üniversite	İşletme Müdürü	3 ay
2	43	Erkek	Üniversite	Genel Müdür Yardımcısı	3 yıl
3	45	Erkek	Üniversite	Genel Müdür	10 yıl
4	41	Erkek	Üniversite	Ön Büro Müdürü	12 yıl
5	38	Erkek	Üniversite	Genel Müdür	6 yıl
6	41	Erkek	Üniversite	Odalar Bölümü Müdürü	2 yıl
7	47	Erkek	Üniversite	Genel Müdür	3 yıl
8	39	Erkek	Üniversite	İşletme Müdürü	3 yıl
9	41	Erkek	Üniversite	Genel Müdür Yardımcısı	5 ay
10	40	Erkek	Üniversite	Genel Müdür	6 ay

"Kuşadası'nı İfade Eden Kavramlar Nelerdir" Sorusuna Verilen Yanıtlar

Katılımcı	Kuşadası denilince aklınıza gelen ilk üç kelime	Kuşadası denilince aklınıza gelen olumlu sözcük	Kuşadası denilince aklınıza gelen olumsuz sözcük
1	Turizm, tatil, deniz	Ucuz tatil imkanı	Betonlaşma
2	Efes, deniz, turizm	Şirin bir tatil kenti	Betonlaşma
3	Betonlaşma, şehir karmaşası, Milli Park	Yaşanabilecek yer	Bina kirliliği, plansızlık
4	Efes, Güvercinada, turizm	Huzur, konukseverlik	Gürültü, kalabalık, çarpık yapılaşma
5	Kültür, temiz hava, organik yiyecek	Huzur	Bina kirliliği
6	Efes, tatil, eğlence	Konukseverlik	Şehir planlamasınınkent meydanının ve yürüyüş yollarının olmaması,
7	Efes, liman, hava (iklim)	Misafirperverlik, sıcakkanlılık, olumlu insan ilişkileri	Çarpık yapılaşma, olumsuz çarşı ve esnaf imajı
8	Deniz, Efes, ulaşılabilirlik	Samimiyet	Görüntü kirliliği
9	Efes, deniz, turizm	Tatil	Kötü yapılaşma
10	Deniz, güneş, binalar	Yaşadığım yer	Çarpık kentleşme

"Kuşadası'nın Simgesi Sizce Ne Olmalıdır" Sorusuna Verilen Yanıtlar

Katılımcı	Katılımcıların Verdikleri Yanıtlar
1	Güvercinada
2	Güvercinada
3	Kesedağ, Atatürk Heykeli
4	Güvercinada
5	Güvercin
6	Güvercin
7	Güvercinada ve zeytin
8	Tepe Mahallesi ve Atatürk Heykeli
9	Güvercinada
10	Güvercinada

Sizce Kuşadası'na gelen turistler neden Kuşadası'nı tercih etmektedir? sorusuna verilen yanıtlar genellikle fiyat uygunluğu, ulaşım kolaylığı, Efes, Pamukkale'ye yakınlık, alışveriş olanaklarının bulunması ve iyi hizmet veren otellerin olması başlıklarında toplanmıştır.

Kuşadası'nda yeterli düzeyde kültür, sanat etkinlikleri, festivaller yapılıyor mu? sorusuna katılımcı 2 "Yeterli düzeyde değil, geçmişte yapılan Altıngüvercin Müzik Yarışması etkinliği çok ses getiriyordu, yeniden yapılması gerekir. Katılımcı 4 ise, özellikle düşük sezonda Mayıs ve Ekim gibi aylarda bu tarz etkinliklere ağırlık verilmesi gerektiğini ifade etmiştir. *"23 Nisan Çocuk Bayramı'nda yurtdışından yabancı çocuklar misafir olarak gelebilir, Kuşadası'nda konaklayabilir, bu tarihlerde çeşitli festivaller düzenlenerek daha fazla kişinin Kuşadası'nı ziyareti sağlanabilir".* Genel olarak katılımcılar bu tarz etkinliklerin çok önemli olduğunu, turizmi 12 aya yaymak için mutlaka yapılması gerektiğini, yaz aylarında yapılan Gençlik Festivali'nin çok ses getirdiğini ve atıl olarak duran Efes Kongre Merkezi'nin bu tarz etkinlikler için kullanılması gerektiğini söylemişlerdir.

"Kuşadası'nı Başka Destinasyonlarla Karşılaştırdığınızda Gördüğünüz Eksikler Nelerdir" Sorusuna Verilen Yanıtlar

Katılımcı	Katılımcıların Verdikleri Yanıtlar
1	•Tanıtım bütçelerinin yetersizliği
2	•Bodrum gibi tek tip bina görüntüsü olmalı, sektörün ilk turizm destinasyonu olduğu halde marka kent çalışmaları yetersiz, yerel yönetimler kenti yaşanabilir hale getirmeli
3	•Şehir mimarisinin olmaması, etkinlik alanlarının yetersizliği
4	•Yeşil alanlar arttırılmalı, tek tip binalar ve daha düzgün mimari olmalı
5	•Yürüyüş ve bisiklet yolları yapılmalı havaalanından tren seferi sağlanmalı
6	•Şehirleşme çalışmaları kötü
7	•Esnaf daha bilinçli hale gelmeli, çarpık yapılaşmanın önüne geçilmeli
8	•Bina görüntüsünün iyi olmaması, tanıtım için etkili reklam yapılmaması
9	•Genel olarak turizm vizyonu eksikliği
10	•Trafik ve park yeri sorunu olması

Kuşadası'nın yurtdışında ve yurtiçinde tanıtımının yeterli düzeyde yapıldığını düşünüyor musunuz? Sorusuna yöneticiler yeterli düzeyde yapılmadığını ifade etmişlerdir. Katılımcı 2, yurtdışı turizm fuarlarında Kuşadası'nı ifade eden Efes, Güvercinada standları yapılarak fuar katılımcılarının dikkatini çekmek gerektiğini belirtmiştir. Katılımcı 7 ise, tüm sektör paydaşlarının ortak hareket ederek tanıtımda etkili rol üstlenmeleri gerektiğini söylemiştir. Katılımcı 4 ve 5 ise, özellikle dijital çağda sosyal medya tanıtımlarına ağırlık verilmesi gerektiğini vurgulamışlardır. Katılımcı

8, *"Fuarlarda etkili tanıtım yapılmıyor, her otel için yüksek stand ücreti ödeniyor, ödenen bu stand ücretleriyle tüm otelciler birleşse, her seferinde seçtikleri farklı destinasyonlarda bu bütçeyle daha etkili tanıtım yaparlar. Ayrıca örneğin Bodrum destinasyonu Bodrum evlerinden farklı bir konsept yaratarak, dikkat çeken bir görselle fuarlara katılıyor, ziyaretçilere farklı bir deneyim yaşatıyor, Kuşadası için de bu tarz farklılıklar düşünülmeli".*

Kuşadası'ndaki turizm alanında paydaşlar (kamu kuruluşları, özel sektör, sivil toplum kuruluşları, yerel yönetim, üniversite ve yerel halk) arasında işbirliği yapılıyor mu? Yapılıyorsa örnek teşkil edecek çalışmalar nelerdir? Sorusuna katılımcı 1 ifadesi *"Kuşadası Otelciler Derneği (Koder) ve Kuşadası Belediyesi işbirliği yaparak yurtdışı turizm fuarlarında stand* açıyorlar. *Oteller adına önemli bir adım."* Katılımcı 4 ise, "*Sektör paydaşları ortak hareket ederek güvenlik ile ilgili olumsuz imajın yok edilmesiyle ilgili çalışmalar yapmalı, ortak tanıtım faaliyetlerine ağırlık vermeli"* diye belirtmiştir. Katılımcı 8 "Şöförler *Odası, Taksiciler, Koder ve diğer sektör temsilcileri düzenli olarak bir araya gelerek, toplantılar yapmalı, turizmin daha iyi yere gelmesi için fikir alışverişinde bulunmalılar"* ifadelerini kullanmıştır. Diğer katılımcılar ise, paydaşlar arasında işbirliğinin ve örnek teşkil edecek çalışmaların yetersiz olduğunu vurgulamışlardır.

Kuşadası'nda etkili bir şehir pazarlaması ve marka kent çalışması yapıldığını düşünüyor musunuz? Kuşadası şehir olarak bir imaja sahip midir? (Kuşadası dendiği zaman zihinlerde Kuşadası'nı ifade eden bir resim oluşmakta mıdır)? Sorusuna genel olarak Kuşadası'nda etkili bir şehir pazarlaması ve marka kent çalışması yapılmadığı ortak yanıtını vermişlerdir. Katılımcı 1, *"Kuşadası'nda kontrolsüz bir büyüme var, çok fazla bina yapılıyor, şehir planlaması iyi yapılmadığı için marka kent olmasını engelliyor"* Katılımcı 3, Güvercinada'nın Kuşadası'nın marka kent olması için çok önemli olduğunu, yurtdışında ve yurtiçinde bilinirliliğini öne çıkaran bir simge olduğunu belirtmiştir. Katılımcı 7 ise, "Deniz, güneş, hava ve otellerin Kuşadası denilince akla gelen kavramlar olduğunu, ama bunun marka kent olmak için yetersiz olduğunu, daha etkili çalışmalar yapılması gerektiğini söylemiştir.

Turistlerin Kuşadası'na ulaşım olanakları ve Kuşadası içinde ulaşım olanakları sizce yeterli düzeyde midir? Sorusuna tüm yöneticiler yeterli olduğu yanıtını vermişlerdir. Özellikle havaalanından Kuşadası'na ulaşım açısından hiçbir sıkıntı yaşanmadığını vurgulamışlardır. Bunun yanında katılımcı 4, özellikle yoğun sezonun yaşandığı yaz döneminde şehir içi minübüslerin sefer sayısının artırılması gerektiğini, ayrıca 24 saat hizmet vermesi gerektiğini belirtmiştir. Katılımcı 6 ve 7 ise, yürüyüş yollarının, bisiklet yollarının yapılması gerektiğini, bunların Kuşadası'nda eksiklik olduğunu ifade etmişlerdir.

Kuşadası'nda turistlerin konaklama, yiyecek-içecek, sağlık vb. ihtiyaçlarını giderecek yeterli olanaklar mevcut mudur? Sorusuna Katılımcı 6, *"Konaklama tesislerinin sayısı yeterli, ama kalite artırılmalı, özellikle yöresel lezzetlerin sunulduğu yiyecek içecek işletmeleri öne çıkmalı ve yöresel lezzetlerin tanıtımı yapılmalı. Kuşadası'na özgü zeytin, zeytinyağı gibi yerel yiyeceklerin satıldığı turistik açık pazarlar olmalı, buralarda hem tadım yapılmalı hem de satış ve pazarlama"* Katılımcı 2 ve 3 ise, özellikle zincir otellerin sayısı artarsa Kuşadası imajının daha güçlü hale geleceğini söylemişlerdir. Katılımcı 2, *"Ramada ve Hilton gibi uluslar arası zincir otellerin Kuşadası'nda faaliyette bulunması çok önemli, Kuşadası'nın yurtdışında adını duyuruyorlar, marka imajına çok büyük katkıları var".*

Kuşadası'nda çevre temizliğine gereken önem veriliyor mu? Sorusuna yöneticilerin hepsi gereken önemi verilmediği yanıtını vermişlerdir. Özelikle belediyenin bu görevi daha etkin yapması gerektiğini, yaz döneminde cadde, sokak ve plaj temizliğine daha fazla özen gösterilmesi gerektiğini vurgulamışlardır. Katılımcı 2 "*Bu konuda en başta halkın eğitilmesi gerekiyor, bilinçlendirme çalışmaları yapılmalı, belediyenin de destek vermesi gerekir".* Katılımcı 6, "*Yerel halkın bu konuda duyarlılığı yok, plajları temiz bırakmıyorlar, çöplerini yerlere atıyorlar, önce yerel halk özen göstermeli".*

Kuşadası'nda alternatif turizm faaliyetleri yeterli düzeyde midir? (Sağlık, inanç, kongre, gastronomi turizmi vb.) sorusuna genel olarak yeterli düzeyde olmadığı yanıtını vermişlerdir. Katılımcı 2, kongre merkezinin aktif hale gelmesi gerektiğini, dalış turizmi için batırılan uçak olduğunu ama tanıtımının yetersiz olduğunu, golf otelinin golf turizmi için öne çıkartılması gerektiğini belirtmiştir. Katılımcı 4 ise, alternatif turizm faaliyetleri yeterli değil, artırılırsa sezon 12 ay canlı kalır, kış turizmi için de iyi olur yanıtını vermiştir. Katılımcı 6 *"Kongre turizmi için Antalya ön plana çıkıyor, Antalya'da bulunan tesislerin yatak kapasitesi çok yüksek, Kuşadası'nda böyle tesisler yok, bu yüzden Antalya ile yarışamıyoruz."* Katılımcı 7, *"Meryemana inanç turizminde Kuşadası için çok önemli, özellikle cruise gemileri bu yüzden Kuşadası limanına geliyor, otel misafirleri de ziyaret ediyorlar. Davutlar'da termal daha da ön plana çıkartılabilir, termale çok talep var, bu da turizmi daha da canlandırmak için önemli."*

"İşletme Olarak Kuşadası'nın Marka İmajına ve Pazarlamasına Yönelik Nasıl Bir Katkınız Bulunmaktadır" Sorusuna Verilen Yanıtlar

Katılımcı	Katılımcıların Verdikleri Yanıtlar
1	Çocuk dostu otel konsepti ile öne çıkarak
2	Mavi Bayrak, Yeşil Yıldız belgeleri ile çevre dostu tesis olmamız ve yürüttüğümüz sosyal sorumluluk projeleriyle topluma katkı sağlamamız
3	Otelimizin marka değerinin olması ve aquapark temalı otel olmamızdan dolayı destinasyon bilinirliliğine katkı sağlamamız
4	Kuşadası Belediyesi'nin tüm etkinliklerine destek vermemiz, profesyonel ekiple yürüttüğümüz sosyal medya hesaplarından Kuşadası tanıtımını yapmamız
5	Tüm yurtdışı fuarlara katılarak Kuşadası tanıtımında yer almamız, sosyal medya hesaplarından öncelikle Kuşadası tanıtımı yapmamız
6	Tesisimize bağlı vakfın ihiyaç sahibi öğrencilere burs desteği vermesi, sanatsal faaliyetleri destekleyen projelerin içinde yer almamız, sürdürülebilir turizm adına yürüttüğümüz projelerin olması
7	Bağlı bulunduğumuz zincir otelin aldığı "en iyi otel" ödülleri destinasyon imajına katkı sağlamaktadır, markamızın dünyada bilinirliliğinin yüksek olması önemli bir artı
8	Kuşadası kent meydanında düzenli olarak gerçekleştirdiğimiz sosyal sorumluluk projeleri, milli bayramlarda yürüttüğümüz ses getiren projeler olması
9	Kaliteli hizmet vererek misafir memnuniyeti sağlamamız ve böylece mutlu misafirlerin ülkelerinde Kuşadası'nı iyi anımsamalarını sağlamamız, 12 ay şehir merkezinde hizmet veren 5 yıldızlı bir tesis olarak Kuşadası imajını güçlendirmemiz
10	Tüm dünyada yer alan ofislerimiz destinasyon marka imajına büyük katkı sağlıyor.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Gelişen teknoloji ve artan rekabetten dolayı tüm dünyada destinasyonlar ürün gibi markalaşma çabalarına girmekte ve hedef kitlelerinin zihinlerinde yer edinmeye çalışmaktadırlar. Kuşadası doğal güzelliklerinin yanı sıra, tarihi yapıları ve ulaşım kolaylığı açısından önemli bir destinasyon konumundadır. Bu çalışmada, Kuşadası destinasyon marka imajını, Kuşadası'nda faaliyette bulunan 5 yıldızlı otel yöneticilerinin nasıl algıladıkları araştırılmıştır ve Kuşadası için etkili marka imajı nasıl yaratılır ortaya konmaya çalışılmıştır. Çalışmanın literatür kısmında destinasyon kavramı ve özellikleri, destinasyon imajı ve destinasyon marka imajı gibi konulara yer verilmiştir.

Araştırmaya katılan katılımcıların dört tanesi genel müdür pozisyonunda, iki tanesi genel müdür yardımcısı pozisyonunda, iki tanesi işletme müdürü, bir tanesi ön büro müdürü ve diğer bir tanesi de odalar bölümü müdürü olarak otelde görev almaktadır. Katılımcıların hepsi üniversite eğitimi almıştır ve uzun süredir turizm sektöründe çalışmaktadırlar. Kuşadası denilince akla gelen ilk kavramların tatil, deniz, Efes ve Güvercinada'nın olduğu ortaya konmuştur. Bunlarla birlikte huzur, samimiyet ve misafirperverlik kavramları Kuşadası imajı ile ilgili olumlu yönler olarak ortaya çıkmıştır. Kuşadası'nın olumsuz özellikleri olarak görülenler ise, çarpık yapılaşma, betonlaşma ve bisiklet ve yürüyüş yollarının olmaması gibi şehir mimarisinin eksik yönleridir. Bu olumsuz yönlerin yerel yönetimlerin desteği ile çözülmesi gerektiği belirtilmiştir. Kuşadası'nın simgesi ne olmalıdır sorusuna görüşme yapılan katılımcılardan 6 tanesi Güvercinada olmalıdır şeklinde yanıt vermişlerdir. Belediye tarafından içine müze de yapılması planlanan Güvercinada Kuşadası için çok önemli bir simge haline getirilip, bu alanda tanıtımlara ağırlık verilebilir. Kuşadası'na gelen turistlerin Kuşadası'nı tercih sebepleri arasında fiyat uygunluğu, ulaşım kolaylığı, Efes, Meryemana'ya yakınlığı, konaklama işletmelerinin kalitesi ve sayısı gösterilmiştir. İzmir havalimanına yakınlığı, Efes, Meryemana gibi değerlerin ulaşımının kolaylığı Kuşadası'nı tercih edilen bir destinasyon haline getirmektedir. Kültür, sanat etkinliklerinin ve festivallerin Kuşadası'nda yeterli düzeyde yapılmadığını, bir zamanlar yapılan Altıngüvercin Müzik Yarışması'nın çok ses getirdiğini ve yeniden yapılması gerektiğini ifade eden katılımcılar, bu tarz etkinliklerin destinasyon markalaşmasında çok önemli olduğunu vurgulamışlardır. Kuşadası'nın diğer destinasyonlara göre en büyük eksikleri bisiklet ve yürüyüş yollarının olmaması, yeşil alanların yetersizliği, özellikle yaz aylarında trafik ve park yeri sorunları, binaların görsel açıdan göze hitap etmemesidir. Bu eksiklerin giderilmesi, bu konuda yerel yönetimlerin destek verip, planlama yapması gerektiği ifade edilmiştir. Kuşadası'nın tanıtımının yurtiçi ve yurtdışında yeterli düzeyde yapıldığını düşünüyor musunuz sorusuna genellikle yapılmadığı yanıtını vermişlerdir. Özellikle yurtdışı fuarlarda daha fazla ses getiren standlar ku-

rulması gerektiği ya da daha farklı ve yaratıcı tanıtım etkinlikleri yapılması gerektiği belirtilmiştir. Kuşadası'ndaki turizm alanında paydaşlar (kamu kuruluşları, özel sektör, sivil toplum kuruluşları, yerel yönetim, üniversite ve yerel halk) arasında işbirliği yapılıp yapılmadığı ile ilgili soruya yeterli düzeyde yapılmadığı, Şoförler Odası, Koder (Kuşadası Otelciler Derneği) ve diğer tüm sektör paydaşlarının düzenli olarak bir araya gelip sorunları görüştüğü ve çözüm önerileri ürettiği toplantıların yapılması gerektiğini ifade etmişlerdir. Özellikle Koder yönetiminin farklı vizyona sahip kişiler tarafından temsil edilmesinin yaratıcı öneriler üretilmesi açısından önemini vurgulamışlardır. Kuşadası'nda etkili bir şehir pazarlaması ve marka kent çalışması yapılmadığını özellikle bu konuda daha planlı çalışmaların önem verilmesinin gerekliliğini belirtmişlerdir. Turistlerin Kuşadası'na ulaşım olanakları ve Kuşadası içinde ulaşım olanakları genel olarak katılımcılar tarafından yeterli düzeyde olduğu söylenmiş, yoğun sezonun yaşandığı yaz aylarında özellikle şehir içi toplu taşımaya ek seferler konularak destek verilebileceği önerisi yapılmıştır. Kuşadası'na çevre temizliğine belediyenin ve yerel halkın da desteğiyle daha fazla özen gösterilmesi gerektiği destinasyon marka imajı açısından önemine vurgu yapılmıştır. Katılımcılar Kuşadası'nda alternatif turizm faaliyetlerinin (Sağlık, inanç, kongre, gastronomi turizmi vb.) yeterli düzeyde olmadığı, atıl olarak duran Efes Kongre Merkezi'nin değerlendirilip, Kuşadası'nda turizmin 12 aya yayılması gerektiğini söylemişlerdir. Son olarak katılımcılara yöneltilen "İşletme Olarak Kuşadası'nın Marka İmajına ve Pazarlamasına Yönelik Nasıl Bir Katkınız Bulunmaktadır" sorusuna sosyal sorumluluk projelerine verdikleri desteklerle, uluslar arası düzeyde marka değeri olan bir zincir otel olunması, çevre dostu uygulamaları ile öne çıkmaları, Kuşadası'nın yurtiçi ve yurtdışında sosyal medyadan etkili tanıtımlarının yapılması, Kuşadası Belediyesi ile ortak yürüttükleri çalışmalarla ses getiren projelerde yer almaları gibi yanıtlar vermişlerdir.

Elde edilen bulgulardan hareketle Kuşadası'nın güçlü bir destinasyon markası olabilmesi ve diğer destinasyonlarla rekabet edebilecek bir yapıya sahip olabilmesi için önerilerde bulunulmuştur:

-Kuşadası'nın simgesi olarak Güvercinada'nın öne çıkartılması gerekmektedir. Turistler tarafından çok fazla bilinmemekte ve ziyaret edenlerin ilgisini çekecek özellikte değildir, bununla ilgili çalışmalar yerel yönetimlerin de desteğiyle yapılmalıdır.

-Kuşadası'nı imajını olumsuz etkileyen binaların görüntü kirliliğinin önüne geçilmeli, Bodrum gibi tek tip, tek renk binalar inşa edilmelidir.

-Kuşadası denilince akla gelen Efes, Meryemana gibi tarihi değerlere daha çok sahip çıkılmalı ve özellikle yurtdışı fuarlarda tanıtım yapılırken

bu değerler ön plana çıkartılmalıdır. Fuarlarda Efes, Meryemana görselinden oluşan büyük maketlerle ziyaretçilere farklı deneyimler yaşatılabilir.

-Kuşadası'nın en büyük eksiği olan yeşil alanların, bisiklet yollarının, yürüyüş yollarının yapılması gerekmektedir. Kuşadası'nı ziyaret eden, özellikle şehir merkezine yakın olan otellerde konaklayan yerli ve yabancı turistlerin yürüyerek merkeze ulaşması, bisiklet kullanarak şehir merkezini ve çevreyi Milli Park, Davutlar, sahil sitelerini gezmesi sağlanmalıdır.

-Kuşadası marka imajını güçlendirecek olan kültür, sanat ekinlikleri ve festivallerin daha fazla yapılması gerekmektedir. Bir zamanlar Kuşadası için çok önemli olan ve ses getiren Altıngüvercin Müzik Yarışması'nın tekrar yapılması, ünlü sanatçıların katılımı sağlanmalıdır.

-Efes Kongre Merkezi'nin faaliyete geçirilmesi, özellikle turizmi 12 aya yaymak için önemli bir adım olacaktır.

-Kuşadası tanıtımı için daha etkili ve yaratıcı yöntemler kullanılmalı, sadece yurtdışı fuarlara katılıp standlar açılmamalıdır. Özellikle sektör paydaşları bu konuda ortak hareket etmeli, tanıtım için daha etkili neler yapabiliriz konusunda fikir üretmeli ve uygulamalıdır.

-Daha iyi bir Kuşadası, daha iyi bir şehir imajı yaratmak için yerel yönetimler, Şöförler Odası, Koder, sektörün diğer tüm paydaşları düzenli olarak bir araya gelmeli ve fikir alışverişine bulunmalıdırlar.

-Çevre temizliği konusunda daha hassas davranılmalı, özellikle yoğun sezonun yaşandığı yaz aylarında daha fazla personel bu konuda görevlendirilmelidir. Halkın bu konuda bilinçlendirilmesi için ücretsiz etkinlikler yapılmalı, afişler hazırlanıp çevre temizliğinin önemi anlatılmalıdır.

-Özellikle yaz aylarında şehir merkezinde yaşanan trafik yoğunluğundan dolayı sahil şeridinde yeni bir düzenlemeye gidilmeli, otopark sayısı artırılmalı, yaşanan trafik karmaşasının önüne geçilmelidir.

-Kuşadası limanına cruise gemilerinin tekrar gelmesi için gerekli olan bağlantılar yapılmalı, güvelikle ilgili olan olumsuz imaj yıkılmalıdır.

-Kuşadası esnafının bilinçlendirilmesi ve daha olumlu bir imaja sahip olması için bu konuda mesleki eğitimler verilmelidir.

-Alternatif turizm faaliyetlerinin, dalış turizmi, gastronomi turizmi, termal turizm, kongre turizminin gelişmesi için çalışmalar yapılmalıdır. Davutlar'ın termal turizmin merkezi olması için planlama yapılmalıdır, bu konuda daha etkili tanıtımlar yapılarak, daha kaliteli tesislerin açılması desteklenmelidir. Kuşadası'na özgü yiyeceklerin öne çıkartılması gerekmekte, tadımının yapılıp, satışının gerçekleşmesi için işletmelerin açılması sağlanmalıdır. Dalış turizmi için batırılan uçağın değerlendirilip, bu konunun tanıtımına ağırlık verilmesi gerekmekte, belediye sektör paydaşlarıyla işbirliği yapmalıdır.

-Sektör paydaşları olan, Kuşadası Belediyesi, Kuşadası Kaymakamlığı, Adnan Menderes Üniversitesi Turizm Fakültesi, Ticaret Odası, Şöförler Odası, Liman Başkanlığı, Koder, diğer dernek ve sivil toplum kuruluşları bireysel değil, ortak hareket ederek Kuşadası'nı marka şehir haline getirmelidirler.

Söz konusu eksikliklerin giderilmesinin ve önerilerin hayata geçirilmesinin, Kuşadası'nın bir destinasyon markası olarak algılanmasında fayda sağlayacağı düşünülmektedir. Bu sayede Kuşadası'nın hak ettiği turist sayısına ve bağlantılı olarak turizm gelirine sahip olmasının, hem Kuşadası ekonomisi hem de Türkiye ekonomisi açısından kazanç sağlayacağı umulmaktadır. Bu çalışmanın, hem destinasyon markalaşması hem de Kuşadası ile ilgili ileride yapılacak araştırmalar için yol gösterici olacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

Baloğlu, S., Mangaloğlu, M. (2001). Tourism Destination Images Of Turkey, Egypt, Greece And Italy As Perceived By US-Based Tour Operators And Travel Agents. Tourism Management, 22 (1), 1-9

Buhalis, D. (2000). Marketing The Competitive Destination of The Future Tourism Management, 21(1), 97-116.

Çiçek B. (2016). Başarılı Bir Destinasyon Oluşturma Sürecinde Kastamonu Örneği. Yüksek Lisans Tezi, Kastamonu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Hizmet İşletmeciliği Yönetimi ve Tasarımı Anabilim Dalı, Kastamonu.

Çiçek R. ve Ilgaz A. (2015). Destinasyonların Pazarlanmasında İmaj ve Markanın Rolü:

Nevşehir Örneği. Kırgızistan İktisat ve Girişimcilik Üniversitesi, Türk Sosyal

Bilimler Enstitüsü, Akademik Bakış Dergisi, Sayı: 48: 171–183.

Echtner, C. M., Ritchie, J. B. (2003). The Meaning and Measurement of Destination İmage. Journal of Tourism Studies, 14(1), 37-48.

Morgan, N., Pritchard, A., Pride, R. (2011). Tourism Places, Brands and Reputation Management, Destination Brands: Managing Place Reputation . Elsevier Ltd., Oxford.

İlban, M.O. (2007). Destinasyon Pazarlamasında Marka İmajı ve Seyahat Acentalarında Bir Araştırma. Doktora Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Ana Bilim Dalı. Balıkesir.

İlban, M.O., Köroğlu, A., Bozok, D. (2008) Termal Turizm Amaçlı Seyahat Eden Turistlerde Destinasyon İmajı: Gönen Örneği, İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 7(13), 105-129.

Özdemir, G. (2014). Destinasyon Yönetimi ve Pazarlaması. Detay Yayıncılık, 1. Baskı, Ankara.

Özer,Ö. (2012). Destinasyon Tercihinde Pazarlama Karması Bileşenlerinin Rolü: Dalyan Örneği, Sayı:4.

Pike, S. D. (2004). Destination Marketing Organisations. Elsevier.

Pike, S., Ryan, C. (2004). Destination Positioning Analysis Through a Comparison of

Cognitive, Affective, and Conative Perceptions. Journal of Travel Research, 42(4).

Sipahi, G.A., Algür S. (2016). Destinasyon Marka İmajına Etki Eden Unsurlar: Kuşadası Örneği, Ekev Akademi Dergisi, Yıl:20, Sayı:66.

Türnüklü, A. (2000). Eğitimbilim Araştırmalarında Etkin Olarak Kullanılabilecek Nitel Bir Araştırma Tekniği: Görüşme. Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi Dergisi, 6(24).

Yıldırım, A., Şimşek, H. (2018). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri, Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Yükselen, C., Güler, G. E. (2009). Antakya Marka Kent Görüş Ve Öneriler. Ankara: Detay Yayıncılık.

PERTEV MEHMED SA'ÎD PAŞA DÎVÂNI'NDAKİ

TARİH MANZUMELERİ ÜZERİNE

Ali YÖRÜR[1]

1 Öğretim Görevlisi, Kastamonu Üniversitesi, Rektörlük Türk Dili Bölümü. ali.yorur@hotmail.com

PERTEV MEHMED SA'ÎD PAŞA DÎVÂNI'NDAKİ TARİH MANZUMELERİ ÜZERİNE

Ali YÖRÜR[1]

1. PERTEV MEHMED SA'ÎD PAŞA

Pertev Mehmed Sa'îd Paşa, koca İmam ismiyle bilinen İbrahim Efendi'nin oğludur. H. 1270/M. 1785'te Darıca'da doğdu. Küçük yaşta babasını kaybetti. Sıbyan mektebini bitirdi ve Ataullah Efendi'den icazet aldı. Ona *Pertev* mahlasını veren Hacı Ahmed'in yardımıyla H. 1219/M. 1804'te ruûs kalemine girdi. Oradan dîvân kalemine ve sadâret mektubî odasına girdi. Bu arada Reîsülküttâb Gâlib Efendi'nin dikkatini çekerek himayesine girdi. Pertev Efendi, sonra âmedîliğe (H. 1236/M. 1820), beylikçiliğe (H. 1240/1824) ve reisülküttaplığa (H. 1242/M. 1827) yükseldi. 1830'da siyasi nedenlerle görevinden azledildiyse de Mısır'daki başarısı sebebiyle sadaret kethüdalığına tayin edildi. H. 1251/M. 1836'da sadaret kethüdalığı, Umur-ı mülkiye Nezareti'ne çevrilince vezaret ve müşirlik rütbesiyle Umur-ı Mülkiye nâzırı oldu. Ahmed Hulusi Paşa'nın Hariciye nâzırlığına tayin edilmesiyle kendisine "paşa" unvanı verildi.

Pertev Mehmed Sa'îd Paşa, II. Mahmud nezdindeki konumu ve nüfuzu sebebiyle halk arasında "tuğsuz padişah" diye anılmaya başlandı. Muhalifleri ve kendisini çekemeyen kişiler tarafından iftiralara uğradı. Bu muhaliflerin başında gelen Akif Paşa *Tabsıra* isimli eserini Pertev Paşa'yı gözden düşürmek için yazmıştır. Devletin yaşadığı sıkıntıların sorumlusu olarak gösterilen iddialar üzerine II. Mahmud tarafından H. 1253/M. 1837'de görevinden azledilerek Edirne'ye sürgün edildi. Akif Paşa başta olmak üzere düşmanları Pertev Paşa'nın ortadan kaldırılması için çok girişimlerde bulundular. Edirne valisi Emin Paşa tarafından konağına davet edilerek boğduruldu (H. 1253/M. 1837). Hastalığı nedeniyle öldüğü ilan edildi ve Edirne'de Seyyid Celaleddin Türbesi[2]'nin yanına defnedildi (Findley, 2007: C. 34, 234; İnal, 1988: C. 3, 1313; Akbayar, 1996: C. 4, 1333; Selçuk 2013).

Lebîb Efendi onun ölümüne şu tarih manzumesini yazmıştır:

Ebedî vatana sefer eyledi Pertev Paşa

Eyleye cây-gehin cennet-i a'lâ Mevlâ

1 Öğretim Görevlisi, Kastamonu Üniversitesi, Rektörlük Türk Dili Bölümü. ali.yorur@hotmail.com

2 Seyyid Celaleddin Türbesi günümüzde mevcut değildir. Pertev Mehmed Sa'îd Paşa'nın mezarı da İstanbul Yolu üzerindeki Nazır Çeşme Mezarlığı'ndadır.

Buna da kalmadı encâm bırakdı gitdi

Bu güzer-gâh-ı fenâ işbu vefâsız dünyâ

Eyleyüp rûhuna Allâhü Te'âlâ rahmet

İde gülşen-i behişti âh dâ'im me'vâ

Okuyup geçme hemân sakla nîk târihin

Okı birm fâtiha da rûhuna eyle ihdâ

Reşha-i rahmet olup noktalı târihi ana

Beyt-i firdevs ola menzil-i Pertev Paşa H. 1253/M. 1837

Pertev Mehmed Sa'îd Paşa'nın bilinen tek eseri Dîvân'ıdır. Edirne'de sürgünde iken *Kuru Kafa* adında yaşadıklarını yazdığı küçük bir eserden bahsedilse de böyle bir eseri bulunamamıştır. Dîvân'ın yazma nüshası şu an elimizde mevcut değildir. Dîvân'ı ölümünden üç yıl sonra İstanbul'da basıldı (H. 1256/M. 1840). Pertev Mehmed Sa'îd Paşa Dîvânı üzerine hatalı bir yüksek lisans tezi hazırlanmıştır ve bu yanlışlık tarafımızdan tespit edilip düzeltilmiştir (Yörür 2019). Pertev Mehmed Sa'îd Paşa Divânı'nda gazel, kıta, şarkı gibi nazım şekillerinin yanında Dîvân'ın yarısını oluşturan çok sayıda tarih manzumesi bulunmaktadır. Şehzade doğumlarından tayinlere, cami, medrese, çeşme gibi mimari yapılara, doğumlara, vefatlara ve ok menzillerine vb. birçok konuda tarih manzumesi yazılmıştır. Bu tarih manzumeleri özellikle II. Mahmud döneminin siyasî ve sosyo-kültürel olaylarını yansıtması bakımından önemlidir.

2. PERTEV MEHMED SA'ÎD PAŞA DÎVÂNI'NDAKİ TARİH MANZUMELERİ ÜZERİNE

Bu bölümde Pertev Mehmed Sa'îd Paşa Dîvânı'nda bulunan 106 tarih manzumesi farklı açılardan incelenmiştir[3].

3 Pertev Mehmed Sa'îd Paşa Dîvânı'ndaki tarih manzumelerinin metni tarafımızdan yayına hazırlanmaktadır.

2.1. Tarih Manzumelerinin Yazıldığı Yıllar

Pertev Mehmed Sa'îd Paşa Dîvânı'ndaki 106 tarih manzumesi yaklaşık 21 yıllık zaman dilimi içerisinde yazılmıştır. En çok tarih manzumesinin söylendiği yıl, 20 tarih manzumesi ile hicrî 1250 yılı olmuştur.

Tablo 1:

Sıra No	Yazılış Tarihi	Tarih Manzume Sayısı
1	1232/1816-7	7
2	1233/1817-8	7
3	1234/1818-9	10
4	1235/1819-20	3
5	1236/1820-1	4
6	1238/1822-3	1
7	1240/1824-5	2
8	1241/1825-6	2
9	1245/1829-30	4
10	1247/1831-2	9
11	1248/1832-3	10
12	1249/1833-4	5
13	1250/1834-5	20
14	1251/1835-6	7
15	1252/1836-7	14
16	1253/1837-8	1

2.2. Tarih Manzumelerinin Beyit Sayıları

Pertev Mehmed Sa'îd Paşa 106 tarih manzumesinin dörtte birini oluşturan 28 tanesini 5 beyit biçiminde yazmıştır. Bununla birlikte yine en çok tercih edilen 1, 2, 7 beyitten oluşan manzumeler olmuştur.

Tablo 2:

Tarih Manzumelerinin Beyit Sayıları	Kullanım Sıklıkları
1 Beyitten Oluşanlar	15
2 Beyitten Oluşanlar	12
3 Beyitten Oluşanlar	6
4 Beyitten Oluşanlar	7
5 Beyitten Oluşanlar	28
6 Beyitten Oluşanlar	10
7 Beyitten Oluşanlar	15
8 Beyitten Oluşanlar	4
9 Beyitten Oluşanlar	3
10 Beyitten Oluşanlar	1
11 Beyitten Oluşanlar	1
15 Beyitten Oluşanlar	1
18 Beyitten Oluşanlar	1
20 Beyitten Oluşanlar	1
22 Beyitten Oluşanlar	1

2.3. Tarih Manzumelerinin Muhtevası

Dîvân'ının yarısı tarihlerden oluşan Pertev Mehmed Sa'îd Paşa birçok konuda tarih manzumesi kaleme almıştır. Mimari yapılar, doğumlar, vefatlar, tayinler en çok söylenen tarihlerdir. Manzumeleri muhtevalarına göre şu şekilde sınıflandırabiliriz:

1. Tayinlere

Mustafa Mazhar Efendi'nin Defterdar Olması

Enverî Bey'in Beylikçi Olması

Sadık Efendi'nin Amedci Olması

Hamid Bey'in Divan-ı Hümayun Kâtipleri Başkanı Olması

Paşa Ünvanı Verilmesi

Zeynelâbidin Efendi'nin Sadr-ı Rum Olması

Şehabeddin Efendi'nin Hoca Olması

Cemaleddin Efendi'nin Hoca Olması

2. Mimari Yapılara

Medrese İnşa Edilmesi

Çeşme Yapılması

Çeşme Yapılması

Çeşme Yapılması

Çeşme Yapılması

Su Kemeri Tamiri

Su Kemeri Tamiri

Bekir Paşa Çeşmesi'nin Yapılması

Çorlu'da Camii Yapılması

Fatih Camii Yanında Havuz Yapılması

Çeşme Yapılması

İstavroz Sarayı'nın Yapılması

Beylerbeyi Sarayı'nın Yapılması

Takvîm-hâne Yapılması

Karavul-hâne Yapılması

Serasker Kapısı'nda Kışla Yapılması

Çırağan'da Kış Dairesinin Yapılması

Darphane-i Âmire'de Hümayun Dairesi Yapılması

Tüfenk-hâne-i Âmire'nin Yapılması

Îcâdiye Kasrı'nın Yapılması

Tersane Divanhanesinin Yapılması

Harbiye Mektebi'nin Yapılması

Harbiye Mektebi'nin Yapılması

Harbiye Mektebi'nde Cami Yapılması

Unkapanı Köprüsü'nün Yapılması

Feshâne'nin Yapılması

Mehmed Ali Bey Çeşmesi'nin Yapılması

Kuleli'de Camii Yapılması

Beylerbeyi Sarayı'nın Yapılması

Kasım Paşa Mevlevîhânesi Mahfilinin Yapılması

Beyoğlu'nda Topçu Kışlasının Tamiri

Beyoğlu'nda Topçu Kışlasının Tamiri

Galata Kulesi'nin Tamiri

Darphane-i Amire'nin Tamiri

Paşalimanı Camii'nin Tamiri

Kuba Mescidi'nin Tamiri

Edirne'de Köprü Tamiri

Tophane'de Karabaş Camii'nin Tamiri

Beşiktaş Sahil Sarayı'nın Tamiri

Beşiktaş Sahil Sarayı'nın Tamiri

Kasım Paşa Mevlevîhânesi'nin Tamiri

Kasım Paşa Mevlevîhânesi'nin Tamiri

Kasım Paşa Mevlevîhânesi'nin Tamiri

Kasım Paşa Mevlevîhânesi'nin Tamiri

Mustafa Paşa Dergahı'nın Tamiri

Galata Mevlevîhânesi'nin Tamiri

Üsküdar Mevlevîhânesi'nin Tamiri

Beşiktaş Sahil Sarayı'nın Tamiri

Selimiye Dergâhı'nın Tamiri

Selimiye Dergâhı Camii'nin Tamiri

Mevlânâ Dergâhı'nın Tamiri

Karakulak Çeşmesi'nin Tamiri

Karakulak Çeşmesi'nin Tamiri

Karakulak Çeşmesi'nin Tamiri

Karakulak Çeşmesi'nin Tamiri

Karakulak Çeşmesi'nin Tamiri

Selimiye Dergâhı Kütüphânesi'nin Tamiri

Unkapanı Ahmed Buhari Tekkesi'nin Tamiri

Hüdâyî Dergâhı'nın Tamiri

Hz. Muhammed'in Babasının Kabrinin Tamiri

3. Doğumlara

Şehzade Sultan Süleyman'ın Doğumu

Şehzade Sultan Süleyman'ın Doğumu

Şehzade Sultan Ahmed'in Doğumu

Şehzade Sultan Ahmed'in Doğumu

Şehzade Sultan Ahmed'in Doğumu

Şehzade Sultan Ahmed'in Doğumu

Hidayet Efendi'nin Oğlunun Doğumu

Nazım Efendi'nin Kızının Doğumu

Lebîb Efendi'nin Kızının Doğumu

Berberbaşı Behcet Efendi'nin Oğlu Mehmed İzzet'in Doğumu

Şehzade Nizameddin'in Doğumu

4. Vefatlara

Hazret-i Vahyî'nin Vefatı

Hazret-i Vahyî'nin Vefatı

Hazret-i Vahyî'nin Vefatı

Hazret-i Vahyî'nin Vefatı

Hazret-i Vahyî'nin Vefatı

Hazret-i Vahyî'nin Vefatı

Abdülbaki Efendi'nin Vefatı

Behcet Efendi'nin Vefatı

Tahir Baba'nın Vefatı

Seyyid Niyazi'nin Vefatı

Darbhâne Müşiri Ali Paşa'nın Ayasofya'da Şehit Edilmesi

6. Menzil, Ok Atımı

Ok Meydanı Menzili

Ok Meydanı Menzili

Tâcir-zâde'nin Menzili

Eski Menzil Taşına Yazılan Yeksüvar Menzili

Ok Meydanı Menzili

Ok Meydanı Menzili

Tâcir-zâde'nin Menzili

Eski Menzil Taşına Yazılan Yeksüvar Menzili

Ok Atımı

Ok Menzili

Nakkaş Menzili

Ali Bey'in Menzili

Vassâf Bey'in Menzili

7. Tıraş

Şehzade Sultan Abdülhamid'in Tıraşı

8. Yeni Yıl Tebriki

Yeni Yıl Tebriki

9. Zafer

Râfizîlerin Mağlup Edilmesi

10. Kitap Yazılmasına ve Takrize

Kitap Yazılması

Vakanüvis Es'ad Efendi'nin Sefernâme'sine Takrîz

11. Levha Asılması

Mevlânâ Dergâhına Levha Asılması

12. Sikke Giyme

Pertev Paşa'nın Sikke Giymesi

2.4. Tarih Manzumelerinin Dili ve Üslubu

Pertev Mehmed Sa'îd Paşa, manzumelerinde Klasik Türk şiirinin kendisine has dilini kullanmıştır. Başta mimari eserler olmak üzere bütün manzumelerinde çok iyi bir gözlem gücüne sahip olduğu görülmektedir. Bununla birlikte diğer tarih manzumelerinde görüldüğü gibi Pertev Mehmed Sa'îd Paşa'nın da tekrara düştüğü görülmektedir. Yine aynı şekilde tarih manzumelerinde kalıp ifadeler kullanılmıştır.

Pertev Mehmed Sa'îd Paşa'nın şehzade Süleyman'nın doğumu, su kemerinin tamiri, Bekir Paşa çeşmesinin yapımı, Hamid Bey'in reis olması, Tahir Baba'nın vefatı, II. Mahmud'un ok menzili, Galata Mevlevihane'sinin tamiri için yazdığı manzumeleri örnek olarak aşağıya alıyoruz:

Tārīḫ-i Berā-yı Vilādet-i Şehzāde Sulṭān Süleymān

1. Ḥażret-i sulṭān Maḥmūd ḫān kim şāyāndır

Şānına dense selāṭīn-i cihānıñ a'ẓamı

2. Ṭāli'-i iḳbāline bedr-i münīr olmaz miṯāl

Nīr-i iclāliniñ yokdur felekde tev'emi

3. Çarḫa baş egmez hilāl-āsā kemāl-i ferr bulur

Mihr-i feyż-i luṭfuna her kim olursa müntemî

4. Ṭal'at-ı şehzādesi virdi cihāna ser-te-ser

Arre-i ġarrā-yı 'īd-āsā sürūr-ı ḫurremi

5. Bir ṣabāḥü'l-ḫayr idi gün dogmadan dogdı o nūr

Ḳıldı çeşm-i 'ālemi rūşen żiyā'-ı maḳdemi

6. Bulsun āġūş ṣafā-yı sermedīde perveş

Ol şehinşāhıñ olup yā Rab hemīşe hemdemi

7. *Pertevâ* tārīḫi olsun yādigār-ı rūzigār

Mevlid-i sulṭān Süleymān ḳıldı mesrūr 'ālemi

Sene *H. 1232/M. 1816-7*

Tārīḫ-i Berā-yı Ta‘mîr-i Kemer-i Āb

1. Yemm-i luṭfı ‘aceb mi sulṭān Maḥmūd’uñ
   Ṭarāvet-baḫş-ı bāġ-ı devlet ü dünyā vü dīn oldı

2. Çemen-zār-ı cihānı eylemek reyyān u ābādān
   O baḥr-ı cūd u ẓıll-i ‘adle āyīn-i bihīn oldı

3. Cihān durduḳça dursun günde yüz biñ ḫayr idüp iḥyā
   Denilsin miṯli yoḳ bir pādişāh-ı kāmbīn oldı

4. O şāhıñ cedd-i pāki ḥażret-i sulṭān Süleymān’dır
   Ki ḥükm-ı rūzigārı ḥadd-i a‘cāza ḳarīn oldı

5. Kemerler çekdirip cūlar aḳıtdı çeşmeler yapdı
   İstanbul ol vaḳitden reşk-i firdevs-i berīn oldı

6. Bu ḫayrāt-ı celīle eskiyip ammā ki bir müddet
   Denirdi itmesin Ḥaḳ inhidāmı pek yakīn oldı

7. Ṣudan çoḳ söz olup böyle lisān-ı nāsda cārī
   Teng-meşreb olanlar bi’ż-żarūr endūh-gīn oldı

8. Teraşşuḥ eyleyip bu mācerā sem‘-i hümāyūna
   Ḫurūş-ı efzā-yı cū-yı şefḳat-i şāh güzīn oldı

9. Hemān emr itdi ṣadr-ı a‘ẓamı Derviş Paşa’ya
Yapıldı her kemer sedd-i Sikender’den metīn oldı

10. Olup el-ḥamdülillāh ilk aġızda bu kemer ābād
Leb-i dil-teşneler tāb-ı tehīlikten emīn oldı

11. Kemer ammā ki benzer burc-ı Ḳavs’a şol ḳadar var ki
Biri ārāyiş-i çarḫ ü biri zeyn-i zemīn oldu

12. Bu mecrādan yine rūḥ-ı şerīf vāḳıf-ı maġfūr
Ġarīḳ-i lücce-i ġufrān-ı Rabbü’l-‘ālemīn oldı

13. Yine vāreste-i tāb-ı temmuz-ı ġam olup herkes
Bu ṭāḳıñ sāye-i feyżinde āsūde-nişīn oldı

14. Biri bede’ ü biri itmāmı tārīḫini idüp eşrāb
İki mısra‘ ki *Pertev* reşḥa-i kilk-i terīn oldı

15. Olup sulṭān-ı Sikender-tüvānıñ luṭf-ı vālāsı
Yapıldı bu kemer sīretde sedd-i āhenīn oldı

Tārīḫ-i Berā-yı İnşā-ı Çeşme-i Bekir Paşa

1. Cihānıñ āb-ı rūyı ḥażret-i sulṭān Maḥmūd'uñ
   Vezīr-i bende-i ḫāṣṣı Bekir Paşa-yı ṣıdḳ-ārā

2. Velī ni'metiçün vardıġı manṣıbda her yerde
   Du'ā-yı ḫayr celbin eylemişdir maḳṣad-ı aḳṣā

3. Olunca bu diyārıñ vālī vālāsı ez-cümle
   O şāhinşāh için ḳıldı bu zībā çeşmeyi inşā

4. Olup deryādan efzūn 'ömr-i iḳbāl-i cihān-bānı
   Olunsun sāyesinde böyle dā'im cū-yı ḫayr icrā

5. Didi *Pertev* biri işrāb idüp tārīḫ-i inşāsın
   Bū-yı ābāda ne dil-cū çeşme yaptırdı Bekir Paşa

Sene H. 1235/M. 1819-20

Tārīḫ-i Berā-yı Riyāset-i Ḥāmid Bey

1. Bārekellāh itdi tezyīn berāt-ı ḳadr ü cāh
   Hilye-i tevkī'-i ehliyetle bir zār-ı nefīs

2. Ya'ni Ḥāmid Beyefendi oldı tevkī'i iken
   Zümre-i küttāb-ı dīvān-ı hümāyūna re'īs

3. Ẕātı mānend-i kalem ḳā'im-i be-feyż-i rāstı
   Nuṭḳı mecrā-ı medār māye-i ṭab'-ı selīs

4. Ḫāmeler leb-i teşnedir reşḥ-i devāt-ı luṭfuna

Muvaḳḳıf-ı nevbetde mānend-i gürūh-ı kāse-līs

5. Olmaz evṣāfı hele mecmū‘a-gīr iḫtitām

Şā‘irāne vü münşiyāne olsa n’ola midḥat-nüvīs

6. Āsumān durduḳca yā Rab ol ‘Utārid menḳıbet

Mesnedinde revnaḳ-ı iḳbāl ile olsun celīs

7. *Pertev* imżā itdi tārīḫ-i āşināyān-ı umūr

Oldı istiḥḳāḳla ḥaḳḳā ki Ḥāmid Bey re’īs

Sene H. 1236/M. 1820-1

Tārīḫ-i Berā-yı Vefāt-ı Ṭāhir Baba

1. Pīr-i ṣāḥib-dil-i silāḥşorāndan Ṭāhir Baba

Dā’im eylerdi cihād-ı nefs ile kesb-i fütūḥ

2. Māsivā ṭūfānını böyle geçirmekdir hüner

Yoḫsa āḫir nevḥa-i mevte irer her ‘ömr-i Nūḥ

3. Feyż-i esrār-ı cenāb-ı behceti mir’āt idüp

Seyr iderdi sırr-ı eşyāyı ‘alā vechi’l-vużūḥ

4. Serāyişāne oḳunduḳca İlāhī fātiḥa

Her dil-i pākizeye Ṭāhir ḳuluñ itsün sünūḥ

5. Ḥaḳḳa virdi varını cānlar didi tārīḫini

Ḳıldı Ṭāhir Baba Allāh al diyüp teslīm-i rūḥ

Sene H. 1248/M.1832-3

Tārīḫ-i Berā-yı Tīr

1. Kemānkeşlikde yektā ḥażret-i sulṭān Maḥmūd ḫān

Bu meydān-ı hünerde ṭaş dikdi çün nişān bozdı

2. Selefde pehlivānar birbirin sebḳ itdiler gerçi

Serāpā bunca menzil-gāhı ḳanġı pehlivān bozdı

3. Biri bu menzil-i meşhūr idi biñ ṭoḳsan üç ḫaṭve

Bunı tā on sekiz gez heçdi ol şāh-ı cihān bozdı

4. Bu rütbe menzil-i a‘cāza vāṣıl olmadı kimse

Kemān-keşler bu yolda ḫayli oḳ ḳırdı kemān bozdı

5. Nigāh-ı tīzi tīr-i ḳahr olup cāngāh-ı a‘dāya

Denilsün her ṭarafda ḫaṣmın ol ṣāḥib-ḳırān bozdı

6. Bu tārīḫe gelince kimse ḳādir olmamış *Pertev*

Bu ‘Abdullāh Efendi menzilin Maḥmūd ḫān bozdı

Sene H. 1250/M. 1834-5

Tārīḫ-i Berā-yı Mevlevī-ḫāne-i Ġalaṭa

1. Sulṭān ibnü's-sulṭān Maḥmūd ḫān-ı ẕi-şān

Ḳuṭb-ı zamān-ı devrān şāhinşeh-i yegāne

2. 'Adliyle 'ālem ābād luṭfıyla kevn dil-şād

'Ahdinde āh u feryād ḫāṣṣ oldı muṭribāne

3. Vīrān idi bu dergāh âbād ḳıldı ol şāh

Döndi çü ḳalb-i āgāh her ḥücresi cināna

4. Sükkānı Mevlevīler merdān-ı ma'nevīler

Maṭbaḫda münzevīler baḳmazlar aş u nāna

5. Hem-dem o şāha ḥālā sırr-ı cenāb-ı Mevlā

Maḳṣūd o sırr-ı vālā nāy u nevā bahāne

6. Olsun o nūr-peyker âfāḳa sāye-güster

Mānend-i şems-i enver virsün żiyā cihāna

7. *Pertev* bu ḥüsn bünyān tārīh-i tāma şāyān

Ābād-ı ḳuṭb-ı devrān dil-cū semā'-ḫāne

Sene H. 1250/M. 1834-5

SONUÇ

Pertev Mehmed Sa'îd Paşa, II. Mahmud döneminde önemli görevlerde bulunmuş bir devlet adamıdır. Devlet adamlığının yanında Dîvân oluşturabilecek kadar şiir yazan iyi bir şairdir. Pertev Mehmed Sa'îd Paşa'nın tek eseri Dîvân'ının yazma nüshası şu an mevcut değildir. Dîvân, H. 1256/M. 1840'ta İstanbul'da basılmıştır.

Pertev Mehmed Sa'îd Paşa Dîvân'ının yarısını tarih manzumeleri oluşturmaktadır ve bunlar dönemin siyasî ve sosyo-kültürel özelliklerini yansıtmaktadır. Pertev Mehmed Sa'îd Paşa, söylediği tarih manzumeleri ile çevresinde olup bitenlere karşı duyarsız kalmadığını ortaya koymuştur. Özellikle farklı binaların yapımı, tamiri, tayinler, doğumlar, vefatlar, ok menzilleri gibi tarih manzumelerinde bunu net bir şekilde göz önüne sermeyi başarmıştır.

KAYNAKÇA,

Akbayar, Nuri (1996). *Mehmed Süreyyâ Sicill-i Osmânî*, İstanbul: Tarih Vakfı Yayınları.

Devellioğlu, Ferit (2004). *Osmanlıca-Türkçe Ansiklopedik Lugat*, Ankara: Aydın Kitabevi.

Findley, Carter Vaughn (2007). "Pertev Mehmed Said Paşa", İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları.

İnal, İbnülemin Mahmut Kemal (1988). *Son Asır Türk Şairleri,* İstanbul: Dergâh Yayınları.

Kurnaz, Cemal-Tatcı, Mustafa (2001). *Tuhfe-İ Nâilî Divan Şairlerinin Muhtasar Biyografileri*, Ankara: Bizim Büro Yayınları.

Pertev Paşa (1840). *Dîvân*

Selçuk, Bahir (2013). "Pertev Paşa, Seyyid Mehmed Said", Türk Edebiyatı İsimler Sözlüğü.

Http://Www.Turkedebiyatiisimlersozlugu.Com/İndex.Php?Sayfa=Detay&Detay=179

Şemseddin Sâmi. (1317). *Kâmûs-ı Türkî*, Dersaâdet.

Yörür, Ali. (2019). "Pertev Mehmed Sa'îd Paşa'nın Dîvânı Üzerine" TURAN-SAM Uluslararası Bilimsel Hakemli Dergisi, Cilt: 11, Sayı: 42, 367-373.

HIZLI TÜKETİM LOKANTALARINDA SATILAN PİLİÇ DÖNERİN KALİTE ÖZELLİKLERİ. NİTEL BİR ARAŞTIRMA

Arzu TUYGUN TOKLU[1]

1 Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi, Dr. Öğr. Üyesi

HIZLI TÜKETİM LOKANTALARINDA SATILAN PİLİÇ DÖNERİN KALİTE ÖZELLİKLERİ. NİTEL BİR ARAŞTIRMA

Arzu TUYGUN TOKLU[1]

GİRİŞ

Ürün işaretleri olarak tanımlanan kalite ile ilgili nitelikler içsel ve dışsal (fiyat, ambalaj ve marka adı) işaretler olmak üzere iki farklı türde olabilir (Carneiro vd., 2005; Toklu ve Tuygun Toklu, 2015). Tüketiciler gıdada algılanan kaliteyi değerlendirmek için içsel işaretlere yani tat, koku, renk ve görünüm gibi duyusal niteliklere dikkat ederken (Guerrero vd., 2000), satın almadan önce bunlar hakkında bilgi edinmeleri genellikle zordur. Bu yüzden tüketicilerin çoğunluğu ilk değerlendirmelerde fiyat, marka, etiket, üretim yöntemi, menşei ülke veya bölge gibi ürünlerin dışsal işaretlerini kullanır (Dekhili vd., 2011). Bu anlamda ürünle ilişkili içsel ve dışsal işaretler işletme yöneticilerine ürünü ve pazarı geliştirmede önemli girdiler sunar.

Piliç ile ilgili olarak niteliklerin doğru tanımlanması ve bunların geliştirilmesi ürünü rekabette güçlü hale getirir. Tedarik zincirini oluşturan hammaddeden nihai tüketiciye kadar olan elemanların ürüne değer katma bağlamında etkinlik ve verimlikleri için konunun detaylı olarak incelenmesi gerekmektedir. Oluşturulacak iyileştirmeler maliyet avantajının sağlanmasının yanında zincirin elemanlarına değer sunacağı için anlamlıdır. Türkiye dünyanın önemli bir piliç üreticisi, tüketicisi ve ihracatçısıdır. Dünyadaki bu konuma karşılık konunun farklı boyutları ile yeterince incelenmediği izlenimi ortaya çıkmaktadır. Araştırma endüstrinin nasıl çalıştığını ortaya koymak ve literatürdeki mevcut boşluğu doldurmaya katkı sunmayı hedeflemesi açısından anlamlıdır. Bu çalışma döner işletmelerinin piliç döneri satarken pilicin hangi nitelikleri ile ilgilendiklerini tespit etmektedir. Aşağıda piliç ile ilgili olarak literatürde yapılmış olan belirli araştırmalara yer verilmektedir.

1. LİTERATÜRÜN GÖZDEN GEÇİRİLMESİ

Kronolojik olarak incelendiğinde literatürde konu ile ilgili çalışmalarda aşağıdaki bulguların tespit edildiği görülmektedir. Becker vd.'ne (2000) göre dışsal işaretler mağazada kalite seçiminde önemli bir rol oynamaktadır. Burada "menşe ülke" ve "satın alma yeri" baskın bir işleve sahiptir. Taze etin yeme kalitesini değerlendirmek için, lezzet veya koku gibi ölçül-

1 Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi, Dr. Öğr. Üyesi

mesi zor olan deneyimsel kalite niteliği işaretler arasında en önemlileri olarak görünmektedir. Etin güvenliğini değerlendirmede, dışsal bir güvenirlik kalite niteliği işareti olarak "menşe ülkesi" ve içsel bir güvenirlik kalite niteliği işareti olarak "tazelik" çok önemlidir. "Menşe ülkesi" tüketiciler tarafından yalnızca yeme kalitesini tahmin etmek için değil, aynı zamanda güvenliği belirtmek için de kullanılır. Bu sadece sığır eti için değil aynı zamanda domuz eti için ve daha az bir ölçüde de olsa piliç için de geçerlidir. Etin güvenliği konusunda en güvenilir bilgi kaynağı kasaptır.

Bernard vd. (2005) yaptığı çalışma ile tüketicilerin piliçle ilgi olarak etiketleme, sağlık riski konusunda endişe ve serbest gezen, antibiyotiklerle tedavi edilmiş, ışınlanmış, genetiği değiştirilmiş yem ve genetiği değiştirilmiş piliç olmak üzere beş potansiyel özellik hakkındaki bilgisini araştırmıştır. Ankete katılanlarla ilgili olarak, tüm niteliklerin etikette belirtilmesi konusunda oldukça istekli oldukları, bundan birçoğunun yüksek bir sağlık riski algıladığı ve bu niteliklerin birçoğunun hakkında da düşük bilgiye sahip oldukları bulunmuştur. Burada cinsiyet, sigara kullanımı ve etiket okuma alışkanlıkları cevaplardaki farkı açıklamada önemli faktörlerdir.

Innes ve Cranfield'in (2009) yaptığı araştırmada Konjoint analizi ile katılımcıların önemli bir kısmının fiyat dışı özelliklere değer verdiği ortaya çıkmıştır. Burada, kullanılan ilaç ve kümesin yapısı en yüksek öneme sahipken bunu fiyat ve markanın takip ettiği bulunmuştur. Yapılan kümeleme analizine göre fiyata duyarlı, doğallığa odaklanan ve hayvan sağlığına odaklanan tüketiciler olmak üzere üç tüketici bölümü ortaya çıkmıştır. Bölümler katılımcıların sosyoekonomik ve demografik profillerine göre farklılık göstermemektedir. Bununla birlikte, üretim sistemlerine yönelik tutumu yansıtan çoklu maddeli ölçekler, bölümler arasında önemli ölçüde değişiklik olduğunu göstermektedir. Fiyata duyarlı katılımcılar ilaç kullanımına katılırken, kalite konusundaki endişeleri dile getirmektedir. Doğallık bölümünde yer alan katılımcılar, kalite, üretimin yeri ve üretim yöntemlerinin kendi sağlığı üzerindeki etkilerine olan endişelerini ifade etmektedir. Hayvan sağlığı bilincine sahip katılımcıların ise, ilaç kullanımı, kalite kaygısı, yerellik ve üretim yöntemlerinin kendi sağlıkları üzerindeki etkileri ile ilgilenirken, yan ürünler ve geleneksel üretim yöntemlerine karşı tarafsız oldukları belirtilmektedir.

Pouta vd. (2010) tarafından tüketicilerin piliç eti seçiminde organik üretim ve hayvan refahı veya tüketici sağlığına vurgu yapan yöntemler gibi üretim yönteminin ve menşei ülkenin önemini analiz eden bir araştırma yapıldığı görülmektedir. Araştırma sonuçları yurt içinde üretilen piliç ürünlerine yönelik çok güçlü olumlu algıların olduğunu ortaya çıkarmıştır. Üretim yönteminin etkisinin anlamlı ancak minör olduğu bulunmuştur. Üretimdeki hayvan refahını vurgulamanın özellikle tüketicinin seçim

olasılığını arttırdığı görülmüştür. Ayrıca, üretim bilgilerinin ya etiketler halinde ya da sözlü olarak sunulmasının etkisi test edilmiş ve iyi bilinen etiketlerin tüketici üzerinde olumlu etkilerinin olduğu tespit edilmiştir.

Michel vd. (2011) tarafından piliç parçası, üretim yöntemi, işleme yöntemi, depolama yöntemi, ilave lezzetin varlığı ve pişirme yöntemi gibi farklı katma değerli piliç ürün nitelikleri için tüketici tercihlerini değerlendirmek üzere Konjoint analizi araştırması yapılmıştır. Katma değeri olan piliç niteliklerinin farklı kombinasyonları için tüketicinin ödemeye razı olduğu yüksek fiyatların tahminleri de yapılmıştır. Katılımcılar için ideal piliç ürününün, serbest dolaşan pilicin göğsü ile yapılan, hiçbir katkı maddesi ya da koruyucu madde içermeyen, fırında ısıtılan ya da tavada ısıtmalı ilave bir lezzet içermeyen, soğuk zinciri kullanan bir ürün olduğu tespit edilmiştir. Ortalama olarak tüm katılımcıların yarısının, katma değerli bir piliç ürünü için geleneksel bir ürünün fiyatı üzerinden % 30 daha fazla bedel (prim) ödeme isteğine sahip olduğu bulunmuştur. Genel olarak, genç tüketiciler, yerel üreticilerin ürünlerini pazarladığı yerlerden alışveriş yapanlar ve serbest veya organik ürünleri tercih edenler, katma değerli piliç ürünleri için prim (yüksek fiyat) ödeyebilirler. Buna karşılık, beklendiği gibi, tüketicilerin ödeme isteğinin ürün fiyatından olumsuz etkilendiği belirtilmektedir.

Gifford ve Bernard (2011) yaptığı çalışmada organik ve doğal tanımlarının, organik için doğal pilicin üzerinde prim ödeme istekliliğini incelemiştir. Veriler, bilgilendirme öncesi ve sonrasında yapılan anketler ve deneysel araştırmalar kullanılarak toplanmıştır. Bilgi verilmeden önce, katılımcıların yaklaşık üçte ikisinin yanlış bir şekilde doğal gerekliliklerin organik olanlarla eşitlediği bulunmuştur. Bilgi verildikten sonra ise katılımcıların neredeyse %50'si primlerini artırırken, %30'unun primlerini düşürdüğü görülmüştür. Bilgiden sonra primlerini düşürenler için genetiği değiştirilmiş gıdaları tüketme konusundaki farkındalığın önemli bir değişken olduğu gözlenmiştir. Organik maddenin genetik olarak değiştirilmemiş olma gereksinimi, bazı tüketiciler için düşük değerli gibi görünmektedir. Genel olarak, organik ve doğal standartlarla ilgili tüketicideki kafa karışıklığı, iki pazar üzerinde önemli etkilere neden olabilir.

Ifft vd.'nin (2012) yaptığı araştırmanın sonuçları tüketicilerin güvenli üretim, işleme ve taşıma koşullarını vurgulayan emniyet etiketlemesi için piliç başına satın alma için en az 0,50 $ veya % 10-15 arasında prim ödeyebileceğini göstermektedir. Bu prim şu anda daha lezzetli olarak kabul edilen geleneksel piliç çeşitleri için ödenen primlerden daha düşüktür. Daha fazla eğitime sahip olan tüketiciler güvenlik etiketlerinin değerlemesinde daha yüksek bir değere sahiptir. Bu nedenle, yüksek kalitede serbest gezen

piliç için güvenlik etiketlemesi, hayvan hastalıklarının kontrolünde ve halk sağlığının iyileştirilmesinde önemli bir işlev görebilir oynayabilir.

Bett vd.'nin (2013) yaptığı çalışma sonuçları, tüketicilerin yerli piliç eti için kg başına % 23,26, yumurtalar için de % 41,53 daha fazla ödemeye razı olduklarını ortaya koymuştur. Yaş, gelir, eğitim ve aile büyüklüğü gibi sosyoekonomik faktörlerin tüketicilerin ödeme isteğini önemli ölçüde belirlediği görülmüştür. Diğer önemli faktörler arasında, yerli piliç etine ikame olan ürün fiyatları, lezzet ve ürünün satın alınma şekli gibi niteliklerin yer aldığı belirtilmektedir. Yerli piliç ürünlerine yönelik tercihlerin yüksek olduğu bulunmuştur. Yerli üretim bu nedenle üreticiler, yetiştiriciler, pazarlamacılar ve politika yapıcılar için verimli üretim ve pazarlama stratejileri geliştirmede faydalıdır. Bunun aynı zamanda, kırsal kesimdeki yoksul yerli piliç çiftçilerine gıda güvenliği ve geçim kaynaklarını iyileştirmede bir araç sağlayacağı belirtilmektedir.

Donkor vd. (2013) yaptıkları çalışma ile fiyatların satın alma kararları üzerindeki etkisinin yüksek olduğunu ortaya koymaktadır. Ayrıca, kalite konularının piliç ürünlerine yönelik satın alma kararlarında az etkiye sahip olduğu sonucuna varıldığı görülmektedir.

Napolitano vd. (2013) organik ve geleneksel piliç göğüsleri arasındaki tanımlayıcı duyusal farklılıkları değerlendirmek, aralarındaki farkların tüketiciler tarafından algılanıp algılanmadığını ve organik üretim ile ilgili bilgilerin beğenmeye etkisini değerlendirmek için araştırmalarında hızlı büyüyen bir soydan geleneksel piliç, yavaş büyüyen bir soydan organik piliç ve hızlı büyüyen bir soydan organik piliç kullanmıştır. Buradan eğitimli panelistlerin, piliç göğsü çeşitlerini farklı kaynaklardan ayırt edebildikleri, eğitim görmeyen tüketicilerin ise bunu ayırt edemedikleri sonucuna varılmıştır. Bununla birlikte, tüketici beğenisinin, organik üretim sistemi üzerinde verilen bilgilerden önemli ölçüde etkilendiği ve organik üretimin giderek daha rekabetçi olan bir pazarda ürünü farklılaştırmak için bir araç olduğu belirlenmiştir.

Aral vd.'nin (2013) yaptığı araştırmada ankete katılanların % 32,9'u pilici ilk tercih edilen et çeşidi olarak tanımlarken, piliç eti % 28,7'sinde ikinci seçenek,% 24,4'ünde ise üçüncü seçenek olmuştur. Pilici ilk seçenek olarak tercih eden hanelerde, piliç eti tüketiminde tercihleri etkileyen en önemli faktörler sırasıyla uygun fiyat, lezzet, besin değeri, sağlık koşulları, yağ oranı ve hazırlık kolaylığıdır.

Walley vd. (2014) paketleme, üretici adı ve perakende satış mağazası gibi faktörlerin kanatlı etinde tüketicinin satın alma kararını etkilediğini, bu arada son kullanım tarihi, tat, koku ve dokunun çok daha önemli bir rol oynadığını, bunun için yöneticilerin dikkatlerini ürün kalitesinin çe-

şitli yönlerine yoğunlaştırmalarını, gelişmiş kalite güvence sistemleri ile standartları artırmaya çalışmalarını ve beyaz etin bu yönlerini tüketiciye tanıtarak itibar kazanmalarını önermektedir.

Bhalerao vd.'ne (2014) göre, Hindistan'da özellikle algılanan sağlık yararları ve satınalınabilirliği nedeniyle piliç eti tercih edilmektedir. Bu nedenle ürünün sağlıklı hale getirilmesi için yapılacak çalışmalar ürüne yönelik talebi arttırabilir.

Lassoued vd. (2015) güvenirlik özellikleriyle hem gıda endüstrisine (yani, gıda şirketleri ve gıda perakendecileri) yönelik güvenin, hem de markaya yönelik güvenin birlikte tüketici güvenini desteklediğini belirtmektedir. Ayrıca, riskten kaçınma ve etik olarak motive edilmiş davranış gibi kişisel özellikler markaya olan güven ile tüketici güveni arasındaki ilişkiyi güvenirlik niteliklerinde ılımlaştırmaktadır.

De Almeida vd.'nin (2015) yaptığı tüketici testleri, yeniden yapılandırılmış ürünlerin, değerlendirilen tüm özelliklerde yüksek kabul gördüğünü bulmuştur. Benzer şekilde, satın alma niyetiyle ilgili olarak, tüketiciler çoğunlukla T1, T2, T3 ve T5 ile tanımlanan çeşitli işlemlerden geçirilmiş ürünleri büyük olasılıkla veya kesinlikle satın alacaklarını ifade etmişlerdir. Buna ilave olarak, ticari değeri olmayan et parçalarının, pazarda başarılı olma olasılığı yüksek yeni hazır ürünlere dönüşebileceği belirtilmektedir.

Samant ve Seo'nun (2016) yaptığı araştırma, piliç etinin kalite algısı ve kabul edilebilirliği hakkında sürdürülebilirlikle ilgili etiket ifadelerinin etkilerinin, tüketicilerin etikette belirtileni anladığında ve güvendiğinde önemli ölçüde daha belirgin hale geldiğini göstermiştir.

Literatürdeki bu bilgilere göre piliç eti üzerine yapılacak araştırmalar ucuz protein kaynağına yönelik üretimi ve tüketici algısını yönetmede başarılı sonuçlar ortaya koyabilir. Aşağıda bu araştırma için kullanılan yöntem detaylandırılmaktadır.

2. YÖNTEM

Döner işletmelerinin piliç döneri satarken pilicin hangi nitelikleri ile ilgilendiklerini tespit etmeyi amaçlayan bu araştırma için nitel yönteme başvurulmuştur. Nitel araştırma, nicel araştırmanın aksine insanların yaptıklarını ve söylediklerini gözlemleyerek yapılandırılmamış verileri toplama, analiz etme ve yorumlamayı içerir. Burada gözlemler ve ifadeler serbest veya standartlaştırılmamıştır çünkü sorular ve gözlemler açık uçludur (Burns vd., 2017: 144). Bu çalışmada konunun detaylandırılarak incelen-

mesi için nitel araştırma yöntemlerinden derinlemesine görüşme tekniği kullanılmıştır.

Malhotra vd.'e göre (2017:209) derinlemesine görüşme, tek bir katılımcının, bir konudaki temel motivasyonları, inançları, tutumları ve duygularını ortaya çıkarmak için deneyimli bir görüşmeci tarafından araştırıldığı yapılandırılmamış, doğrudan, kişisel görüşmedir. Nitel bir röportajdır ve bu nedenle, soru soran ve dinleyen araştırmacıları ve yanıtlayan katılımcıları vurgulayarak, konuşmaya dayanır. Nitel görüşmelerin çoğunun amacı, katılımcı konuşmasından mutlaka gerçekleri değil, yorumlar yoluyla anlamı çıkarmaktır. Hair vd.'ne (2017:81) göre ise, aynı zamanda derinlik veya bire bir görüşme olarak da adlandırılan derinlemesine görüşmede, bir yanıtlayıcıya genellikle yüz yüze bir ortamda yarı yapılandırılmış bir dizi soru soran eğitimli bir görüşmeci vardır. Bu tür bir görüşme için tipik ayar, katılımcının ev veya ofisi ya da katılımcı için uygun olan bir tür merkezi yerin görüşme yeri olarak düşünülmesidir.

Derinlemesine görüşmenin diğer nitel yöntem olan Odak (Fokus) gruba göre en büyük avantajları arasında bir seferde bir katılımcıya odaklanırken ortaya çıkarılabilecek zengin detayların olması, etkilenecek başka katılımcı olmadığı için sosyal açıdan arzulanan şekilde yanıt verme ihtimalinin daha düşük olması ve burada bazı kişilerin daha az karşılıklı konuşma nedeniyle odak grubundaki gibi engellenememesi olarak sayılabilir (Hair vd., 2017:82).

Araştırmanın verilerini toplamak için Rize ilinin Ardeşen ve Fındıklı ilçelerinde faaliyet gösteren on adet piliç döneri satan hızlı tüketim lokantasının sahibi ya da yöneticisi ile 1-15 Nisan 2019 tarihleri arasında derinlemesine görüşme yapılmıştır. Doğu Karadeniz bölgesinde eskisi kadar yeterli balık üretiminin artık gerçekleşmediği belirtilirken pilicin burada önemli bir protein kaynağı olarak tüketimde ön plana çıktığı görülmektedir. Bunun temelinde de pratik olmasının yanında fiyatın kırmızı et ve balık ürünlerine göre rekabetçi olduğu algısı olabilir. Perakende sektöründe pilicin döner şeklinde hızlı tüketim lokantalarında yaygın bir şekilde tüketildiği görülmektedir.

3. SONUÇ ve TARTIŞMA

Derinlemesine görüşme tekniği ile yapılan bu nitel araştırma ile piliç döneri satan işletmelerin hammadde olarak tedarik ettikleri piliçte ilgilendikleri nitelikler ürünü sunuma hazırlama aşamaları ile araştırılmıştır. Bu amaçla hazırlanan yapılandırılmış sorular ve alınan yanıtlar Tablo 1'de özet halinde verilmektedir. İşletme sahip ya da yetkilileri ile yapılan bu görüşmelerle piliç dönerin satış aşamasına kadar geçen süreçlerdeki nitelikleri incelenmiştir.

Tablo 1. *Derinlemesine görüşme soru ve yanıtları*

SORULAR		YANITLAR															
1	Piliç döner hazır mıdır? Yoksa siz mi hazırlarsınız?	Kendileri hazırlıyor								Hazır alınıyor							
		8								2							
2	Hazır ise aynı firmadan mı alırlar?	Lezita	Keskinoğlu			Banvit		Erpiliç			Gedik		Şenpiliç			Beypiliç	
		2	1			2		1			1		1			1	
3	Piliç eti, pilicin hangi kısmından yapılır? Belli bir yerinden mi? Karışık mı?	But ve Göğüs				But							Göğüs				
		6				3							1				
4	Piliç döneri hazırlanıyor ise tüm piliç alınıp parçalara mı ayrılıyor? Belli bir yörenin pilici mi kullanılır? Yoksa hazır piliç mi kullanır?	Göğüs şeklinde koli halinde	Belli parçalar	Donmuş ve standart şekilde	Parçalanmış olarak	Tüm piliç değil, sadece but ve göğüs, yöre bilinmiyor, sadece markalı ürün	Pilicin but ve göğüs kısmı hazır halde, burada inceltme işlemi yapılıyor, sadece marka, yöre önemli değil	Sadece but olarak, tüm değil	But	Bütün değil							
5	Alınan pilicin markası önemli midir?	Evet								Hayır							
		10								0							
6	Pilicin organik olup olmamasının bir anlamı var mıdır?	Organik olması önemlidir				Organik olması önemli değildir						Hiçbir fikrim yok					
		6				2						2					
7	Döner hazırlanırken katkı maddeleri kullanılıyor mu? Koruyucu vs kullanılır mı? Doğal katkı maddesi var mıdır?	Katkı maddesi var		Katkı maddesi yok				Koruyucu maddesi var				Koruyucu maddesi yok					
		1		9				0				10					
8	Dönere herhangi bir tatlandırıcı (lezzet katkısı) ilave ediliyor mu? Yoksa sadece piliç eti mi?	Tatlandırıcı (lezzet katkı maddesi) var						Sadece piliç									
		7						3									
9	Döner hazırlanırken kullanılan tavuğun ISO 9000 TSE Belgesi var mıdır? Dikkat eder misiniz?	Var, dikkat ediyorum						Yok, dikkat etmiyorum									
		10						0									
10	Döner satış fiyatınız nedir?	100 gr		150 gr			200 gr			Porsiyon				Ekmek arası, lavaş			
		12tl	10tl	8tl	7tl	18tl	15tl	12tl	24tl	20tl	16tl	15tl	12tl	10tl	8tl	7tl	6tl
		1	2	1	1	1	2	2	1	2	2	1	1	3	2	2	2

Derinlemesine görüşme sonucunda elde edilen bulgulara göre, piliç döner restoranlarının %80'i ürünlerini kendileri hazırlarken, %20'si döneri hazır şekilde alıp satışa sunmaktadır. İşletmeler döneri hazır ya da kendileri hazırlıyor olsalar da ürünlerinde markalı piliç kullandıkları görülmektedir. Satışa sunulan dönerde işletmelerin %60'ı but ve göğsü birlikte kullanırken %30'u sadece but, kalan %10'u da sadece göğüs eti kullanmaktadır. Pilici hammadde olarak tedarik eden işletmeler tüm piliç olarak değil parçalanmış halde alarak döneri kendileri hazırlamaktadırlar. Alınan pilicin markasının anlamlı olduğu ancak pilicin yetiştirildiği yörenin işletme için anlamlı olmadığı görülmektedir. İşletmelerin %60'ı için pilicin organik olması önemli iken, %20'si için önemli olmadığı, %20'sinin ise bu konuda herhangi bir fikrinin olmadığı tespit edilmiştir. Döner hazırlanırken işletmelerin %10'u katkı maddesi kullanırken, %90'ı katkı maddesi kullanmamaktadır. İşletmelerin tümü koruyucu madde kullanmadığını belirtmektedir. Yine döneri hazırlarken işletmelerin %70'i tatlandırıcı olarak lezzetlendirici katkı maddesi kullanırken, %30'u ürününde sadece pilici kullanarak ilave lezzetlendirici katkı maddesi kullanmadığını belirtmektedir. İşletmelerin hepsi kullandıkları piliç için tedarikçi işletmenin ISO 9000 ve TSE Belgesi gibi kalite sertifikalarına sahip olup olmadığına dikkat etmektedir. Buradan kalitenin güvence altında olmasının aranan önemli bir nitelik olduğu ortaya çıkmaktadır. 100 gr piliç dönerin farklı restoranlardaki satış fiyatları incelendiğinde 7 TL ile 12 TL arasında değiştiği görülmektedir. Piliç ürünlerinin kırmızı et fiyatları ile karşılaştırıldığında ekonomik olmasına rağmen, bu fiyatlar tüketicilerin piliç etini sadece ucuz bir alternatif olduğu için değil aynı zamanda göreli olarak daha fazla ödeme isteği olduğunu göstermesi açısından önemlidir.

Araştırma bu hali ile çeşitli sınırlamalara sahiptir. Belirli bir bölgede ve sınırlı sayıda işletme ile yapılması buna dâhildir. Farklı bölge ve lokantalarda yapılacak araştırma sonuçları farklı sonuçlar ortaya çıkarabilir. Araştırma sadece üretici işletmelerin tedarik zincirindeki işlevini ortaya çıkarması anlamında önemlidir. Zincirinin farklı elemanları üzerine yapılacak araştırmalarla sektörün durumu araştırılarak öneriler sunulabilir. Literatür çalışmasında görüldüğü gibi farklı niteliklerle zenginleştirilecek piliç ürününün tüm paydaşlara daha yüksek bir değer sunma potansiyeli vardır. Tüketici tarafındaki tepki incelenerek üreticilere ürün geliştirmelerinde ve konumlandırma çalışmalarında katkı sunacak bulgular elde edilebilir.

KAYNAKLAR

Aral, Y., Aydın, E., Demir, P., Akın, A.C., Cevger, Y., Kaya Kuyululu, Ç.Y. ve Arıkan, M.S. (2013). Consumer preferences and consumption situation of chicken meat in Ankara Province, Turkey. *Turkish Journal of Veterinary and Animal Sciences*, 37, 582-587.

Becker, T., Benner, E. ve Glitsch, K. (2000). Consumer perception of fresh meat quality in Germany. *British Food Journal,* 102 (3), 246-266.

Bernard, J.C., Pan, X. ve Sirolli, R. (2005). Consumer Attitudes Toward Genetic Modification and Aother Possible Production Attributes for Chicken. *Journal of Food Distribution Research,* 36 (2), 1-12.

Bett, H.K., Peters, K.J., Nwankwo, U.M. ve Bokelmann, W. (2013). Estimating consumer preferences and willingness to pay for the underutilised indigenous chicken products. *Food Policy,* 41, 218-225.

Bhalerao, S., Hegde, M., Katyare, S. ve Kadam, S. (2014). Promotion of omega-3 chicken meat production: an Indian perspective. *World's Poultry Science Journal,* 70 (2), 365-374.

Burns, A.C., Veeck, A. ve Bush, R.F. (2017). *Marketing Research 8e*, Pearson Education Limited

Carneiro, J.D.S, Minim, V.P.R., Deliza, R., Silva, C.H.O., Carneiro, J.C.S. ve Leao, F.P. (2005). Labelling effects on consumer intention to purchase for soybean oil. *Food Quality and Preference,* 16 (3), 275-282.

De Almeida, M.A., Villanueva, N.D.M., Gonçalves, J.R. ve Contreras-Castillo, C.J. (2015). Quality Attributes and Consumer Acceptance of New Ready-To-Eat Frozen Restructured Chicken. *Journal of Food Science and Technology*, 52 (5), 2869-2877.

Dekhili, S., Sirieix, L. ve Cohen, E. (2011). How consumers choose olive oil: The importance of origin cues. *Food Quality and Preference,* 22 (8), 757-762.

Donkor, J., Sarpong, A., Kankam – Kwarteng, C. ve Duah, F.A. (2013). Consumer Choice Analysis of Imported and Locally Produced Chicken Products: Evidence from Ghana. *European Journal of Business and Management,* 5 (32), 74-84.

Gifford, K. ve Bernard, J.C. (2011). The effect of information on consumers' willingness to pay for natural and organic chicken. *International Journal of Consumer Studies,* 35 (3), 282-289.

Guerrero, L., Colomer, Y., Guardia, M. D., Xicola, J. ve Clotet, R. (2000). Consumer attitude towards store brands. *Food Quality and Preference,* 11 (5), 387-395.

Hair, Jr. J.F., Celsi, M., Ortinau, D.J. ve Bush, R.P. (2017). *Essentials of Marketing Research 4e*, McGraw-Hill Education

Ifft,J., Roland-Holst, D. ve Zilberman, D. (2012). Consumer valuation of safety-labeled free-range chicken: results of a field experiment in Hanoi. *Agricultural Economics,* 43 (6), 607-620.

Innes, B. ve Cranfield, J. (2009). Consumer Preference for Production-Derived Quality: Analyzing Perceptions of Premium Chicken Production Methods. *Agribusiness,* 25 (3), 395-411.

Lassoued, R., Hobbs, J.E., Micheels, E.T. ve Zhang, D.D. (2015). Consumer Trust in Chicken Brands: A Structural Equation Model. *Canadian Journal of Agricultural Economics,* 63 (4), 621-647.

Malhotra, N.K., Nunan, D. ve Birks,D.F. (2017). *Marketing Research An Applied Approach 5e*, Pearson Education Limited

Michel, L.M., Anders,S. ve Wismer, W.V. (2011). Consumer Preferences and Willingness to Pay for Value-Added Chicken Product Attributes. *Journal of Food Science*, 76 (8), 469-477.

Napolitano,F., Castellini,C., Naspetti, S., Piasentier, E., Girolami,A. ve Braghieri, A. (2013). Consumer preference for chicken breast may be more affected by information on organic production than by product sensory properties. *Poultry Science*, 92 (3), 820-826.

Pouta, E., Heikkilä, J., Forsman-Hugg, S., Isoniemi, M. ve Mäkelä, J. (2010). Consumer choice of broiler meat: The effects of country of origin and production methods. *Food Quality and Preference,* 21 (5), 539-546.

Samant, S.S. ve Seo, H-S. (2016). Quality perception and acceptability of chicken breast meat labeled with sustainability claims vary as a function of consumers' label-understanding level. *Food Quality and Preference,* 49, 151-160.

Toklu, İ.T. ve Tuygun Toklu, A. (2015). Consumers Response to Intrinsic and Extrinsic Cues of Olive Oil: A Quantitative Research. *Interntaional Review of Economics and Management,* 3 (1), 61-84.

Walley, K., Parrott, P., Custance, P., Meledo-Abraham, P. ve Bourdin, A. (2014). A review of UK consumers' purchasing patterns, perceptions and decision making factors for poultry meat. *World's Poultry Science Journal*, 70 (3), 493-502.

KONAKLAMA İŞLETMELERİNDE SOSYAL MEDYA YÖNETİMİ

Aysen ERCAN İŞTİN[1]

1 Dr. Öğr. Üyesi, Şırnak Üniversitesi, Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Türkiye, e-mail: aysen_ercanistin@sirnak.edu.tr

KONAKLAMA İŞLETMELERİNDE SOSYAL MEDYA YÖNETİMİ

Aysen ERCAN İŞTİN[1]

GİRİŞ

21. yüzyılın en önemli gelişmelerinden biri, internet teknolojilerinin keşfidir. İnternet teknolojilerinin geliştirilmesi, diğer birçok alan gibi, işletmelerin iş yapma şeklini de değiştirmektedir. E-ticaretin yaygın kullanımı, bunun en iyi örneği olarak gösterilebilir (Çiçek, 2018: 11). Dolayısıyla internet, bireylerin ve kurumların coğrafi ve zaman kısıtlamalarının üstesinden gelmelerine imkân vererek iletişimde köklü bir değişiklik yaratmıştır (Harris ve Rae, 2009: 27-28). Bunun sonucunda, çevrimiçi topluluklar insanların bilgi aramak, bilgi paylaşmak, toplumla ilgili konuları tartışmak ve soru sormak gibi çeşitli nedenlerle internette bir araya gelmelerine; işletmelerin ve tüketicilerin her an birbiriyle bağlantı kurmasına olanak sağlamıştır (Wang ve Fesenmaier, 2004: 711-714). Bilgi teknolojisindeki hızlı değişimlerle, bu çevrimiçi aktiviteler artık Web 2.0 ya da sosyal medya olarak bilinen yeni bir iletişim teknolojisi formu ile gerçekleşmektedir (Gretzel vd., 2008:105-106).

Günümüzde sosyal medya; tüketicilerin ihtiyaçları, beklentileri ve memnuniyeti hakkında önemli bir bilgi kaynağı olarak dikkat çekmektedir. Dolayısıyla işletmeler, artan taleplere cevap veren ve rekabet gücü yüksek bir ortamla karşı karşıya kalmaktadır. Bu durum işletmelerin, bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeleri takip etmelerini, bilgi ve iletişim teknolojilerini daha etkin ve verimli kullanmalarını, yaratıcı ve yenilikçi olmalarını gerektirmektedir. Birçok işletme, tüketicileriyle doğrudan ve dinamik olarak iletişim kurmak, tüketicilerin genel deneyimlerini geliştirmelerine yardımcı olmak, tüketici pazarında hizmet kalitesini ve memnuniyetini düşük maliyetlerle değerlendirmek, aracıların rolünü azaltmak ve değer zincirini kısaltmak için bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanmaktadır (Lopez vd., 2014). Özellikle bilgi ve iletişim teknolojileri aracı olarak kullanılan sosyal medya (Wyk ve Tshelane, 2016: 161) genel pazarlama planının ayrılmaz bir parçası olarak görülmekte ve kullanılmaktadır (Aggarwal, 2010).

Yaygın bir kullanım alanına sahip olmasından dolayı sosyal medya, tüm sektörlerde ağırlığını hissettirmiş durumdadır. Özellikle turizm işletmeleri açısından sosyal medya, tüketicilere deneyimlerini paylaşmaları noktasında başat bir rol oynamaktadır (Aktan ve Koçyiğit, 2016: 65-67). Web 2.0

1 Dr. Öğr. Üyesi, Şırnak Üniversitesi, Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Türkiye, e-mail: aysen_ercanistin@sirnak.edu.tr

teknoloji üzerine kurulu olan sosyal medya; turizm faaliyetinde bulunan tüketicilerin fotoğraflarını, videolarını, bilgi ve tecrübelerini, kullandıkları turizm ürünlerine ilişkin olumlu ve olumsuz yorumlarını paylaşmalarına imkan vermektedir. Sosyal medya aracılığıyla yapılan bu paylaşımların turizm faaliyetinde bulunacak olan diğer tüketiciler tarafından dikkate alınması, turizm faaliyetlerine ilişkin tercih yapma hususunda tüketicilerin kararlarını ya da tercihlerini etkilemektedir. Bu durum, tüketici yapısının ve tüketicinin bir malı ya da hizmeti satın alma alışkanlığının değiştiğini göstermektedir. Bu nedenle turizm işletmelerinin; rekabet gücü elde edebilmek, sosyal medya aracılığıyla tanınırlılığını artırabilmek, mal ve/veya hizmetlerine ilişkin pazarlama faaliyetlerini daha kolay, ucuz ve hızlı bir şekilde yapabilmek için sosyal medyayı aktif ve daha bilinçli bir şekilde kullanmaları; ayrıca sosyal medya pazarlamasına ilişkin yeni teknikler geliştirmeleri ihtiyacı ortaya çıkmıştır.

Konaklama işletmelerini, kuruluşlarıyla ilgili çevrimiçi konuşmaları aktif bir şekilde yönlendirmeleri, organize etmeleri ve şekillendirmeleri gerektiği hususunda harekete geçiren nedenleri aşağıdaki şekilde sıralamak mümkün olabilir;

- Teknolojik gelişmelerin etkisiyle yaygınlaşan internet kullanımının küreselleşmeyi hızlandırması,
- Yeni iletişim yöntemlerinin uygulamaya konması,
- Tüketicilere sosyal medya gibi yenilikçi yollar ile ulaşabilme kolaylığı,
- Sosyal medyanın, artan kullanıcı sayısı ile son derece karlı bir pazarlama aracı haline gelmesi.

Bu bölümde konaklama işletmelerinde sosyal medya yönetimine odaklanılmaktadır. Bölümde öncelikle sosyal medya kavramı, sosyal medya araçları ve konaklama işletmelerinde sosyal medya yönetimi değerlendirilmektedir. Daha sonra konaklama işletmelerinde sosyal medya yönetimi ya da kullanımına ilişkin yapılmış bazı araştırmalar incelenmektedir. Bu bölümün son başlığı olan değerlendirme kısmında ise, konaklama işletmelerinde sosyal medya yönetiminin geleceğine dönük öngörülerde bulunulmuş ve birtakım öneriler sunulmuştur.

I. Sosyal Medya Kavramı

En etkili çevrimiçi ağ araçlarından biri olan sosyal medya, gerçek dünyada sosyal ve ekonomik hayata entegre olmuştur. Sosyal medya, sanal topluluklarda ve ağlarda, bilgi ve fikir alışverişinde bulunan ve paylaşan

insanlar arasındaki etkileşim aracıdır. Diğer bir ifadeyle sosyal medya, kullanıcı tarafından oluşturulan içeriğin değiştirilmesine izin veren internet tabanlı uygulamalar grubu (Zeng ve Gerritsen, 2014: 27); katılım, konuşma ve anlatıma dayalı çevrimiçi yayın ve iletişim araçlarıdır (Gunelius, 2011: 10).

Sosyal medya, bireylerin internette etkileşimli olarak iletişim kurduğu ve fikirlerini paylaştığı bir yapı olarak ifade edilmektedir (Borges, 2009: 31). Sosyal medya, küresel ağda, iletişimi kolaylaştırmayı, bilgi paylaşımını, birlikte çalışılabilirliği ve işbirliğini güvence altına almayı amaçlayan geliştirilmiş ikinci nesil Web hizmetidir (Paris vd., 2010: 531; Ulusu, 2010: 2949).

Sosyal medya, bir mal ya da hizmet hakkında bilgi paylaşımını, iletişimi, işbirliğini ve etkileşimi kolaylaştırmayı amaçlayan çevrimiçi uygulamalar, platformlar ve medyadır. Sosyal medya; webloglar, sosyal bloglar, mikroblog, wikiler, podcastler, resimler, videolar, reyting ve sosyal yer imi gibi çeşitli biçimlerde oluşmaktadır. Sosyal ağ kullanıcıları, devlet kurumları, küçük ve büyük birçok işletme tarafından etkili iletişim pazarlama aracı olarak aktif bir şekilde kullanılmaktadır (Kim ve Ko, 2012:1481).

Sosyal medya, insanların iletişimini çok farklı boyuta taşıyan bir keşif olarak kabul edilmektedir. Bununla birlikte, bir iletişim aracı olarak tanımlanmış olmasına rağmen sosyal medya, birçok girişimci tarafından bir fırsat olarak görülmektedir. Bu fırsatı algılayabilen girişimciler için sosyal medya, mevcut tüketicilere ve hedef gruplara ulaşmak amacıyla kullanılan bir dizi araç olarak görülmektedir. Bu açıdan sosyal medya girişimcilere mal ya da hizmet sağlayan işletmelere güven oluşturacak şekilde, tüketicilere ve hedef gruplara ulaşma, iletişim kurma ve ilişki kurma olanağı sağlamaktadır (Çiçek, 2018: 11).

Bünyelerinde kullanıcılar tarafından üretilmiş yorum ve değerlendirmeler barındıran sosyal medya siteleri, konaklama işletmesinin markasının yaratılmasına etki etmekte, işletmelere, mal ve/veya hizmetlerinin pazarlama ve iletişim süreçlerinde etkinlik sağlamakta, marka sadakatini ve algılanan kaliteyi artırmaktadır. Sosyal medya ayrıca, ilişki kurma ve geliştirme, konaklama işletmesi ile müşterileri, tedarikçileri ve diğer paydaşlarla arasındaki engelleri ortadan kaldırmaktadır (Yavuz ve Haseki, 2012: 127).

Sosyal medya aşağıda belirtilen özelliklerin çoğunu ya da tamamını paylaşan bir dizi yeni çevrimiçi medya gurubu olarak ifade edilmektedir (Mayfield, 2008: 5):

Katılım: Sosyal medya, ilgilenen herkesin geri bildirimini ve katkısını teşvik etmektedir. Medya ile izleyici arasındaki çizgiyi bulanıklaştırmaktadır.

Açıklık: Çoğu sosyal medya hizmeti geri bildirime ve katılıma açıktır. Sosyal medya hizmetleri oy kullanmayı, yorum yapmayı ve bilgi paylaşmayı teşvik etmektedir. İçeriğe erişim ve içerik kullanımı için herhangi bir engel bulunmamaktadır.

Konuşma: Geleneksel medya "yayın" (bir kitleye aktarılan ya da dağıtılan içerik) ile ilgili ise de, sosyal medya iki yönlü bir konuşma olarak görülmektedir.

Topluluk: Sosyal medya, hızlı ve etkili bir şekilde toplulukların iletişim kurmasına izin vermektedir. Topluluklar; fotoğraf sevgisi, siyasi bir konu ya da favori bir TV programı gibi ortak görüşleri paylaşmaktadır.

Bağlılık: Çoğu sosyal medya çeşidi, diğer siteler, kaynaklar ve insanlarla olan bağlantıları kullanarak birbirine bağlı kalmaktadır.

Sosyal medya; insanlığın iletişim kurma, işbirliği yapma, tüketme ve yaratıcılık şeklini değiştirmiştir. Ayrıca, pazarlama ve operasyonlardan finans ve insan kaynakları yönetimine kadar işletmenin tüm yönleri için olanaklar ve zorluklar dünyası yaratarak işletmelerin piyasaya ve topluma bağlanma biçimlerini de değiştirmiştir. Ayrıca, sosyal medya; tüketici tercihleri, hedeflenen pazarlama teknikleri ve talep tahminleri hakkında ilişkisel çıkarımlar elde edebilme hususunda son gelişmelerin ayrılmaz bir parçası olmuştur (Aral vd., 2013: 3).

Sosyal medya platformu, tüm pazarlama iletişimi çabalarının kolayca erişilebildiği, entegre bir tüketici merkezine bağlandığı araç olarak hizmet vermektedir. Özetle sosyal medya, doğası gereği sonsuz sayıda insanı anlık olarak birbirine bağlayabilme özelliğiyle karakterize edilebilir (Castronovo ve Huang, 2012: 126).

II. Sosyal Medya Araçları

Sosyal yazılım, kişiler arası iletişim ve bilgi alışverişi için aracı olarak hareket edebilen önemli bir Web 2.0 uygulaması sınıfını temsil etmektedir (Evans, 2008:33-34). İnsanların içerik, profiller, fikirler, görüşler, deneyimler, perspektif ve diğer medya türlerini paylaşmak için kullandıkları ve böylece bir grup insan arasındaki iletişimi ve etkileşimi kolaylaştıran çevrimiçi araçlar sosyal yazılım olarak tanımlanmaktadır. Bu araçlar arasında webloglar, mesaj panoları, gruplar, podcastler, mikrobloglar, yer imleri, ağlar, topluluklar, wikiler ve video bloglar bulunmaktadır (Friedrichsen,

2013:37). Webloglar, genellikle düzenli olarak yorumların, etkinliklerin açıklamalarının, grafik ya da video gibi diğer materyallerin bulunduğu bir birey tarafından tutulan bir web sitesi türü olarak ifade edilmektedir (Namwar ve Rastgoo, 2008:177-178). Mikrobloglar; kullanıcıların yaptıkları ile ilgili bildirimleri çevrimiçi paylaşılmasına olanak sağlayan ve blog yazma ile anlık bildirimde bulunma arasındaki boşluğu dolduran web sitelerdir. Podcastler, çevrimiçi ses, video ve medya dosyalarını paylaşmak için geliştirilmiş yeni bir internet teknolojisidir. Wikiler ise, kullanıcılara içerik ekleme ve düzenleme olanağı sağlayan işbirlikçi web siteleridir (Seyrek ve Yılmaz, 2016:46-48).

Bireylerin sosyal medyayı kullanma motivasyonları değişebilmektedir. Nitekim bireyin kullanım amacına bağlı olarak sosyal medya araçlarının farklı şekilde sınıflandırıldığı görülmektedir (bkz. Tablo 1). Tablo 1 incelendiğinde, sosyal medya araçlarının altı gruba ayrıldığı görülmektedir (Türker ve Özaltın Türker, 2015: 151).

Tablo 1: *Sosyal Medya Araçlarının Sınıflandırılması*

Fotoğraf Paylaşım Siteleri	Sosyal Siteler	Gezi Siteleri	Video Paylaşım Siteleri	Profesyonel Ağ Siteleri	İnceleme Siteleri
-İnstagram -Flickr -Piccasa -Photobucket	-Facebook -Twitter -Myspace -Fourquare -Bloglar -Forumlar	-Holidaycheck -Holidaywatchdog -Reviewcentre -Triphub -Tripadvisor -Booking.com -Loney Planet	-Youtube -Metacafe -Dailymotion	-LinkedIn -Ning	-Expedia -Yelp

Kaynak: *Wilson, 2010: 4; Akt. Civelek ve Dalgın, 2014: 269.*

Turizm alanında çevirimiçi ekosistem; Loney Planet, Tripadvisor ve Yelp gibi topluluk tabanlı sitelerden Expedia ve Booking.com gibi işlem tabanlı çevirimiçi seyahat acentelerine kadar uzanan platformları içeren geniş, karmaşık ve çeşitlidir. Bu platformlar, farklı iş modellerini, farklı teknolojik imkânları ve çevirimiçi ekosistemde farklı kullanıcı segmentlerini ve güç dağıtımını yansıtan karmaşık sosyokültürel ve ekonomik sistemlerdir. Örneğin, çeşitli kullanıcı verilerini ve bilgi araçlarını bir araya getiren TripAdvisor, web sitesi aracılığıyla çeşitli aktörleri, kaynakları ve daha önemlisi iş modellerini temsil etmektedir (Xiang vd., 2007: 52). Turizm işletmelerinde popüler olan sosyal medya araçları; Instagram, Facebook, Twitter, TripAdvisor, Youtube, Booking.com, Expedia, Yelp, Loney Planet, Holidaycheck, Holidaywatchdog, Rewiewcentre ve TripHub'tır

(Liu,2010:101; Siguencia, vd. 2018:203; Sufi ve Kaur, 2015:41). Bu sosyal medya araçlarına aşağıda kısaca değinilmektedir

II. I. Instagram

Instagram, 2010 yılında Kevin Systrom ve Mike Krieger tarafından kurulmuştur (Türkmenoğlu, 2014: 96). Facebook, 2012 yılında instagramı satın almıştır. Kullanıcılar, instagram üzerinden fotoğraf ve video paylaşabilmektedir. Bunun yanı sıra instagram kullanıcıları, akıllı telefondaki uygulamalar yoluyla paylaşılan fotoğrafları Facebook, Twitter gibi sosyal medya sitelerinde kolay bir şekilde paylaşabilmektedir (Tufan Yeniçıktı, 2016: 95).

II. II. Facebook

Facebook, Harvard Üniversitesindeki öğrenciler arasında oluşan bir iletişim ağı olarak 2004 tarihinde Mark Zuckerberg tarafından oluşturulmuştur. Daha sonra kullanıcı sayısı artan ve tüm dünyaya yayılan Facebook, en fazla tercih edilen sosyal medya sitelerinden biri olmuştur (Eryılmaz ve Zengin, 2014b: 49).

Birçok işletme için, Facebook sayfası ikinci bir web sitesi gibidir. Ancak, bazı yönlerden işletmeye ait web sitelerinden ayrılmaktadır. Örneğin Facebook işletme sayfalarına ev sahipliği yapar ve şirketlere ücretsiz analiz sağlar. İşletmelerin Facebook'a bağımlılıkları da her geçen gün artmaktadır. Öyle ki günümüzde birçok büyük marka Facebook'un en büyük ilişki pazarlama sağlayıcısı haline gelmiş durumdadır (Pesonen, 2011: 538).

II. III. Twitter

Twitter, JackDorsey tarafından 2006 yılında geliştirilen yeni nesil iletişim aracıdır. İnternet dünyasının SMS'i olarak anılmaktadır (Civelek ve Dalgın, 2014: 270). Twitter; e-posta, mesajlaşma, blog oluşturma gibi öğelere sahip diğer iletişim araçlarıyla pek çok özelliği paylaşan bir mesajlaşma hizmetidir. Twitter'ı benzersiz kılan tvit (tweets) olarak adlandırılan mesajların, boşluklar dâhil 140 karakter ile sınırlı olmasıdır (O'Reilly ve Milstein, 2009:7).

II. IV. TripAdvisor

Dünya genelinde 49 farklı ülkede faaliyet gösteren TripAdvisor şirketi, 2000 yılında ABD'nin Massachusetts eyaletinde kurulmuştur. TripAdvisor şirketi, 6,8 milyon konaklama yeri, restoran ve destinasyonu kapsamaktadır. Dünyanın en büyük seyahat topluluğunu oluşturan TripAdvisor, aylık

390 milyona yaklaşan ziyaretçi sayısına sahiptir. Ayrıca, TripAdvisor ziyaretçileri tarafından yapılan aylık 435 milyona yaklaşan yorum ve görüş yer almaktadır (Taştan ve Kızılcık, 2017: 272).

II. V. Youtube

Sosyal ağlar içerisinde yer alan Youtube, 2005 yılında Paypal çalışanlarından Steve Chen, Chadhurley ve Jawed Karim tarafından kullanıcıların video yüklemesine ve paylaşımına izin veren bir web sitesi olarak oluşturulmuştur (Brown, 2009: 10). Youtube, fotoğrafların postalanmasını, etiketlenmesini ve fotoğraflara yorum yapılmasını desteklemekte (Vural ve Bat, 2010: 3356) ve kullanıcılarının, seyahat ve tatil deneyimlerini anında ya da uygun zamanda paylaşabilmesini sağlamaktadır (Tutan ve Tarakçıoğlu, 2013: 361).

II.VI. Booking.com

Booking.com, küçük bir Hollandalı kuruluş tarafından 1996 yılında oluşturulmuştur. Booking.com, bugün dünya çapında 70 ülkede 198 adet ofisinde, 15.000'den fazla çalışanı istihdam eden ve konaklama işletmelerine rezervasyon yapmak için kullanılan en popüler internet platformlarından biridir. Booking.com web sitesi ve mobil uygulamalar, 40'ın üzerinde farklı dilde hazırlanmıştır. Dünya çapında, 227 ülke ve 134.510 bölgede varış noktasını kapsamaktadır. Her gün, 1.550.000'den fazla oda rezervasyonu yapılmaktadır. Booking.com'da tüketiciler, dairelerden tatillere kadar her şey dahil olmak üzere çeşitli yerlere erişim sağlayabilmektedir (Siguencia vd., 2018:203).

II. VII. Expedia

1996 yılında Microsoft'un içinde küçük bir bölüm, tüketicilere seyahatlerini araştırmaları ve rezervasyon yapmalarında yeni bir yöntem olması amacıyla seyahat planlama sitesi olarak Expedia.com adıyla bir site oluşturmuştur. Expedia, çevrimiçi seyahat pazarlamasında önemli bir rol oynamakta ve dünyanın en geniş ve en akıllı seyahat pazarını oluşturmayı hedeflemektedir. Expedia, seyahat firmaları ve ilgili kuruluşlar için değer yaratarak onların daha önce ulaşmadıkları pazarlara erişimini desteklemektedir. Expedia, seyahat amaçları farklı olsa da kullanıcılarına her türlü bütçeye uygun hizmet sunmaktadır. Expedia, dünyanın en büyük seyahat hizmeti veren şirketlerine, oto kiralama servislerine, tur organizasyonu yapan şirketlere ve hemen hemen her kıtadan 110 bin otel ve yüzlerce havayolu şirketine seyahat gereçlerinin dağıtımını yapan bir tedarikçi konumundadır (Zagana, 2018).

II. VIII. Yelp

Dünya turizm sektörünün sosyal nabzını elinde tutan ve çevrimiçi dünyada güvenilir deneyim bulmak amacıyla başlayan Yelp, şirketin kurucusu Jeremy'nin San Francisco'da oluşturduğu bir ağdır. Yelp, özellikle hizmet işletmeleri için önemli bir inceleme ve oylama sitesidir (Akten, 2017).

Yelp, işletmelerin mal ve hizmetlerini inceleyen kullanıcılarla iletişim kurmak için bir mekanizma sağlamaktadır. Ayrıca Yelp, kullanıcılara yorumlarını güncelleme ve gözden geçirme olanağı sağlamaktadır. Gözden geçirilmiş yorumlar, bir işletmecinin daha önce dile getirilen eleştirilere cevap verdiğine ve bu işin olumlu algısını arttırdığına dair bir kanıt sağlamaktadır. Bu durum, her türden mal ve hizmet ile ilgili yorumların ve geri bildirimlerin anlık kullanılabilirliğini, müşteri ilişkileri yönetimi uygulamalarının ve markaların tüketicilerin tutum ve davranışları üzerindeki etkisini ve sosyal medyanın şeffaflığını göstermektedir (Bruns ve Bahnisch, 2009:45).

II. IX. Lonely Planet

Loney Planet, 1972 yılında Tony ve Maureen Wheeler tarafından kurulan, gezi yayıncılığında dünyanın en büyükleri arasında yer alan kuruluştur (Mental, 2018). Dijital seyahat medya yapılanmalarından biri olan Lonely Planet'in yaklaşık 10 milyon izleyicisi bulunmaktadır.

II. X. HolidayCheck, Holidaywatchdog, Rewiewcentre ve TripHub

HolidayCheck, ilk olarak 1999 yılında, otellere ilişkin katalogların ve otellerde konaklamış diğer turistlerin görüşlerinin yer alacağı bir web sitesi kurma fikri ile ortaya çıkmıştır. 2004 yılında İsviçre'de kurulan HolidayCheck firması, bu tarihten itibaren hızlı bir gelişme kaydetmiş ve uluslararası web sitesi olan HolidayCheck.com 2006 yılında hizmete girmiştir (Güngör vd., 2018: 77). Rewiewcentre, bireylerin hizmet deneyimini paylaşan sosyal bir topluluktur. Holidaywatchdog, tatil deneyimi yaşayan yorumcular tarafından sunulan otel yorumları ve raporlarını ortaya koyan bir sosyal medya aracıdır. TripHub, JoshHerst tarafından 2005 yılında kurulmuş ve genel merkezi Washington'da yer alan bir sosyal ağ sitesidir. Bu dört site de, bireylerin seyahat ve otel konaklama deneyimleri ile ilgili yorumda bulunabilecekleri gezi siteleri olmaları açısından ortak yönler barındırmaktadır. Bu sosyal ağlar sayesinde bireyler daha önce gitmedikleri destinasyonlar ya da oteller hakkında yorum yapan bireylerden bilgi elde edebilme fırsatı yakalamaktadırlar.

III. Konaklama İşletmelerinde Sosyal Medya Yönetimi

İnternet tabanlı sosyal medya teknolojilerinin ortaya çıkması, gezginlerin seyahat deneyimlerini paylaşmalarını sağlamaktadır. Sosyal medya sitelerinde paylaşılan bilgiler, turistlerin seyahat planlamasına yardımcı olabilecek ve hatta potansiyel turistlerin seyahat kararlarını etkileyebilecek önemli bir bilgi kaynağı olarak kabul edilmektedir. Dolayısıyla sosyal medya araçları, seyahat planlama sürecinde ve tatil sonrası deneyimleri paylaşmak için kullanılmaktadır (Zeng ve Gerritsen, 2014: 29). Bu durum, sosyal medya platformlarının, tüketici geri bildirimi için büyük fırsatlar sunduğunu göstermektedir. Öyle ki sosyal medyanın temel işlevlerinden biri, etkileşime giren taraflar için karşılıklı olarak yararlı bir iletişim kanalı kurmaktır. Turistlerin taleplerini ve ihtiyaçlarını ifade edebilmeleri için bir ortam sunmaktadır. Sosyal medyanın etkileyici bir şekilde benimsenmesi ve yaygın kullanımı, turizmle ilgili tüm sektörlerde devrim yaratmıştır. Daha da önemlisi, bu gelişmelerin turizm alanında yönetim fonksiyonları, stratejik ve operasyonel pazarlama üzerinde önemli bir etkisi olmuştur (Sotiriadis, 2016:180).

Turizm sektöründe faaliyet gösteren konaklama işletmeleri giderek artan bir şekilde günümüzde sosyal medyada aktif bir şekilde yer almaktadırlar. Sosyal medyanın kullanıcılar için birbirileri ile bağlantıya geçme ve bilgi paylaşma platformu olmasından bu yana, konaklama işletmeleri açısından, işletmenin sosyal medya sayfasına yönelik katılım ve bağlılık önemli bir konu olarak görülmeye başlanmıştır. Çoğu konaklama işletmesi dijital pazarlama stratejilerinde sosyal medyayı odak noktasına almakta, Facebook, Twitter gibi farklı sosyal medya araçlarını kullanmaktadır. Sosyal medya bu noktada bir dağıtım kanalı değil, ilişki ve etkileşim oluşturma kanalı olarak işlev görmektedir (Ercan ve Çolakoğlu, 2017: 615).

Konaklama işletmeleri hedef müşteri gruplarıyla iletişim kurmak, marka bilinilirliğini ve bağlılığını arttırmak, müşteri sadakati oluşturmak, yeni müşteriler kazanmak gibi pazarlama amaçlarına daha kolay ulaşmak için sosyal medya araçlarını etkili bir şekilde kullanmaktadır. Dolayısıyla, sosyal medya araçları; sosyal çevresini genişletmek, iletişim kurmak, bilgi edinmek, kendi bilgi ve deneyimlerini paylaşmak isteyen tüketiciler ile konaklama işletmeleri arasında önemli bir iletişim aracıdır (Verma ve Verma, 2017: 221-222).

Sosyal medyanın konaklama işletmeleri için önemine bakıldığında; markanın bilinirliğini arttırdığı, taraflar arasında eş zamanlı ve çift yönlü iletişimi sağladığı görülmektedir (Eröz ve Doğdubay, 2012: 143). Sosyal medyayı aktif olarak kullanan konaklama işletmeleri, sundukları hizmetlerinin reklamını yapabilmekte ve pazarlama imkânlarını artırabilmektedirler (Arat ve Dursun, 2016:118).

IV. Turizm ve Sosyal Medya ile İlgili Yapılmış Bazı Araştırmalar

Turizmin eş zamanlı üretim ve tüketim özelliğinden dolayı tüketicilerin hizmetlere yönelik fikirlerini sosyal medya üzerinden öğrenmek büyük önem taşımaktadır. Bu bağlamda konaklama işletmelerine yönelik yapılan bir araştırma sonucunda, sosyal medya kullanımının temel amacının müşteri ilişkilerini geliştirmek olduğu tespit edilmiştir. Bu durum, işletmelerin geleneksel müşteri ilişkileri yöntemlerinden, dijital ortamda müşteri ilişkileri yönetimine doğru geçişlerin olduğunu göstermektedir (Aydın, 2016: 16).

Turistler, tatil kararı verirken diğer turistler tarafından yapılan yorumları okumakta ve tatil deneyimlerine ilişkin diğer paylaşımları incelemektedir. 2012-2013 Turizm Trendleri Raporu"na göre tüketiciler; tatil deneyimleri hakkında bilgi verme, tatilleri boyunca çektirmiş oldukları fotoğraf ve videoları paylaşma, seyahat ile ilgili karşılıklı fikirlerini dile getirme, destinasyonlar, oteller ve tatil aktiviteleri ile ilgili yorumları inceleme gibi amaçlarla sosyal medya sitelerini çok sık kullanmaktadır. Dolayısıyla bu durumun farkında olan turizm işletmeleri, sosyal medya pazarlamasının sunduğu etkileşim olanaklarını göz ardı etmemektedir (Yılmazdoğan ve Özel, 2014: 40).

Seyahat edenler üzerinde sosyal medyanın etkisini inceleyen diğer bir araştırmada, tüketicilerin %92'sinin diğer reklamlara nazaran aile ya da arkadaşların tavsiyelerine daha çok güvendiği sonucu bulgulanmıştır. Araştırmadaki diğer önemli bulgular, seyahat edenlerin % 70'inin tatildeyken facebook durumunu güncellemesi, turistlerin seyahatleri sırasındaki mobil telefon kullanım oranları verilerek iş amaçlı seyahat eden turistlerin % 57'si otel rezervasyonu yaparken mobil telefonlarını kullanmıştır. Ayrıca, turizm ve seyahat ile ilgili çevirimiçi trafiğin % 40'dan fazlası mobil cihazlar ile yapılmıştır (Buzlukçu ve Kılıç, 2015: 538).

Aktan ve Koçyiğit'in (2016) sosyal medyanın turizm faaliyetleri üzerindeki rolünü belirlemeye ilişkin yapmış oldukları çalışmada, sosyal medyanın bireylerin turizm faaliyetlerini yönlendirmede etkili bir araç olduğu sonucu bulgulanmıştır. Sarı ve Kozak'ın 2004 ve 2005 yılında yapmış oldukları araştırmalarda, turizm faaliyetine katılanların daha çok teknoloji ve internet kullanımının yüksek olduğu gelişmiş ülkelerden geldikleri göz önüne alınarak turizm bölgelerini ziyaret eden turistlerin internet kullanım oranının yüksek olduğu; turizm bölgelerini ziyaret etmekte olan ve interneti sık kullanan turistlerin, interneti ağırlıklı olarak öncelikle işleriyle ilgili ve zaman geçirmeye yönelik kullandıkları, seyahat planı yapmaları gerektiğinde ise, ilk başta internetten yararlandıkları, söz konusu turistlerin tamamına yakınının internetin turistlere büyük yararlar ve turizm bölgele-

rine de büyük fırsatlar sağladığına inandıkları sonucuna varılmıştır (Sarı ve Kozak 2004,2005).

Dalgın ve Oruç (2015) çalışmalarında, turistik tüketicilerin tatil planı yapmak ve destinasyon, konaklama işletmesi, seyahat acentesi tercihinde bulunmak amacıyla az da olsa sosyal medya araçlarından yararlandıkları ve sosyal medyanın turistik ürün tercihindeki etkilerinin cinsiyete ve eğitim durumuna göre anlamlı şekilde farklılaştığını bulgulamışlardır. Dolayısıyla, Dalgın ve Oruç (2015), bu bulgunun işletmelerin sosyal medyayı kullanarak sosyo-ekonomik açıdan sadece belirli kitlelere ulaşabileceklerini; bu nedenle işletmelerin sosyal medyayı kullanırken hedef kitlelerini net şekilde tanımlamaları ve bu doğrultuda doğru tercihler yapmaları gerektiğini ileri sürmüşlerdir.

Sufi ve Kaur (2015), araştırmalarında TripAdvisor ve Expedia gibi otel değerlendirme siteleri ile otellere verilen yıldız kategorisi arasında ilişkiyi incelemişlerdir. Araştırma sonucunda, otellere verilen yıldız kategorisiyle TripAdvisor ve Expedia'da üzerinden yapılan ortalama konuk puanları arasında güçlü bir korelasyon olduğu bulgulanmıştır. Ayrıca TripAdvisor üzerinden yapılan puanların ortalamalarının, Expedia üzerinden yapılan puanlarla karşılaştırıldığında daha tutarlı ve sağlam olduğu gözlenmiştir.

Liu (2010) yaptığı araştırmada, öğrencilerin farklı sosyal medya araçlarını kullanımını, bu araçlara yönelik algılarını ve tutumlarını; onların sosyal ağ gruplarını tercih etmesini incelenmiştir. Sonuçlar, en çok kullanılan üç sosyal medya aracının Facebook, Wikipedia ve YouTube olduğunu göstermektedir. Ayrıca, sosyal medya araçlarını kullanmanın en önemli dört nedeninin sosyal katılım, doğrudan iletişim, hızlı geri bildirim ve ilişki kurma olduğu tespit edilmiştir.

Değerlendirme

Günümüz rekabet ortamında yenilikçi yaklaşımların ve dijital teknolojideki gelişmelerin, tüketici ihtiyaç ve isteklerinin değişmesine ve artmasına neden olduğu söylenebilir. Bu durum, işletmeleri benzersiz özelliklere sahip yeni ürünler geliştirmeye, bu ürünleri satabileceği yeni pazar alanları oluşturmaya ve pazarda rekabet gücü sağlayabileceği yeni pazarlama stratejileri geliştirmeye zorlamaktadır. Bu kapsamda, işletmeler için pazarlama aracı olarak sosyal medya kullanımı; kurumsal bir imaj geliştirmek, işletme karlılığını arttırmak, müşteri değeri ve memnuniyeti oluşturmak için yaratıcı ve yenilikçi bir iletişim aracı olabilir. Pazarlama aracı olarak sosyal medya, doğru kullanıldığında, işletmeler için güçlü bir rekabet avantajı oluşturabilir. Bu sebeple Özellikle konaklama işletmeleri, elektronik ortamda yer alabilecek hizmet türleri oldukça fazla olduğu için pazarlama

faaliyetleri kapsamında, bilişim teknolojileri destekli iş yapma modelleri arasında yer alan sosyal medya kullanımına daha fazla önem vermelidir. Konaklama işletmelerinde sosyal medya yönetiminin geleceğine dönük aşağıda yer alan bazı öngörülerde bulunulmuştur:

- Web özellikli akıllı telefonların ve mobil cihazların gelişmesi, sosyal medya kullanımının ve faaliyetlerinin artmasına neden olacaktır. Ayrıca, tüketiciler, neredeyse alışverişlerini sadece sosyal medya üzerinden yapacaktır. Bu nedenle, konaklama işletmeleri daha fazla tüketiciye ulaşmak amacıyla görünürlüklerini arttırmak için sosyal medya kullanımını daha profesyonel ve zorunlu olarak yapmaya başlayacaktır.

- Konaklama işletmelerinin, sosyal medya yönetimine ilişkin yeni bir departman oluşturması ve bu birimde uzman sosyal medya yöneticileri ve pazarlamacıları istihdam etmesi diğer bir öngörüdür.

- Sosyal medya, konaklama işletmeleri tarafından en çok tercih edilen dijital reklam kanallarından biri olacaktır. Dolayısıyla konaklama işletmelerinin sosyal medya reklamlarına daha fazla bütçe ayırması beklenmektedir.

- Konaklama işletmelerinin, gelecekte değişen müşteri ihtiyaçlarına ve isteklerine yönelik ürün geliştirmeleri ve müşteri davranışını anlamaları için sosyal medya öncelikli araçlardan biri olacaktır.

Konaklama işletmelerinin sosyal medya yönetiminin geleceğine dönük yukarıda belirtilen öngörüler düşünüldüğünde, sosyal medyanın, tüketicilere doğrudan ulaşılabilme imkanı sağlayan önemli bir pazarlama ve etkili iletişim aracı olduğu söylenebilir. Dolayısıyla konaklama işletmelerinin rekabet gücünü arttırmak için sosyal medya kullanımına ilişkin sunulabilecek öneriler şu şekildedir:

- En popüler sosyal medya araçlarına ilişkin hesaplar açmalıdır.

- Sosyal medya hesaplarına ilişkin adresler; broşürlere, konaklama belgelerine, web sitelerine yerleştirmelidir. Bu durumda, tüketicilerin sosyal medya hesapları üzerinden olumlu yorumlar yapmaları sağlanarak, henüz konaklayacağı işletmeyi belirlememiş olan diğer tüketicilerin tercihlerini etkilemek mümkün olabilir.

- Sosyal medyanın değişen dinamik yapısından dolayı, sosyal medyayı sürekli canlı tutabilecek, etkili ve verimli kullanabilecek, günceli yakalayabilecek eğitimli personel istihdam edilmelidir.

- Tüketicilerin, konaklama belgelerine facebook, twitter, instagram gibi sosyal medya hesaplarından en az birini yazmaları talep edilmelidir. Böylece tüketiciyle sürekli bağlantı kurularak doğrudan tüketici ile iletişimi sağlanmalı ve müşteri sadakati oluşturmaya çalışmalıdır.

- İşletmeye ilişkin sosyal medya üzerinden yapılan yorumlar, şikayetler ve öneriler takip edilmelidir.

- İşletmeye ilişkin yapılan olumsuz yorumlara ya da şikayetlere neden olan sorunlar tespit edilmeli ve giderilmelidir. Sorunların giderildiğine ilişkin tüketiciler bilgilendirilmeli ve tüketicilerden özür dilenmelidir.

- İşletmeye ilişkin yapılan olumlu yorumlar için teşekkür mesajı yazmalıdır.

- Sosyal medya hesaplarında evrensel bir dil kullanılmalı ya da sosyal medya üzerinden yapılan faaliyetlerin (reklamlar, kampanyalar, teşekkür mesajları, özür mesajları vs.) tümü farklı dillerde de yayınlanmalıdır.

- Sosyal medya aracılığıyla reklamlar, kampanyalar, indirimler, özel etkinlikler vs. duyurulmalıdır. Böylece işletmeye ilişkin sosyal medya hesaplarını takip eden kişi sayısı arttırılabilir.

- İşletmenin sahip olduğu fiziki özellikler, konum, faaliyetler vs. hakkında bilgiler verilmelidir.

- Sosyal medya üzerinden dikkat çekici, eğlenceli ve samimi paylaşımlar yapılmalıdır.

- Rakip işletmelerden ayırt edici özellikler, hizmetler ve ürünler yaratılarak bunların paylaşımı yapılmalıdır.

- Konaklama işletmeleri, tüketicilere yararlı bilgiler ve ekstra avantajlar sunan, çekicilik unsurlarına sahip farklı alternatifler sunan, yaratıcı, etkili ve hızlı olan sosyal medya hesapları oluşturmalıdır.

Özet olarak konaklama işletmeleri, hızla gelişen sosyal medyaya ayak uydurmalı ve sosyal medya dünyasında yerini almalıdır. Öncelikli olarak prestijli kurumsal bir imaj ve farkındalık oluşturmak için konaklama işletmeleri, sosyal medyada kurumsal kimlikleriyle bulunmalıdır. Sosyal medya üzerinde mal ve hizmetlerini pazarlamak amacıyla yenilikçi ve yaratıcı stratejiler geliştirmelidir.

KAYNAKÇA

Aggarwal, A. (2010). Top 10 Strategies To Promote Hotels On Social Media Channels. 13.11.2018 tarihinde https://blog.milestoneinternet.com/web-design-promotion/top-10-social-media-strategies/, adresinden alınmıştır.

Aktan, E. ve Koçyiğit, M. (2016). Sosyal Medya'nın Turizm Faaliyetlerindeki Rolü Üzerine Teorik Bir İnceleme. *Sosyal Bilimler Dergisi (ICEBSS Özel Sayısı),* 62-73.

Akten, G. (2017). Yelp ve İşletmeler İçin Önemi. 28.10.2018 tarihinde http://www.nedensosyalmedya.com/dijital-pazarlama/sosyal-medya-pazarlamasi/yelp-ve-isletmeler-icin-onemi, adresinden alınmıştır.

Aral, S., Dellarocas, C. ve Godes, D. (2013). Social Media and BUSİNESS Transformation: A Framework for Research. *Information Systems Research, 24(1),* 3-13.

Arat, T. ve Dursun, G. (2016). Seyahat ve Konaklama Tercihi Açısından Sosyal Paylaşım Sitelerinin Kullanımı. *Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi (41.Yıl Özel Sayısı), 19,* 111-128.

Aydın, B. (2016). Sosyal Medyada Restoran İmajı: Tripadvisor Örneği. *Disiplinlerarası Akademik Turizm Dergisi, 1(1),* 13-30.

Borges, B. (2009). *Marketing 2.0 Bridging The Gap Between Seller And Buyer Through Social Media Marketing.* Published by Wheatmark.

Brown, R. (2009). *Public Relations and the Social Web.* Kogan Page, London.

Bruns, A. ve Bahnisch, M. (2009). Social Media: Tools for User-Generated Content: Social Drivers behind Growing Consumer Participation in User-Led Content Generation*, Smart Service CRC.*

Buzlukçu, C., ve Kılıç, B. (2015). Butik Ve Küçük Otel İşletmelerinde Sosyal Medya Kullanımı Ve Yöneticilerin Sosyal Medyaya Bakışı. 16. Ulusal Turizm Kongresi Bildiri Kitabı, 535-547.

Castronovo, C. ve Huang, L. (2012) Social Media In An Alternative Marketing Communication Model. *Journal of Marketing Development ve Competitiveness, 6,* 117-136.

Civelek, M. ve Dalgın, T. (2013).Turizm Pazarlamasında Sosyal Medya, Turizm İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma: Muğla Örneği.*14. Ulusal Turizm Kongresi,* 266-282.

Çiçek B. (2018). Social Media Entrepreneurship. *İçtimaiyat Sosyal Bilimler Dergisi, 2(1),* 10-17.

Dalgın, T. ve Oruç, M. C. (2015). Turistik Tüketicilerin Tercihlerinde Sosyal Medyanın Etkisi: Amasya İlindeki 4 Yıldızlı Bir Konaklama İşletmesinde Uygulama, 16. Ulusal Turizm Kongresi.

Ercan, F., ve Çolakoğlu, O. E. (2017). Otel İşletmelerinde Sosyal Medyanın Müşteri E-Sadakati Üzerine Etkisi: Facebook Örneği. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 10 (48),* 613-621.

Eröz, S. ve Doğdubay, M. (2012). Turistik Ürün Tercihinde Sosyal Medyanın Rolü ve Etik İlişkisi. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 27 (1),* 133-157.

Eryılmaz, B. ve Zengin, B. (2014a). Sosyal Medyada Konaklama İşletmelerine Yönelik Tüketici Yaklaşımları Üzerine Bir Araştırma. *İşletme Bilimi Dergisi, 2(1),* 147-167.

Eryılmaz, B. ve Zengin, B. (2014b). Butik Otel İşletmelerinin Sosyal Medya Kullanımına Yönelik Bir İnceleme: Facebook Örneği. *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 4(2),* 42-59.

Evans, D. (2008). *Social Media Marketing – An Hour A Day.* Indianapolis, IN: Wiley.

Friedrichsen, M. (2013). *Social Media In Companies. Integrated Approach For A Social Media Strategy.* (Edit. M. Friedrichsen, W. Mühl-Benninghaus), In Handbook Of Social Media Management, 25-47.

Gretzel, U., Kang, M. ve Lee, W. (2008). Differences In Consumer-Generated Media Adoption and Use: A Cross-National Perspective, *Journal of Hospitality ve Leisure Marketing, 17(1–2),* 99-120.

Gunelius, S. (2011). *30 Minute Social Media Marketing: Step By Step Techniques To Spread The Word About Your Business Fast And Free.* United States: McGraw-Hill .

Güngör, O., Güngör, Y. ve Doğan, S. (2018). Holidaycheck Web Sitesindeki Turist Değerlendirmelerine Göre Antalya ve Barselona'daki 4 ve 5 Yıldızlı Oteller Üzerine Karşılaştırmalı Bir Araştırma. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi, 15(1),*74-88.

Harris, L. ve Rae, A. (2009). Social Networks: The Future Of Marketing For Small Business. *Journal Of Business Strategy, 30(5),* 24-31.

Kim, A. J. ve Ko, E. (2012). Do Social Media Marketing Activities Enhance Customer Equity? An Empirical Study Of Luxury Fashion Brand. *Journal Of Business Research, 65,* 1480-1486.

Liu, Y. (2010). Social Media Tools as a Learning Resource. *Journal of Educational Technology Development and Exchang (JETDE*), 3 (1), 101-114.

Lopes, R., Abrantes, J.L. ve Kastenholz, E. (2014). Innovation, Tourism and Social Networks. *Revista Turismo & Desenvolvimento, 21(22),* 151-154.

Mayfield, A. (2008). *What Is Social Media?.* iCrossing eBook, 06.11.2018 tarihinde https://www.icrossing.com/uk/sites/default/files_uk/insight_pdf_files/What%20is%20Social%20Media_iCrossing_ebook.pdf, adresinden alınmıştır.

Mental, Y. (2018). Lonely Planet'in Geziciler İçin Ülkeler Listesi. 07.11.2018 tarihinde https://yavuzmental.com/lonely-planetin-geziciler-icin-ulkeler-listesi/, adresinden alınmıştır.

Namwar, Y. ve Rastgoo, A. (2008). Weblog As A Learning Tool In Higher Education. *Turkish Online Journal of Distance Education, 9(3),* 176-185.

O'Reilly, T. ve Milstein, S. (2009). *The Twitter book*. Sebastopol: O'Reilly.

Paris, C. M., Lee, W. ve Seery, P. (2010). The Role Of Social Media In Promoting Special Events: Acceptance Of Facebook Events. *Information And Communication Technologies In Tourism, 14,* 531–541.

Pesonen, A. J. (2011). *Tourism Marketing In Facebook: Comparing Rural Tourism Sme's And Larger Tourism Companies In Finland.* (Edit. In Law, R., Fuchs, M., ve Ricci, F.) Information and Communication Technologies in Tourism, 537-546.

Sarı, Y., ve Kozak, M. (2004). Yabancı Turistlerin İnterneti Kullanma Eğilimleri. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 15(2),* 169-183.

Sarı, Y. Ve Kozak, M. (2005). Turizm İşletmelerinde Doğrudan Pazarlama Çabaları Kapsamında Bilgi Teknolojilerinin Kullanımı, *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 19(1),* 359-383.

Seyrek, İ.H. ve Yılmaz, E. S. (2016). Tüketicilerin Satın Alma Kararlarında Sosyal Paylaşım Sitelerinin Etkisi. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, 4(37),* 43-62.

Siguencia, L. O., Marzano, G. ve Gródek-Szostak, Z. (2018). Online Booking: The Case Of Booking a Hotel in Ogrodzieniec Using the Booking.com Platform, *Proceedings of the 8th International Conference "Economics and Management-Based on New Technologies,* 203-209.

Sotiriadis, M.D. (2017). Sharing Tourism Experiences In Social Media: A Literature Review And A Set Of Suggested Business Strategies. *International Journal of Contemporary Hospitality Management, 29(1),* 179-225.

Sufi, T. ve Kaur, G. (2015). Social Media And Hotel Classification System. *Biz and Bytes, 6(2),* 39-51.

Taştan, H. ve Kızılcık, O. (2017). Kahramanmaraş'ta Bulunan Yiyecek İçecek İşletmelerine Yönelik Tripadvisor.com'da Paylaşılan Şikâyetlerin Sınıflandırılması. *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 26, (1)*, 270-284.

Tufan Yeniçıktı, N. (2016). Hakla İlişkiler Aracı Olarak Instagram: Sosyal Medya Kullanan 50 Şirket Üzerine Bir Araştırma. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi, 9(2),* 92-115.

Tutan, E. ve Tarakçıoğlu, S. (2013). Tatil Deneyimlerinin Sosyal Medyada Paylaşımı ve Psikolojik Taciz (Mobbing). 14. Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı, 356-369.

Türker, A. ve Özaltın Türker, G. (2015). Tüketicilerin Online Seyahat Topluluklarına Üye Olma ve Aktif Katılımda Bulunma Nedenleri. I. Avrasya Uluslararası Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı, 2, 149-162.

Türkmenoğlu H (2014) Teknoloji İle Sanat İlişkisi ve Bir Dijital Sanat Örneği Olarak Instagram, *Ulakbilge, 2(4),* 87-100.

Ulusu, Y. (2010). Determinant Factors Of Time Spent On Facebook: Brand Communıty Engagement And Usage Types, *Journal of Yasar University, 18(5),* 2949-2957.

Verma, M. ve Verma, K. (2017). Social Media a Promotional Tool: Hotel Industry. *Journal Of Advances In Humanities, 5(1),* 221- 223.

Vural, Z.B.A. ve Bat, M. (2010). Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma. *Journal of Yasar University*, *20(5),* 3348-3382.

Wang, Y. ve Fesenmaier, D. R. (2004). Towards Understanding Members' General Participation In And Active Contribution To An Online Travel Community. *Tourism Management, 25*, 709-722.

Xiang, Z., Du, Q., Ma, Y. ve Fan, W. (2017). A Comparative Analysis Of Major Online Review Platforms: Implications For Social Media Analytics In Hospitality And Tourism. *Tourism Management, 58,* 51-65.

Yavuz M.C. ve Haseki M.İ. (2012). Konaklama İşletmelerinde E-Pazarlama Uygulamaları: E-Medya Araçları Temelinde Bir Model Önerisi. *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 9*,116-137.

Yılmazdoğan, O. C. ve Özel, Ç. H. (2014). Sosyal Medya Pazarlamasının Otellerdeki Kullanımının Yararlarına Yönelik Yönetici Algılarının Belirlenmesi: Antalya Örneği. *İşletme Fakültesi Dergisi, 15 (1),* 37-62.

Zagana, M. (2018). Dünden Bugüne, Expedia…, 07.11.2018 tarihinde http://www.turizmaktuel.com/haber/dunden-bugune-expedia, adresinden alınmıştır.

Zeng, B. ve Gerritsen, R. (2014). What Do We Know About Social Media In Tourism? A Review. *Tourism Management Perspectives, 10,* 27–36.

İNANSAL KİRALAMA İŞLEMLERİNİN MUHASEBELEŞTİRİLMESİ: BOBİ FRS'YE GÖRE İNCELENMESİ

Ayşe Nur BUYRUK AKBABA[1]

1 Doç. Dr., Bitlis Eren Üniversitesi, İşletme Bölümü, Muhasebe Finansman ABD
abuyruk@beu.edu.tr

FİNANSAL KİRALAMA İŞLEMLERİNİN MUHASEBELEŞTİRİLMESİ: BOBİ FRS'YE GÖRE İNCELENMESİ

Ayşe Nur BUYRUK AKBABA[1]

GİRİŞ

Kiralama, kiraya veren tarafından varlığın kullanım hakkının kiracıya devredilmesi işlemidir. Kiralama işlemi belirli bir faiz oranı ve ödemeler planına göre yapılmaktadır. Kiralama işlemleri kiralama türüne göre farklılık gösterebilmektedir. Kiralama türleri sözleşmedeki süreye, sözleşmedeki taraflara, sözleşme konusu mala göre değişebilmektedir. Bu türlere göre yükümlülükler ve yapılacak işlemler yapılmaktadır.

Kiralama işlemlerinin muhasebeleştirilmesi ulusal ve uluslararası yapılan düzenlemelere göre yapılmalıdır. Yapılan düzenlemelerde kiralama türlerindeki yükümlülükler esas alınmalıdır. Bazı kiralama türünde sözleşme sonunda hak ve yükümlülükler devredilirken bazı kiralama türünde ise hak ve yükümlülükler devredilmemektedir.

Kiralama işlemlerinin muhasebeleştirilmesinde uygulanması gerekenleri esas alarak çalışmanın ilk bölümünde kiralama işlemleri ile ilgili kavramlara, kiralama türlerine, kiralama kavramının gelişim sürecine yer verilmiş, son bölümde ise Büyük ve Orta Boy İşletmeler İçin Finansal Raporlama Standartlarına (BOBİ FRS) göre nasıl muhasebeleştirilmesi gerektiğine dair açıklamalar ile örnek uygulamalar yapılmıştır.

1. BAZI KAVRAMLAR

Çalışmanın bu bölümünde; finansal kiralama kavramına, finansal kiralama türlerine, Finansal kiralamanın gelişim süreci hakkında bilgilere yer verilmiştir.

1.1. Finansal Kiralama Kavramı

Çoğunlukla, kiralama olarak kullanılan leasing kelimesi İngilizce kökenli "lease" sözcüğünden türemiş bir kavramdır. II. Dünya Savaşı'ndan sonra bu terim Amerika'dan Avrupa'ya gelmiş ve çeşitli dillerde kullanılmaya başlanmıştır. Kiralama kavramının bütün çeşitlerini kapsayacak bir tanımlama yapılması oldukça zordur. Kiralama, bir varlığın kiraya verene ait olan sahiplik hakkının saklı kalması koşuluyla, kullanma hakkının

1 Doç. Dr., Bitlis Eren Üniversitesi, İşletme Bölümü, Muhasebe Finansman ABD
abuyruk@beu.edu.tr

belirli bir bedel karşılığında, belirli bir süre için kiracıya devredilmesidir (Erol, Yıldırım ve Toroslu, 2011: 31). Kiralama, kiraya verenin bir ödeme veya ödemeler serisi karşılığında bir varlığın kullanım hakkını belirli bir süre için kiracıya devretmesidir (Örten, Kaval ve Karapınar, 2017:222).

Finansal kiralama; belirli bir süre için kiralayan (lessor) ve kiracı (lessee) arasında imzalanan ve üreticiden kiracı tarafından seçilip, kiralayan tarafından satın alınan bir malın mülkiyetini kiralayanda, kullanımının belirli bir kira ödemesi karşılığında kiracıya bırakılmasıdır (Sipahi, 2004a: 3).

1.2. Finansal Kiralama Türleri

Finansal kiralamalar; sözleşmenin süresi bakımından, sözleşmenin taraflarına, sözleşmenin konusuna, mala ait yükümlülüklere göre ve diğer finansal kiralama türleri olmak üzere sınıflandırılmaktadır.

Sözleşmenin süresi bakımından finansal kiralama; faaliyet kiralaması (Operating Leasing), Finansal Kiralama (Financial Leasing), Satış ve Geri Kiralama (Sale and Lease Back) ve Satışa Yardımcı Kiralama şeklinde sınıflandırılmaktadır.

Faaliyet Kiralaması; Kısa süreli kiralama türüdür. Kiralama şirketi ve kiralayan olmak üzere iki taraf vardır (Mäntysaari, 2010: 28). Kiralamaya konu olan malın kullanım hakkını kısa süre için kiracıya veren ve kiracıyı koruma yönü ağır basan bir kiralama türüdür. Bu tip kiralamaya "işletme leasingi" veya "kısa süreli leasing" de denilir. Kiralanan malların bakım yükümlülüğü leasing şirketindedir. Bu kiralama türü kiracıya sözleşmeyi iptal etme hakkı tanır (Erol, Yıldırım ve Toroslu, 2011: 76). İşletme kiralaması, daha çok tüketim mallarının kiralanmasında kullanılır. Genellikle, iki tarafın bulunduğu bu tür kiralama yöntemi, çoğunlukla bir pazarlama hizmeti görür (Erol, 1999: 74). Gemi, uçak, taşıt araçları, bilgisayar, fotokopi gibi varlıklara uygulanmaktadır (Erol, Yıldırım ve Toroslu, 2011: 76).

Finansal Kiralama; Finansal kiralama 1985 yılından günümüze kadar yenilenmiştir. Türkiye'de yaygın olarak en çok kullanılan kiralama türüdür (Atamer, 2014: 224). Bir kiralamada, finansman, kiralayan şirkete aittir. Kiralamaya konu olacak mal, makine ya da donatı kiracı tarafından seçilir. Seçilenlerin finansmanını, leasing şirketi üstlenir. Kiralama süresi uzun dönemlidir. Bundan amaç, sözleşme süresi boyunca ya da sözleşme süresinin belirli bir diliminde, sözleşmeye son verme hakkının (fesihin) dondurulmasıdır (Erol, Yıldırım ve Toroslu, 2011: 76-77). İktisadî kıymetin mülkiyetinin kira süresi sonunda kiracıya devredilmesi, kiracıya kira süresi sonunda iktisadî kıymeti rayiç bedelinden düşük bir bedelle satın alma hakkı tanınmasıdır (Bal, 2011: 77).

Satış ve Geri Kiralama; Satış ve geri kiralama işlemi, bir varlığın satışı ve yine satılan varlığın geri kiralanması demektir. Bu tür işlemlerde kira ödemeleri ve satış fiyatı, bir bütün olarak düşünüldüğünden, genel olarak birbirine bağımlıdırlar (Gökgöz, 2013: 114). Satış ve geri kiralama, nakit sıkıntısı içerisinde olan işletmelerin başvurdukları bir kiralamadır. Bu tür kiralamada işletme arazi, bina, makine ve teçhizat gibi sabit varlıklarını finans kurumuna satmakta, daha sonra kiralamaktadır (Ceylan, 2001: 175).

Satışa Yardımcı Kiralama; Satıcı firmalar, müşterilerine vadeli satış seçeneklerinin yanı sıra leasing seçeneğini de sunmaktadır. Müşterinin leasing'i tercih etmesi durumunda işlemler normal leasing işlemlerinde olduğu gibi devam eder.

Sözleşmenin taraflarına göre finansal kiralamalar; dolaylı (Endirect Lease) ve doğrudan (Direct Lease) olmak üzere türleri vardır.

Dolaylı (Aracılı-Üç Taraflı) Kiralama; bu kiralama türünde üç taraf bulunmaktadır. Bir leasing şirketi imalatçı (üretici) veya satıcıdan leasing'e konu malı satın alarak leasing sözleşmesi çerçevesinde kiracıya devreder. Kiracı, üretici firma ile yatırım yapmayı düşündüğü mallar konusunda bir satış sözleşmesi hazırlar (Erol, Yıldırım ve Toroslu, 2011: 78-79). Kiraya verenin bu malı satın alırken özkaynak veya kredi kullanmasına bağlı olarak bu işlemde üretici veya satıcı ile kiralayan olmak üzere iki taraf olabileceği gibi kredi veren de dahil olmak üzere üç taraf yer alabilir (Güzel, 1996: s.13).

Doğrudan (İki Taraflı) Kiralama; İmalatçı (üretici) veya satıcı araya leasing şirketini sokmadan leasing işlemini bizzat kendisi gerçekleştirir. Bu tür kiralamada iki taraf bulunur. Leasing'i veren imalatçı veya satıcı, diğer taraf ise leasing'i alan kiracıdır (Erol, Yıldırım ve Toroslu, 2011: 79). Bu kiralama türünde kiralayan malın üreticisi ya da satıcısıdır. Kiralama işlemi kiralayan tarafından yapılır ve taraflardandır (Lee A. C., Lee J. C. ve Lee C. F., 2009: 561).

Sözleşmenin konuları bakımından finansal kiralamalar; taşınır-taşınmaz kiralama şeklinde türleri vardır. Taşınır (Menkul)-Taşınmaz (Gayrimenkul) Kiralama, Birinci El-İkinci El Kiralama, Yatırım Malları-Tüketim Malları Kiralama, Özel Kiralama (Special), Kapalı ve Açık Uçlu Kiralama olmak üzere sınıflandırılmaktadır.

Taşınır (Menkul)-Taşınmaz (Gayrimenkul) Kiralama; Taşınır malların kiralamasına taşınır kiralama denir. Taşınır malların konu edildiği finansal kira sözleşmelerine; kara, hava ve deniz nakil araçları, bilgisayarlar, makineler gibi mallar bu kapsama girmektedir. Taşınmaz malların kiralanmasına taşınmaz kiralama denir. Taşınmaz mallar 4721 sayılı Türk Me-

deni Kanun'un "taşınmaz mülkiyetinin konusu" başlıklı 704. Maddesinde sayılmıştır (Erol, Yıldırım ve Toroslu, 2011: 79). Taşınır-taşınmaz mal kiralamalarında temel ayrım finansal kiralamaya konu olan malın niteliğine göre yapılmaktadır (Sipahi, 2004a: 19).

Birinci El-İkinci El Kiralama; Birinci el leasing'de leasing'e konu olan mallar önceden kullanılmamıştır. İkinci el leasing'de ise leasing'e konu olan mallar önceden kullanılmış olmaktadır.

Yatırım Malları-Tüketim Malları Kiralama; Yatırım malları kiralaması üretime yönelik yatırım mallarını kapsayan kiralamadır. Tüketim malları kiralaması ise dayanıklı tüketim mallarını konu alan kiralamadır (Erol, Yıldırım ve Toroslu, 2011: 80). Tüketim malları kiralamasında buzdolabı, çamaşır makinesi, televizyon, otomobil gibi dayanıklı tüketim malları söz konusu olmaktadır. Yatırım malları kiralaması ise makine (iş makinesi vs.), tesisat, fabrika binası ve depo vs. gibi yatırım mallarına yöneliktir (Türkmenoğlu, 1990: 379).

Özel Kiralama; Kiracının isteği ve ihtiyaçları doğrultusunda özel olarak yaptırılan ve piyasası olmayan ya da tekrar kiralama ya da satış olanağı çok az olan ve finansal kiralama şirketi için hiç bir değer arz etmeyen malların, sözleşme süresi sonunda mülkiyetinin kiracıya geçmek üzere finansal kiralama şirketi tarafından kiralanmasıdır (Yalçın, 2006: 54). Kiralama konusu mallar kiracının ihtiyacına göre özel olarak imal edilmektedir. Sözleşme süre sonunda mülkiyeti kiracıya geçme şartı vardır.

Kapalı ve Açık Uçlu Kiralama; Kapalı uçlu kiralamada sözleşme süresi sonunda leasing konusu malın mülkiyetinin kiraya verene ait olan kiralama türüdür. Açık uçlu kiralama ise önceden belirlenen koşullar çerçevesinde leasing konusu malın mülkiyeti sözleşme süresi sonunda kiracıya geçen kiralama türüdür.

Mala ait yükümlülükler bakımından finansal kiralama; brüt kiralama (Direct Leasing) ve net kiralama (Indirect Leasing) şeklinde sınıflandırılmaktadır. Kiralama giderlerinin karşılanması açısından yapılan ayrımdır.

Brüt Kiralama; Kiralanan malların bakım-onarım masrafları, vergi, resim, harçlar ve sigorta bedellerinin leasing şirketi tarafından karşılandığı kiralama türüdür.

Net Kiralama; Kiralanan malların bakım-onarım masrafları, vergi, resim, harçlar ve sigorta bedelleri gibi tüm giderler kiracı tarafından karşılanan kiralama türüdür (Erol, Yıldırım ve Toroslu, 2011: 80-81). Net kiralama sisteminde leasing alıcısı (kiracı) tamir, bakım ve sigorta giderlerinin tümünü üstlenir (Berk, 2007: 280).

Diğer finansal kiralama türleri; kaldıraçlı kiralama (Leveraged Leasing), vergi finansal kiralama, yüzdeli kiralama (Percentage Leasing), kısa süreli-uzun süreli kiralama, dönen-devresel kiralama, trampa leasing (Swap Leasing), iyileşen leasing (Upgrade Lease), tesis kiralama (Plant Lease), geniş kapsamlı kiralama (Blanket Lease), deneme süreli kiralama (Trial Period Lease), iş ortaklığı yolu ile kiralama (Joint Venture Lease), tam ödemeli-tam ödemesiz kiralama (Full Pay-Out/Non Pay Out Lease), seken ödemeli kiralama (Skipped Payment Lease), alt kiralama (Sublease) şeklinde sınıflandırılmaktadır (Erol, Yıldırım ve Toroslu, 2011: 81).

1.3. Finansal Kiralama Gelişimi

Ülkemizde çok eski geçmişi olmayan leasing uygulamalarının tarihçesi oldukça eski zamanlara dayanmaktadır. Anglo-Sakson kökenli olan leasing, yatırım finansmanında yaygın kullanım alanı bulan kaynak sağlama yöntemidir. Milattan önce 2000 yıllarında Sümerler'in tarım aletlerini kiralama yoluna gittikleri, Ortaçağ Avrupa'sında toprak kiralaması dışında, gemi ve silah kiralamalarının yaygınlaştığı bilinmektedir. Özellikle gemi kiralamalarında; gemilerin sahipleri tarafından faydalı ömürlerinin önemli bir kısmı için gemi adamlarına kiralanması ile birlikte, gemiyi mülkiyetinde bulunduran kişilerin avantaj ve sorumlulukları da gemileri kiralayanlara geçmiştir.

M.Ö. 350 yılında Aristoteles, zenginliğin mülkiyet hakkından ziyade bu hakkın kullanılmasından kaynaklandığını işaret etmiştir. Adam Smith'in XVIII. Yüzyılın sonlarında ileri sürdüğü, sermaye birikiminin üretim araçlarının mülkiyetinden değil, bunların işletilmesinden kaynaklandığı görüşünün kiralama uygulamasını temelini oluşturduğu kabul edilmektedir (Erol, Yıldırım ve Toroslu, 2011: 42-43).

19. yüzyılın sonlarına doğru ise İngiltere'de Birmingham Wagon Company ilk Leasing şirketi olarak kurulmuş ve tren vagonları gibi finansmanı büyük projeleri leasing yoluyla finanse etmiştir.

İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra gündeme gelen hızlı teknolojik gelişme A.B.D.'de ve Avrupa'da işletmelerin üretim tarzlarında önemli değişiklikler yapmalarına neden olmuştur. Leasing anlaşmalarından yararlanmaya sevk etmiştir (Sipahi, 2004a: 5-6). Finansal kiralama uygulamaları 1950 yılından sonra başlamıştır. İlk leasing şirketi 1952 yılında kurulan United States Leasing International Inc'dir. Leasing işlemleri ABD'de hızla gelişmiştir (Ceylan, 2001: 168). 1960'lı yılların başında Amerikan leasing işletmelerinin ve bazı finans kuruluşlarının ortaklığı ile ilk leasing işletmelerin kurulduğu görülmektedir. 1961 yılında ise Londra'da "Equipment Leasing Corporation", Brüksel'de "Locabe", Paris'te "Locadiarence" işletmeleri kurulmuştur (Sipahi, 2004a: 6). Finansal kiralama, 2000'li yıllarda önemli

bir kavram haline gelmiştir. Avrupa ve Amerika'da olmak üzere tüm dünyada kiralama sektörünün önemi gelişmiştir (Lock, 2003: 1). Genel olarak baktığımızda finansal kiralama, 1930'lu yıllarda ABD'de, 1960'lı yıllarda Avrupa ülkelerinde, 1970'li yıllarda gelişmekte olan ülkelerde görülmeye başlanmıştır. Türkiye'de ise leasing, 1985 yılından sonra gelişmeye başlamıştır (Kırlıoğlu ve Öztaş, 2015: 2).

Ülkemizde finansal kiralamaya ilişkin ilk düzenlemeler, 70 sayılı bankalar hakkında kanun hükmünde kararnamenin 90. Maddesine istinaden çıkarılan 16/12/1983 tarih ve 83/7506 sayılı bakanlar kurulu kararında yapılmış ve "Yatırımlara ilişkin ekipmanların temin edilip, firmalara taksitle satılması veya kiraya verilmesinden…" bahsedilmiştir. Böylece mevzuatımızda açık olmasa bile ilk kez "Leasing'e" değinilmiştir. Gerçek anlamda ise leasing'in hukuki altyapısı 28/06/1985 yılında çıkan bir 3226 sayılı kanun ile oluşturulmuş ve ilk leasing şirketi 1986 yılında kurulmuştur (Türkiye'de Leasing-Faktoring, 2011: 2).

Türkiye'de leasing sektörünün yıllar içindeki gelişimi incelendiğinde, sektörün iş hacminin ve kontrat sayısının 2007 yılına kadar arttığı görülmektedir. Bu artıştaki temel nedenin leasingin sunduğu KDV avantajı olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Leasing şirketler tarafından çoğunlukla KDV avantajından yararlanmak için kullanılan bir finansal enstrüman olarak algılandığı için de sektörün gelişmesi için gerekli altyapı tam anlamıyla oluşmamıştır. 2007 sonrasında sağlanan vergi avantajlarının kaldırılması ve küresel krizle beraber sektörün büyümesinde keskin bir düşüş yaşanmıştır (Türkiye Leasing Sektörü, Erişim Tarihi: 05.08.2019).

Ülkemizde finansal kiralama 3226 sayılı Finansal Kiralama Kanunu ile mevzuatımızda yerini almıştır. Ancak, bu kanunda finansal kiralama tanımlanmamış bunun yerine kanunun 3. maddesinde finansal kiralama bedeli tanımlanmıştır. Uluslararası literatürde kiralama işlemlerinin tanımlandığı genel çerçevesinin ve mali tablolara etkilerinin açıklandığı üç temel standart mevcuttur. Bunlar;

- Uluslararası muhasebe standartları komitesi tarafından yayınlanan International Accounting Standards (IAS) No:17 Accounting For Leases (Kiralama İşlemlerinin Muhasebeleştirilmesi)

- İngiltere de Accounting Standards Committee tarafından yayınlanan Statement Standart Accounting Practice (SSPA) No: 21

- Amerika Birleşik Devletlerin de Federal Accounting Standards Board (FASB) tarafından yayınlanan Federal Accounting Standard (FAS) No: 13'dür (Sipahi ve Demir V., 2003b: 2-3).

Uluslararası literatürde tanımlanan bu standartlara yönelik uyumlaştırma çalışmaları yapılmıştır. Yapılan çalışmalarda (17) Numaralı Türkiye Muhasebe Standardında (TMS/TFRS 2015 Seti, Erişim Tarihi: 06.01.2016) ve Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler (KOBİ) için yayımlanmış olan KOBİ'ler için Türkiye Finansal Raporlama Standardının (20) Numaralı Bölümde konuya yönelik bilgiler sunulmuştur (KOBİ TFRS, Erişim Tarihi: 06.01.2016). Standartlarda revizyona gidilmiş ve güncellemeler sonucunda (16) Numaralı Finansal Raporlama Standardı yayımlanmıştır (TMS/TFRS 2019 Seti, Erişim Tarihi: 05.08.2019). Yayımlanmış olan bu standartta kiralamaların finansal tablolara alınması, ölçümü, sunumu, açıklaması gibi kiralamalar ile ilgili açıklamalara yer verilmiştir (TFRS 16 Kiralamalar, Erişim Tarihi: 05.08.2019). Türkiye'de yapılan bu güncellemeler uluslararası yapılan güncellemeler esas alınarak yapılmıştır. Kiralamalar ile ilgili (16) numaralı Uluslararası Finansal Raporlama Standardında bilgilere yer verilmiştir (Standards, Erişim Tarihi: 05.08.2019).

Ulusal ve uluslararası çalışmaların yanı sıra Büyük ve Orta Boy İşletmeler İçin de Finansal Raporlama Standartlarının yayımlanması ile ilgili çalışmalar yapılmaya başlanmış, "Büyük ve Orta Boy İşletmeler İçin Finansal Raporlama Standardı Hakkında Tebliğ" ve eki "Büyük ve Orta Boy İşletmeler İçin Finansal Raporlama Standardı" 29 Temmuz 2017 tarihli ve 30138 Sayılı Mükerrer Resmi Gazete'de yayımlanmıştır (BOBİ FRS-KGK, Erişim Tarihi: 05.08.2019). Yayımlanmış olan Büyük ve Orta Boy İşletmeler İçin Finansal Raporlama Standardında ise Bölüm 15'de Kiralamalar ile ilgili açıklamalara yer verilmiştir (BOBİ FRS-KGK, Erişim Tarihi: 05.08.2019).

Muhasebe standartlarının yanı sıra, 4842 sayılı kanun öncesi vergi mevzuatımızda finansal kiralamaya ilişkin herhangi bir düzenleme yer almamaktaydı. Finansal kiralama işlemlerinde kiracı finansal kiralama şirketi tarafından düzenlenen kira fatura bedelinin tamamını gider olarak kayıtlarına intikal ettirebilmekteydi. Kiracı fatura bedelinin tamamını kayıtlarına gider olarak intikal ettirirken finansal kiralama şirketi ise varlık üzerindeki tüm mülkiyet hakkı kendisine ait olduğundan amortisman ayırmaktaydı.

Finansal kiralama işlemleri bu yönüyle vergisel anlamda büyük avantajları beraberinde getirirken muhasebenin temel kavramlarından özün önceliği kavramına ters düşmekteydi. Bilindiği üzere özün önceliği; işlemlerin muhasebeye yansıtılmasında ve onlara ilişkin değerlendirmelerin yapılmasında biçimlerinden çok özlerinin esas alınması gereğini ifade etmektedir.

Bu şekliyle kiracının varlıkları ve borçları gerçeği gösterir duruma gelmiş olur. 4842 sayılı kanun ile vergi yasamızda yerini alan finansal kiralama işlemlerinde değerleme aşağıdaki şekli almıştır.

"Finansal kiralama işlemlerinde değerleme Mükerrer Madde 290 – 1. Finansal kiralama işlemlerinde, finansal kiralamaya konu olan iktisadî kıymet ile sözleşmeden doğan hak, borç ve alacakların değerlemesi aşağıdaki esaslara göre yapılır.

Kiracı tarafından finansal kiralama işlemine konu iktisadî kıymeti kullanma hakkı ve sözleşmeden doğan borç, kiralama konusu iktisadî kıymetin rayiç bedeli veya sözleşmeye göre yapılacak kira ödemelerinin bugünkü değerinden düşük olanı ile değerlenir.

Kiralayan tarafından sözleşmeden doğan alacak, kiralama süresi boyunca yapılacak kira ödemelerinin toplam tutarı, kiralama konusu iktisadî kıymet ise, bu iktisadî kıymetin net bilanço aktif değerinden kira ödemelerinin bugünkü değerinin düşülmesi sonucu bulunan tutar ile değerlenir. İktisadi kıymetin net bilanço aktif değerinden kira ödemelerinin bugünkü değerinin düşülmesi sonucu bulunan tutarın sıfır veya negatif olması halinde, iktisadî kıymet iz bedeliyle değerlenir ve aradaki fark iktisadî kıymetin elden çıkarılmasından elde edilen kazançlar gibi işleme tâbi tutulur."

VUK 319 sıra nolu tebliğ'de kira ödemelerinin bugünkü değeri ve faiz oranı tanımlanmıştır. Bu tanımlama şu şekildedir;

"Kira Ödemelerinin Bugünkü Değeri: Kira ödemelerinin, sözleşme tarihinde, kiralamada kullanılan faiz oranı dikkate alınarak hesaplanan bugünkü değerlerinin toplamıdır. Kiralamada kullanılan faiz oranı tespit edilemiyorsa, kiracının kiralamaya konu iktisadi kıymeti satın almak için aynı vade ile alması gereken borç için katlanacağı faiz oranı kullanılır.

Kiralamada Kullanılan Faiz Oranı: Kira ödemeleri ile garanti edilmemiş kalan değer toplamının bugünkü değerini, kiralamaya konu iktisadi kıymetin rayiç bedeline eşitleyen iskonto oranıdır." (Sipahi ve Demir V., 2003b: 3-4).

2. FİNANSAL KİRALAMA İŞLEMLERİNİN BOBİ FRS'YE GÖRE MUHASEBELEŞTİRİLMESİ

BOBİ FRS'ye göre kiralamalar ile ilgili açıklamalar bölüm 15'de ele alınmıştır. Bu bölümde; kapsam, tanımlara, kiralama işlemlerinin sınıflandırılmasına, kiracı ile kiraya veren açısından kiralama işlemlerinin kayda alınması ve ölçümü, satış ve geri kiralama işlemleri hakkında bilgilere yer verilmiştir (BOBİ FRS-Resmi Gazete, Erişim Tarihi: 05.08.2019).

Kiralama, kiraya verenin bir varlığın kullanım hakkını, bir ödeme veya ödeme planı karşılığında, taraflarca kararlaştırılmış bir süre için kiracıya devrettiği sözleşmedir. Standarda göre kiralama işlemleri, finansal kira-

lama ve geleneksel (faaliyet) kiralama şeklinde sınıflandırılmıştır (BOBİ FRS-Bölüm 15 Kiralamalar, Erişim Tarihi: 05.08.2019).

Finansal kiralama; kira süresi sonunda mülkiyetin devredilip devredilmediğine bakılmaksızın, bir varlığın sahipliğinden kaynaklanan risk ve getirilerin tamamına yakınının devredildiği kiralamalardır (Özbirecikli, Kıymetli Şen ve Tüm, 2017:267).

Geleneksel kiralama; varlığın sahipliğinden kaynaklanan risk ve getirilerin tamamına yakınının kiracıya devredilmediği kiralamalardır (Karapınar ve Eflatun, 2017:261).

Kiralama işleminin sınıflandırılması kiralama sözleşmesinin başlangıcında yapılır ve kiralama süresi boyunca kiraya veren ve kiracı, kiralama şartlarının değiştirilmesi konusunda anlaşmadıkları sürece (kiralamanın yenilenmesi dışında), söz konusu sınıflandırmada bir değişiklik yapılmaz. Ancak, kiralama şartlarının değiştirilmesi söz konusu olduğunda, bu sınıflandırma yeniden gözden geçirilir (BOBİ FRS Bölüm 15 Kiralamalar, Erişim Tarihi: 05.08.2019).

2.1. Finansal Kiralama İşlemlerinin Muhasebeleştirilmesi

Kiracı, kiralama sürecinin başlangıcında finansal kiralamaya konu varlığı ve sözleşmeden kaynaklanan yükümlülüğünü, kiralanan varlığın gerçeğe uygun değeri ya da kira ödemelerinin bugünkü değerinden düşük olanı üzerinden aktifte bir varlık, pasifte ise eşit tutarda bir yükümlülük olarak kayda alır (Karapınar ve Eflatun, 2017:263). Finansal kiralamaya konu varlık, türüne göre Finansal Durum Tablosunda ilgili kalem içerisinde gösterilir. Kira ödemelerinin bugünkü değeri, finansal kiralamada zımni faiz oranı kullanılarak hesaplanır. Söz konusu oranın belirlenememesi durumunda, kiracının kiralama konusu varlığı satın almış olsaydı kiralama sözleşmesinin başlangıç tarihi itibarıyla benzer vade ve teminatlar çerçevesinde borçlanacak olduğu tutar için katlanması gereken faiz oranı kullanılır. Kiracının katlandığı, başlangıçtaki doğrudan maliyetler varlık olarak muhasebeleştirilen tutara eklenir. Kira ödemeleri ilk kayda almadan sonra finansman giderleri ve borç anapara ödemesi olarak ayrıştırılır. Finansman giderleri kalan borç tutarına sabit bir faiz oranı uygulanmasını sağlayacak şekilde kiralama süresi boyunca her bir döneme dağıtılır (Özbirecikli, Kıymetli Şen ve Tüm, 2017:268-269). Finansal kiralamaya konu olan varlık dönem sonunda türüne göre ilgili olan bölümdeki esaslar uygulanır. Amortisman, itfa payı ayrılması ve varlıklarda değer düşüklüğü gibi işlemler ilgili oldukları bölüme göre esaslar uygulanır (BOBİ FRS Bölüm 15 Kiralamalar, Erişim Tarihi: 05.08.2019).

Kiraya veren açısından ise finansal kiralamaya konu varlığını finansal tablo dışı bırakır. Varlığın gerçeğe uygun değeri ile başlangıçtaki doğrudan maliyetlerin toplamına eşit bir tutarda alacak kaydeder. Varlığın gerçeğe uygun değeri ile defter değeri arasındaki fark kâr veya zarara yansıtılır (Özbirecikli, Kıymetli Şen ve Tüm, 2017:274). Alınan kira ödemeleri ilk kayda almadan sonra finansman gelirleri ve anapara geri ödemesi olarak iki ayrılır (Karapınar ve Eflatun, 2017:266).

Üretici veya satıcı niteliğindeki kiraya veren, finansal kiralama işlemlerini normal satış işlemi gibi kaydeder. Üretici veya satıcı konumundaki kiraya veren, kiralama süresinin başlangıcında kayda alacağı hasılat tutarını varlığın gerçeğe uygun değeri veya kira ödemelerinin piyasa faiz oranıyla indirgenmiş bugünkü değerinden düşük olanı üzerinden hesaplar (BOBİ FRS Bölüm 15 Kiralamalar, Erişim Tarihi: 05.08.2019). Kiralama süresinin başlangıcında kayda alacağı satılan malın maliyeti tutarı ise varlığın defter değerinden garanti edilmemiş kalıntı değerin bugünkü değeri çıkarılarak bulunur. Satış hasılatı ile satışların maliyeti arasındaki fark, işletmenin normal bir satış işleminden elde edilen kâr veya zarar olarak "Brüt Kâr/Zarar" içinde yer alır. Üretici veya satıcı niteliğindeki kiraya verenler başlangıçtaki doğrudan maliyetleri gider olarak kâr veya zarara yansıtır. Gerçekçi olmayan düşük faiz oranı belirlenmişse, satış kârı, piyasa faiz oranının uygulanması sonucunda bulunacak tutarla sınırlandırılır (BOBİ FRS-Bölüm 15 Kiralamalar, Erişim Tarihi: 05.08.2019).

Örnek Uygulama: Üretim işletmesi olan XB İşletmesi, üretimde kullanmak üzere makineyi XA finansal kiralama işletmesi ile 01/01/2017 tarihinde sözleşme yapmıştır. Sözleşmeye göre makinenin sahipliğinden kaynaklanan risk ve getiriler XB işletmesine devredilmiştir. Makinenin gerçeğe uygun değeri 100.000.-TL, kira süresi ve ödeme 5 yıl, faydalı ömrü 10 yıl, toplam kira borcu eşit tutarda 130.000.-TL, faiz oranı %10, bugünkü değeri 98.560,46'dır. Kiracı ve kiraya veren açısından finansal kiralama sözleşme yükümlülüğü itfa tablo ve muhasebe kayıtları şu şekildedir:

Yıl	**Borç Tutarı 1 Ocak**	**Faiz Gideri**	**Ödeme**	**Borç Tutarı 31 Aralık**
2017	98.560,46	9.856,05	(26.000)	98.560,46+9.856,05-26.000 = 82.416,51
2018	82.416,51	8.241,65	(26.000)	82.416,51+8.241,65-26.000 = 64.658,16
2019	64.658,16	6.465,82	(26.000)	64.658,16+6.465,82-26.000 = 45.123,98
2020	45.123,98	4.512,40	(26.000)	45.123,98+4.512,40-26.000 = 23.636,38
2021	23.636,38	2.363,64	(26.000)	23.635,38+2.363,64-26.000 = 0
Toplam		31.439,56	130.000	

Ocak 2017 tarihinde (XB İşletmesi-kiracı):

_____ / _____

253 TESİS MAKİNE VE CİHAZLAR 98.560,46.-

302 ERTELENMİŞ FİN. KİRALAMA BORÇ. MALİYETİ 9.856,05.-

402 ERTELENMİŞ FİN. KİRALAMA BORÇ. MALİYETİ 21.583,51.-

301 FİNANSAL KİRALAMA İŞLEM. BORÇLAR 26.000.-

401 FİNANSAL KİRALAMA İŞLEM. BORÇLAR 104.000.-

_____ / _____

31 Aralık 2017 tarihinde yapılması gereken muhasebe kaydı

Gerçekleşmiş faiz gideri: 9.856,05.-TL

Vadesi bir yılın altına düşen gerçekleşmemiş faiz gideri: 8.241,65.-TL

Vadesi bir yılın altına düşen finansal kiralama yükümlülüğü: 26.000.-

Ödenen finansal kiralama yükümlülüğü: 26.000.-TL

_____ / _____

780 FİNANSMAN GİDERLERİ 9.856,05.-

302 ERTELENMİŞ FİN. KİRALAMA BORÇ. MALİYETİ 9.856,05.-

_____ / _____

302 ERTELENMİŞ FİN. KİRALAMA BORÇ. MALİYETİ 8.241,65.-

402 ERTELENMİŞ FİN. KİRALAMA BORÇ. MALİYETİ 8.241,65.-

_____ / _____

401 FİNANSAL KİRALAMA İŞLEM. BORÇLAR 26.000.-

301 FİNANSAL KİRALAMA İŞLEM BORÇLAR 26.000.-

_____ / _____

_____ / _____

401 FİNANSAL KİRALAMA İŞLEM. BORÇLAR 26.000.-

102 BANKALAR 26.000.-

_____ / _____

Diğer yıllarda da aynı şekilde muhasebe kaydı yapılır. Amortisman hesaplaması ve muhasebe kaydı ise aşağıda belirtildiği gibidir.

Amortismana tabi tutar = Maliyet bedeli-Kalıntı değer = 98.560,46-0 = 98.560,46.-TL

Amortisman gideri = Amortismana tabi tutar/Faydalı ömür = 98.560,46/10 = 9.856,05.-TL

_____ / _____

730 GENEL ÜRETİM GİDERLERİ 9.856,05.-

257 BİRİKMİŞ AMORT. (-) 9.856,05.-

_____ / _____

1 Ocak 2017 tarihinde (XA İşletmesi-kiralama işletmesi):

_____ / _____

120 ALICILAR 26.000,00.-

220 ALICILAR 104.000,00.-

124 K. FİNANSAL KİRALAMA FAİZ GELİRLERİ (-) 9.856,05.-

224 K. FİNANSAL KİRALAMA FAİZ GELİRLERİ (-) 21.583,51.-

253 TESİS MAKİNE VE CİHAZ. 98.560,46.-

Kira sözleşmesi kaydı

_____ / _____

31 Aralık 2017 Yılı Kira Faturasının Tahsilatı

_____ / _____

102 BANKALAR 26.000,00.-

120 ALICILAR 26.000,00.-

Kira faturası tahsilatı

_____ / _____

2017 Yılı Faiz Geliri Kaydı

_____ / _____

124 K. FİNANSAL KİRALAMA FAİZ GELİRİ (-) 9.856,05.-

600 YURT İÇİ SATIŞLAR 9.856,05.-

Faiz geliri kaydı

_____ / _____

_____ / _____

120 ALICILAR	26.000,00.-	
224 K. FİNANSAL KİRALAMA FAİZ GELİRİ (-)	8.241,65.-	
124 K. FİNANSAL KİRALAMA FAİZ GELİRLERİ (-)		8.241,65.-
220 ALICILAR		26.000,00.-

Uzun vadeden kısa vadeye dönüşmesi kaydı

_____ / _____

Diğer yıllarda da aynı muhasebe kaydı yapılır.

2.2. Geleneksel Kiralama İşlemlerinin Muhasebeleştirilmesi

Kiracı, geleneksel kiralama kapsamında yapılan kira ödemelerini doğrusal olarak kiralama süresi boyunca gider olarak kâr veya zarara yansıtır (Karapınar ve Eflatun, 2017:267). Kiraya veren, geleneksel kiralama çerçevesinde yapılan kira ödemelerini doğrusal olarak kiralama süresi boyunca gelir kaydederek kâr veya zarara yansıtır. Kiraya veren, geleneksel kiralamanın başlangıçtaki doğrudan maliyetlerini kiralanan varlığın defter değerine ekler ve bu maliyetleri, kiralama süresi boyunca gider olarak kâr veya zarara yansıtır (Özbirecikli, Kıymetli Şen ve Tüm, 2017:278). Geleneksel kiralamaya konu olan varlık dönem sonunda türüne göre ilgili olan bölümdeki esaslar uygulanır. Amortisman, itfa payı ayrılması ve varlıklarda değer düşüklüğü gibi işlemler ilgili oldukları bölüme göre esaslar uygulanır (BOBİ FRS-Bölüm 15 Kiralamalar, Erişim Tarihi: 05.08.2019).

Örnek Uygulama: AX kiralama işletmesi, maliyet bedeli 150.000.-TL olan otomobili aylık 1.800.-TL'ye 01/01/2018 tarihinde bir yıllığına BX İşletmesine kiraya vermiştir. Faydalı ömrü 10 yıldır. Kiraya veren ve kiracı açısından geleneksel kiralamaya göre muhasebe kaydı şu şekildedir:

AX kiraya veren işletme 01 Ocak 2018 tarihindeki muhasebe kaydı

_____ / _____

102 BANKALAR	1.800.-	
649 DİĞ.OLAĞAN GELİR VE KAR.		1.800.-

Kiralama Geliri

_____ / _____

Her ay bu şekilde kiralama geliri kaydı yapılır. Dönem sonunda amortisman ayrılmalıdır. Amortisman tutarı 150.000/10 = 15.000.-TL'dir.

_____ / _____

770 GENEL YÖNETİM GİDERLERİ 15.000.-
257 BİRİKMİŞ AMORTİSMAN. (-) 15.000.-

_____ / _____

BX kiracı işletmenin 01 Ocak 2018 tarihindeki muhasebe kaydı

_____ / _____

770 GENEL YÖNETİM GİDERLERİ 1.800.-
102 BANKALAR 1.800.-
Kiralama Gideri

_____ / _____

SONUÇ

Kiralama, kiraya verenin bir varlığın kullanım hakkını, bir ödeme veya ödeme planı karşılığında, taraflarca kararlaştırılmış bir süre için kiracıya devrettiği sözleşmedir. Kiralamalar ile ilgili ulusal ve uluslararası muhasebe standartları ile ilgili çalışmalar yapılmıştır. Yapılan ulusal düzenlemeler uluslararası düzenlemeler esas alınmıştır. İlk olarak uluslararası muhasebe standartları yayımlanmıştır. Daha sonra güncellemeler yapılarak (16) numaralı Finansal Raporlama Standardı olan Kiralamalar standardı yayımlanmıştır. Büyük ve Orta Boy İşletmeler İçin de Finansal Raporlama Standartları ile ilgili çalışmalar yapılmıştır. Yapılan çalışma sonucunda Büyük ve Orta Boy İşletmeler İçin de Finansal Raporlama Standartlarının (15) numaralı bölümde kiralamalar konusuna yer verilmiştir.

Standarda göre kiralamalar tanımına ve kiralamalar ile ilgili kavramlara yer verilmiş, kiralama türleri ile muhasebe işlemleri hakkında açıklamalar yapılmıştır. Standarda göre kiralama türleri finansal kiralama ve geleneksel (faaliyet) kiralaması şeklinde sınıflandırılmıştır. Finansal kiralama, kira süresi sonunda mülkiyetin devredilip devredilmediğine bakılmaksızın, bir varlığın sahipliğinden kaynaklanan risk ve getirilerin tamamına yakınının devredildiği kiralamalardır. Geleneksel kiralama ise varlığın sahipliğinden kaynaklanan risk ve getirilerin tamamına yakınının kiracıya devredilmediği kiralama türüdür.

Muhasebe işlemlerinde finansal kiralama ya da geleneksel kiralama olmasına göre farklıklar söz konusudur. Muhasebe işlemleri kiracı ve kiraya veren şeklinde ayrı olarak ele alınmıştır. Finansal kiralamada kiracı, kiralama sürecinin başlangıcında finansal kiralamaya konu varlığı ve sözleşmeden kaynaklanan yükümlülüğünü, kiralanan varlığın gerçeğe uygun değeri ya da kira ödemelerinin bugünkü değerinden düşük olanı üzerinden aktifte bir varlık, pasifte ise eşit tutarda bir yükümlülük olarak kayda almalıdır. Kiraya veren açısından ise finansal kiralamaya konu varlığını

finansal tablo dışı bırakarak, varlığın gerçeğe uygun değeri ile başlangıçtaki doğrudan maliyetlerin toplamına eşit bir tutarda alacak kaydetmelidir. Varlığın gerçeğe uygun değeri ile defter değeri arasındaki fark kâr veya zarara yansıtılmalıdır.

Geleneksel kiralama türünde ise kiracı, geleneksel kiralama kapsamında yapılan kira ödemelerini doğrusal olarak kiralama süresi boyunca gider olarak kâr veya zarara yansıtırken, kiraya veren için geleneksel kiralama çerçevesinde yapılan kira ödemelerini doğrusal olarak kiralama süresi boyunca gelir kaydederek kâr veya zarara yansıtılmalıdır. Kiralama konusuna giren işlemler standartta yer alan açıklamalara göre uygulanması ile yapılan işlemlerin gerçeğe uygun olması ve raporlama açısından güvenilir bilgiyi sunması mümkün olabilmektedir.

KAYNAKLAR

A. Ceylan, İşletmelerde Finansal Yönetim, Bursa: Ekin Kitabevi Yayınları, 2001.

A. Erol, (1999). "Finansal Kiralama (Leasing)", Mükellefin Dergisi, Sayı: 77, Mayıs 1999, s.73-89.

A. Erol, A. E. Yıldırım ve M. V. Toroslu, Tüm Yönleriyle Finansal Kiralama (Leasing), Ankara: Yaklaşım Yayıncılık, 2011.

A. Gökgöz, (2013). "Finansal Kiralama İşlemlerinin Muhasebeleştirilmesi", Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı: 35, Ocak 2013, s.107-122.

A. Karapınar ve A. O. Eflatun, "2018 BOBİ FRS Uygulama ve Yorumları", Gazi Kitabevi, Ankara, 2017.

B. Sipahi ve V. Demir (2003b). "4842 Sayılı Kanun İle Değişen Finansal Kiralama İşlemlerinin Kiracı Açısından Muhasebeleştirilmesi", Mali Çözüm Dergisi, Sayı: 63, (Nisan Mayıs Haziran 2003b), s.1-11.

B. Sipahi, (2004a). Leasing İşlemleri ve Muhasebesi, İstanbul: Türkmen Kitabevi.

D. Türkmenoğlu, (1990). "Finansal Kiralama (Leasing)", Ankara Barosu Dergisi, 1990/3, s.377-402.

F. Yalçın, (2006). "Finansal Kiralama", Marmara Üniversitesi SBE.

H. Bal, (2011). "Finansal Kiralama İle İlgili Vergi Kanunlarındaki Değişikliklerin Sermaye Bütçelemesi Kararlarına Etkisi", İşletme Araştırmaları Dergisi, 3/3, s.76-86.

H. Kırlıoğlu ve S. Öztaş (2015). "Türkiye'de Finansal Kiralama İşlemleri ve Muhasebeleştirilmesi", Journal of Accounting, Finance and Auditing Studies, 1/2 2015, s.1-21.

H. T. Güzel, Sorularla Finansal Kiralama (Türkiye Uygulaması), İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayınları, 1996.

K. Atamer, "New Turkish Law on Ship Finance", (Orestis Schinas, Carsten Grau and Max Johns Ed. HSBA Handbook on Ship Finance), London: Springer Publish, 2014.

KGK, "BOBİ FRS", http://www.kgk.gov.tr/DynamicContentDetail/5151/Büyük-ve-Orta-Boy-İşletmeler-İçin-Finansal-Raporlama-Standardı-(BOBİ-FRS), (Erişim Tarihi: 05.08.2019).

KGK, "BOBİ FRS-Bölüm 15 Kiralamalar", http://www.kgk.gov.tr/Portalv2Uploads/files/PDF%20linkleri/bobi_frs.PDF, (Erişim Tarihi: 05.08.2019).

KGK, "Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler İçin Türkiye Finansal Raporlama Standardı (KOBİ TFRS)", http://www.kgk.gov.tr/contents/files/KOBI_TFRS.pdf, (Erişim Tarihi: 06.01.2016).

KGK, "TFRS 16 Kiralamalar", http://www.kgk.gov.tr/Portalv2Uploads/files/DynamicContentFiles/Türkiye%20Muhasebe%20Standartları/TMSTFRS-2019Seti/TFRS/TFRS_16.pdf, (Erişim Tarihi: 05.08.2019).

KGK, "TMS/TFRS 2015 Seti", http://www.kgk.gov.tr/content_detail-345-1055-tms-tfrs-2015-seti.html, (Erişim Tarihi: 06.01.2016).

KGK, "TMS/TFRS 2019 Seti", http://www.kgk.gov.tr/DynamicContentDetail/9182/TMS/TFRS-2019-Seti, (Erişim Tarihi: 05.08.2019).

Lee, A. C., J. C. Lee, C. F. Lee (2009). "Financial Analysis, Planning & Forecasting: Theory and Application", Singapore: World Scientific.

M. Özbirecikli, İ. Kıymetli Şen ve K. Tüm, "Uygulamaya Dönük Örnekli Açıklamalarla BOBİ FRS", Detay Yayıncılık, Ankara, 2017.

N. Berk, Finansal Yönetim, İstanbul: Türkmen Kitabevi, 2007.

P. Mäntysaari, The Law of Corporate Finance: General Principles and EU Law, London New York, Springer Science & Business Media, 2010.

R. Örten, H. Kaval ve A. Karapınar, Türkiye Muhasebe-Finansal Raporlama Standartları (TMS-TFRS), Gazi Kitabevi, 2017.

Resmi Gazete, "BOBİ FRS", http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2017/07/20170729M1-1.htm, (Erişim Tarihi: 05.08.2019).

"Standards",https://www.iasplus.com/en/standards, (Erişim Tarihi: 05.08.2019).

"Türkiye Leasing Sektörü", https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/tr/Documents/financial-services/turkiye-leasing-sektoru-surdurulebilir-buyume-yolunda-adimlar.pdf, (Erişim Tarihi: 05.08.2019).

"Türkiye'de Leasing-Faktoring", Ernst&Young, Mart 2011.

V. Lock, "Rewiev of The Leasing and Asset-Finance Industry", (Chris Boobyer Ed. Leasing and Asset Finance), UK: Euromoney Books, 2003.

SOSYAL UYUM VE KENTSEL GÜVENLİK AÇISINDAN MAHALLEDE İSTENMEYEN KOMŞULAR

Hasan Hüseyin AYGÜL[1], Baran FİDAN[2]

1 Dr. Öğr. Üyesi, Akdeniz Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, hasanhuseyinaygul@akdeniz.edu.tr 507 7963740
2 Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, baran.supi@gmail.com 539 9667645

SOSYAL UYUM VE KENTSEL GÜVENLİK AÇISINDAN MAHALLEDE İSTENMEYEN KOMŞULAR

Hasan Hüseyin AYGÜL[1], Baran FİDAN[2]

GİRİŞ

Birincil ilişkilere, güçlü kolektif şuura ve benzer yapısal birimlere dayanan mekanik dayanışmanın olduğu toplumsal modeller endüstrileşme ve kentleşme süreçleri ile birlikte yerini ikincil ilişkilere, farklı yapısal birimlere ve uzmanlaşmaya dayalı bir işbölümünü içeren organik dayanışmanın esas olduğu toplumsal modellere bırakmıştır. Durkheim (2006) yirminci yüzyılın başında toplumun morfolojisini açıklarken geçiş sürecinde toplumsal patolojilerin de kaçınılmaz olarak yaşanacağını ifade etmiştir. Onun toplumsal reçetesi ise eski düzenin geleneksel ve dini görüntüsünden uzak seküler bir karaktere sahip kolektif şuuru ve yeni kolektiviteleri (örneğin meslek derneklerini) üretmektir.[3] Bireyci kültürün olumsuz sonuçlarını tecrübe eden bu günün toplumlarında ailevi, dini, mesleki ve kültürel bağların giderek zayıflaması, öyle olduğu için de yalnızlık, anlam kaybı ve yabancılaşma kadar kimlik, kültür ve aidiyet krizlerinin de yaşanması sıradanlaşabilmektedir. Çözülen/kaybolan geleneksel kolektivitelerden biri de komşuluktur.

"Toplumsal mekân formu buluşmadır, bir araya gelmedir, kendiliğindenliktir." (Lefebvre, 2014: 125). Aynı zamanda "…komşuluklarla, yakınlıklarla (fiziksel mesafe), duyumsal mesafeler ve sınırlarla doludur." (Lefebvre, 2014: 295). "İnsanlar köyde olsun, kentte olsun ya da banliyölerinde olsun, içinde bulundukları yerel çevrede sosyalleşirler ve komşularıyla aralarında toplumsal ağlar oluştururlar." (Castels, 2006: 85). Olumlu komşuluk ilişkileri, sosyallik ve pratik destek verme ve alma fırsatı sunar (Perren, Arber ve Davidson, 2004: 965). Karşılıklılık esasına dayanan bu etkileşimler, mekân (mahalle) üzerinde güven duygusunun üretilmesini sağlar ve bu durum nihayetinde sosyal uyumu destekler. Farklı kültürlerin ve kimliklerin aynı (kent-mahalle) mekânı paylaşmaları, mekânı paylaşan

1 Dr. Öğr. Üyesi, Akdeniz Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, hasanhuseyinaygul@akdeniz.edu.tr 507 7963740

2 Akdeniz Üniversitesi, Yüksek Lisans Öğrencisi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, baran.supi@gmail.com 539 9667645

3 Aynı dönemlerde Prens Sabahattin (1965: 39-40) "…bireyci yapı"nın kişisel bağımsızlığı doğuran, kişisel yükselmeyi sağlayan, hayatın değişen veçhesine her zaman uyan, gelişen, üreten bir bireyi ve neticede toplumu yarattığını buna karşın "bütüncü yapı"da üretimden çok tüketime odaklanıldığı için sosyal yetenek ve kişiliğin gelişimi engellendiğini ifade etmiştir. Ona göre bu sebeple bütüncü yapıya sahip toplumlarda bireyler aile, topluluk, parti ve devlet gibi kişileri birbirine bağlayan yapılara dayanmaktadır. Bir asır öncesinde ifade edilen ve kaygı duyulan bu gerçeklik "toplumcu" bir sosyal yapıya sahip Türkiye'nin Batı karşısındaki geri kalmışlığının bir nedeni olarak gösterilmiştir.

insan sayısının artması (nüfus artışı) ve mekânın giderek soyut bir yapıya dönüşmesi gibi etkenlere bağlı olarak bu günün toplumları için de komşuluk gibi kolektivitelerin varlığı (güven-uyum ilişkisi açısından) önemlidir.

> Komşuluk belirli bir coğrafi çevre içinde birbirlerini ziyaret eden, şahsen ve ismen tanıyan, karşılıklı yardımlaşan, ödünç alan ve ödünç veren, birbirlerinin aletlerini ve malzemelerini kullanabilen, sıkı sosyal ilişkiler kurmuş olan sayı bakımından çok fazla olmayan ailelerden kurulu küçük, yerel yapıdır. Komşuluk, hemen hemen her coğrafik çevre üzerinde görülen toplumsallaşma şeklidir." (Nirun, 1991: 169)

Karşılıklılık esasına dayalı birbirlerine yardım eden insanların ürettiği bir kolektivite olarak "komşuluk, belli bir mesafenin içinde, belli değerler etrafında kurulan bir iletişim ağıdır." (Alver, 2012: 342). "Komşu [ise] paylaşma, dayanışma ve yardımlaşma aktörü olmakla insanın acziyetini, muhtaçlığını, eksikliğini sürekli terennüm eden bir varlıktır." (Alver, 2012: 342). Gündelik yaşamda kimin, neye, ne zaman ihtiyacı olacağı veya bu ihtiyacın acil mi (bir fincan şeker gibi) ya da hayati mi (tıbbi bir müdahalede bulunma gibi) olacağı belirsizdir. Komşu bu nedenle bazen (ihtiyacı dâhilinde) "orada olan" bazen ise (mahremiyet söz konusu olduğunda) "uzak duran"dır. Rutine girmiş bir dünyanın hem "izleyeni" hem de "gözetleyeni"dir. Yeri geldiğinde tuhaf olanı rapor eden yeri geldiğinde farklı olanı (yabancı birini) sınırlayan veya yasaklayandır. Nihayetinde iyi bir komşu "arkadaş canlısı, yardıma hazır ve mahremiyete saygılı bir kişi"dir (Crow, Allan ve Summers, 2002: 129).

Geçmişin tanıklık ettiği toplulukların homojen yapısı, sosyal ve güvenlik mekanizmalarının yokluğu, mekânın küçüklüğü ve yerelliği, kadının ev içi rollerle sınırlı yaşamı ve güçlü akrabalık ilişkileri gibi birçok hususun varlığı komşuluk rollerinin ve etkileşimlerinin etkinliğinin ve işlevselliğinin uzun bir süre korunmasını ve sürdürülebilmesini sağlamıştır. Diğer bir ifadeyle homojen bir mekân üzerindeki etkileşimler ve paylaşımlar söz konusu zamanın ve mekânın bir koşulu olarak üretilebilmiştir.

Özelleştirme, bireyselleşme ve küreselleşme gibi teorilere istinaden modern toplumsal düzlemde geleneksel ve dinsel kolektivitelerin çözüldüğü varsayılır. Benzer şekilde komşuluk ilişkilerinin zayıfladığı ve "arkadaş canlısı, yardıma hazır ve mahremiyete saygılı bir kişi" olarak komşunun da yok olduğu iddia edilir. Sosyal teoriler bu süreci ortaya çıkaran etmenler olarak kapitalizme, kapitalist kente, teknolojiye ve daha birçok şeye işaret etmektedir. Diğer bir deyişle mekâna ilişkin değişmelere (kent, konut tipi, mahalle nüfusunu hacmi ve kompozisyonu gibi) ek olarak bireylerin tanımlayıcı sosyal özellikleri (bireycilik, tek başına yaşama, bekâr olma veya resmi ve/veya gayri resmi gruplara katılma gibi), teknolojik yansıma-

lar (evde geçirilen zamanın artması, kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması veya boş zaman etkinliklerinin çeşitlenmesi gibi), ulaşım imkânlarının genişlemesi (fiziksel olarak yakın olan komşunun sınırlarının değişmesi gibi) ve kadınların işgücüne katılımı (komşuluk ilişkilerinin taşıyıcı aktörü olan kadının ev ile sınırlı dünyasının genişlemesi) gibi birbiri içine geçmiş hususların komşuluk ilişkilerini etkilediği ifade edilmektedir. Çalışmanın sınırlarını aşan bu denli geniş bir tartışmanın sadece bazı noktalarına temas etmenin yeterli olacağı düşünülmektedir.

McKenzie (1923), Park (1925), Roper (1935), Wirth (1938) ve Redfield (1947) gibi isimler kentsel sosyal örgütlenmenin nihai bir sonucu olarak modern toplumda mahallenin sosyolojik öneminin azaldığını iddia etmiştir (akt. McGahan, 1972: 397). Örneğin Wirth (1938: 12-13) akrabalık ve komşuluk bağlarının değişen doğasını kentsel yaşam tarzı ile ilişkilendirmektedir. Büyük, yoğun ve kalıcı bir yerleşim mekânı olarak kent, heterojen kimliklere ev sahipliği yapmaktadır. Sayısal artış ve farklılıklar, mekân üzerindeki ilişkileri ikincil, yüzeysel ve geçici hale getirmektedir. Kentsel-toplumsal ilişkiler şehir sakinleri tarafından rasyonaliteye göre düzenlenmekte, fayda ilişkisi gözetilmekte, nakdi bir bağ tesis edilmekte ve neticede etkileşimler anonimleşmektedir.

Kente özgü bir yapı olan apartman tipi konut ise "ev" olgusunu "daire"ye dönüştürmekle kalmamış aynı zamanda "…insanı da nesneleştirmiş, yalnızlaştırmış, kendine ve çevresine yabancılaştırmıştır." (Kargı, 2008: 56). Ev ziyaretlerinin giderek azaldığı, çocukların sokaklardan dijital dünyalara taşındığı ve yaşlı bireyin giderek yalnızlaştığı bir düzlem söz konusudur. Örneğin yaşlı bir birey için komşu hem bakım noktasında bir "yardımcı" hem de onun sosyalliğine ve benlik saygısının yükselmesine katkıda bulunan bir "arkadaş/dost" (Perren ve diğerleri, 2004: 979) iken *"kent yaşamının müphemliği"* (Bauman, 2001: 183) yaşlı bireyi de yalnızlığa ve çaresizliğe itmiştir. Sokaktan siteye dönüşen kentsel yaşam tarzları da sosyalleşme düzeyini etkilemekte, homojenleşen mekân bir ölçüde sosyal izolasyona sebebiyet verebilmektedir (Özparlak ve Meşhur, 2012).

Gündelik hayat toplumsal karşılaşmalar ve etkileşimler üzerine kuruludur. Kentsel mekânın soğuk ve belirsiz doğası içinde, üst üste yığılmış ve/veya etrafı çevrilmiş yaşam tarzlarında bu karşılaşmalar ve etkileşimler sınırlı, geçici ve yüzeysel kalmaktadır. Diğer yandan bazı karşılaşmaların ve etkileşimlerin diğerlerine göre daha anlamlı olduğu durumlar da söz konusudur. Mahallede, sokakta, apartmanda, durakta, asansörde ve oyun parkında gelişen bu etkileşim "aşinalık grubu" olarak ifade edilen bir sosyalliktir. Suttles (1974) ortak bir kültüre, tarihe ve kimliğe sahip olan, sosyal bağları güçlü, çıkarları için kolektif hareket edebilen *korunmuş komşuluk çevreleri* ile sınırlı, özgün ve istemli ilişkileri içeren ve aşinalık grubu

temelinde oluşan *sınırlı sorumluluk cemaatlerini* birbirinden ayırır (akt. Ayata ve Ayata, 2006: 68; Koyuncu, 2009: 30). Bu ayrım, kentsel yaşam tarzı içinde de komşuluk gibi kolektivitelerin bir şekilde varlığını sürdürmekte olduğunu ancak doğasının değiştiğini gösterir.

Kent sakinleri için mahalle korunaklı/güvenlikli olmakla birlikte savunulması gereken de bir mekândır. Mahalle aynı zamanda güven ve işbirliği çerçevesinde üretilen bir mekân olarak *"bildik olmayan insanların"* (Bauman, 2001: 181) dışarıda tutulmasını içermektedir. Bu hususlar açısından bile komşu önemli bir toplumsal aktördür. Mekânın (mahallenin) hacmi (nüfusu) ve kompozisyonu (çeşitliliği) her ne kadar *korunmuş komşuluk çevrelerini* silikleştirmekteyse de *sınırlı sorumluluk cemaatleri* ile kentsel mekân üzerindeki komşuluk ilişkileri bir şekilde devam etmektedir.

Komşuluk rolleri daralmış, etkileşim biçimleri sınırlı hale gelmiş ve değişmiş olsa da kentsel yaşam tarzında esas problemlerden biri de komşunun kim olduğudur. Mekân (mahalle) üzerindeki sosyal sınıf ve/veya statü farklılıkları kadar yerellik, etnik ve/veya dini aidiyet, yaşam tarzı, yaş gibi birçok değişken komşu seçiminde belirleyici olabilmektedir. Genel geçer bir sosyolojik bilgi türü olarak ifade etmek gerekirse "insanlar kendilerine benzeyen insanlarla etkileşime girer." Bu sebeple "…tanıdıklarla, komşularla ve arkadaşlarla ilişkilerde kişinin kendi seçtiği ve kendi yarattığı hiyerarşiler ve katmanlaşma biçimleri" söz konusu olabilir (Beck, 2011: 149). Örneğin kentin toplumsal hiyerarşisi komşu seçimini de etkileyebilmektedir. Bakımlı konutlar, güvenli sokaklar, güvenlikli siteler veya iyi okullar mahallenin ve dolayısıyla komşu seçiminin temel bir değişkeni olabilir.[4] Yani kişiler benzer toplumsal sınıf ve/veya statülere sahip komşularla "güvenilir" bir mekânı (mahalleyi, sokağı ve apartmanı gibi) paylaşmak ve uyum içinde yaşamak ister. Ancak benzer sosyoekonomik koşullara sahip kişilerle komşu olmak *"bildik olmayan insanların"* (Bauman,

4 Gerçekleştirilen bir çalışmada kişinin yüksek gelirli bir mahallede yaşaması daha düşük bir akrabalık ilişkisini ancak sosyal statüsünün de yükselmesini sağladığı tespit edilmiştir (Firebaugh & Schroeder, 2009: 806). Oysa mahallenin ortalama gelirine göre kişilerin mutluluk düzeylerinin karşılaştırıldığında komşu gelirinin kişinin mutluluğunu etkilediği ancak uzaktaki komşudan ziyade yakındaki komşunun gelirinin daha etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Firebaugh & Schroeder, 2009: 825). Güvenlikli siteler üzerinden mekân sosyolojisi gerçekleştiren Köksal Alver (2007: 207), ayrışma temelinde tasarlanan bu oluşumların aynı zamanda toplumsal ayrışmaya da yol açıp açmadığını sorgulamıştır. "Güvenlikli sitelerin kendi başına bir ayrışma meydana getirdiği, geleneksel ilişkilere ve mekânsal organizasyonlara yeni boyutlar kattığı, böylece bu modelin sterilize, izole, ayrışık bir hayatı tetiklediği, özendirdiği tespit edilmiştir." Diğer bir ifadeyle güvenlik bir sitede yaşamak sterilize olmak kadar izole olmayı da beraberinde getirebilmektedir. Mahallenin fiziksel çevresinin de komşuluk ilişkilerini etkilediğini iddia eden bir diğer çalışmada konut yoğunluğunun sosyal yaşam kalitesini etkilediği ancak "kamusal açık alana" (sadece parklar gibi kamusal araziler değil aynı zamanda komşuların etkileşime girebileceği diğer açık alanlara da atıfta bulunarak) sahip mahallelerde buna rağmen komşuluk ilişkilerinin arttığı tespit edilmiştir (Fox, Fox & Marans, 1980: 357).

2001: 181) dışarıda tutulması anlamına gelmemektedir. Kent nüfusunun hacmi ve kompozisyonu böyle bir tercihin sınırlarını zorlar. Öte yandan öteki olarak kodlanan kimliklerle bir arada yaşama fikri aynı mekânı paylaşma pratiğinden çoğu zaman uzaktır. Her ne kadar bireyler kentsel bir mekân üzerinde farklı kimliklere sahip kişilerle bir arada yaşama fikrine sahip olsalar da evlerini, mahallelerini ve komşularını seçerken toplumsal sınıf ve/veya statülerine, yaşam tarzlarına, etnik ve/veya dini kimliklerine bağlı bir tercihte bulunurlar. Bazı kişiler için ise bu bir tercihten ziyade zorunluluk olabilir. Örneğin etnik azınlıklar, göçmenler, mülteciler veya eski mahkûmlar için kentin varoş (kenar) mahallelerinde yaşamak bir tercihten ziyade zorunluluktur.

Kentsel yaşam tarzı ile bireylerin farklılıklarla yaşama kapasitesi gelişse de /önyargılar kırılmış olsa da *"kent yaşamının müphemliği"* (Bauman, 2001: 183) içinde komşu olarak istenmeyen birçok özne bulunmaktadır. *"Komşu endişesini"* yansıtan ve toplumdan topluma değişkenlik gösteren hassasiyetler söz konusu olabilir. Örneğin bir uyuşturucu bağımlısıyla hiç kimse komşu olmak istemeyebilir ancak nikâhsız bir şekilde birlikte yaşayan çiftlerle veya farklı bir anadil konuşan kişilerle komşu olma fikri pek çok kişiyi rahatsız etmeyebilir. Bu araştırma *"Kiminle komşu olmak istemezsiniz?"* sorusundan hareketle komşuluk ilişkilerini kentsel güvenlik ve sosyal uyum çerçevesinde değerlendirmeyi amaçlayan ve nihayetinde bir arada yaşamayı, aynı mekânı paylaşmayı veya komşu olmanın sınırlarını keşfetmeye çalışan sosyolojik bir anlama çabasının ürünüdür.

1. Araştırmanın Metodolojisi

Türkiye'deki ilgili alan yazın gözden geçirildiğinde genel olarak "komşuluk rolleri ve etkileşimleri", "komşuluğun toplumsal işlevleri", "kentleşme ve komşuluk", "kentsel dönüşüm ve komşuluk", "Türk kültürü ve komşuluk", "toplumsal değişme ve komşuluk", "İslam ve komşuluk hakkı ve ilişkileri" gibi konuların işlendiği görülmektedir (Nirun, 1991; Ayata ve Ayata, 1996; Çakır, 2005; Koyuncu, 2005 ve 2009; Gölcük, 2007; Yılmazöz, 2010; Yıldız ve Gündür, 2011; Alver, 2012; Özparlak ve Meşhur, 2012; Arslan, 2015).[5] Bu çalışma alan yazından farklı olarak *"Kiminle komşu olmak istemezsiniz?"* sorusundan hareketle komşuluk ilişkilerini

5 Sosyoloji Divanı'nın 2013 yılında yayınlanan ve "Komşuluk" başlığını taşıyan ikinci sayısında toplumsal bir olgu ve sosyal bir kurum olarak komşuluk konusu irdelenmiştir. Ahmet Koyuncu'nun "Gündelik Hayatta Komşuluk", "Köksal Alver'in "Komşu Kimdir?", Mustafa Aydın'ın "Dramdan Ütopyaya Komşuluğun Dönüşümü", Bekir Biçer'in "Komşuluğumuzun Tarihsel Serüveni", Celaleddin Çelik'in "Din ve Komşuluk", M. Ali Aydemir'in "Komşuluk ve Sosyal Sermaye", Abdullah Harmancı'nın "Edebiyatta Komşuluk" ve Tuba Coşandal'ın "Hatıralar ve Komşuluk" adlı çalışmaları bu sayının yazılarıdır (bkz. http://www.sosyoloji-divani.com/kisa-kisa/2_2-sayi-komsuluk)

kentsel güvenlik ve sosyal uyum çerçevesinde değerlendirmeyi amaçlamaktadır.

Kişi komşusunu seçebilir mi? Bireylerin mahalle, konut ve komşu seçimlerinin sosyal sınıf ve/veya statüye, hemşerilik ve akrabalık ilişkilerine, dini mensubiyete veya etnik aidiyete göre farklılaşabileceği görülmektedir. Ancak kentsel mekânın hacmi ve kompozisyonu böyle bir seçimin sınırlarını zorlayabilmektedir. Bu noktada bireylerin farklılıklarla bir arada yaşayabilme imkânını belirleyen hassasiyetlerin de farklı olabileceği öngörülebilir. Bu kapsamda Dünya Değerler Araştırmasının 2012 yılında gerçekleştirdiği araştırmaya ait verilerden yararlanarak Türk toplumunun *"komşu endişesi"* ile ilgili hassasiyetlerinin irdelenmesi ve bunun diğer ülkelerle (Hollanda, Almanya, ABD, İspanya ve İsveç) karşılaştırılması hedeflenmiştir.

Dünya Değerler Araştırması (2012) "Bireylerin, ayrımcılığa uğrayan kesimlerle bir arada yaşamayı isteme olasılığını etkileyen faktörler nelerdir?" sorusu bu çalışmada "Kiminle komşu olmak istemezsiniz?" şeklinde uyarlanarak 9 sosyal kategori üzerinden (uyuşturucu madde kullananlar, AIDS hastalığı olanlar, ırksal farklılıklar, eşcinseller, farklı bir dine mensup olanlar, çok içki içenler, farklı bir anadili konuşanlar, nikâhsız bir arada yaşayan çiftler, göçmenler ve başka ülkelerden gelen işçiler) irdelenmiştir. Buna göre araştırmada yanıtları aranan sorular şu şekildedir?

- Bireyler kimlerle bir arada yaşamak/komşu olmak istemiyor?
- Kişilerin sosyo-demografik özellikleri (yaş, cinsiyet, eğitim, gelir, siyasal yatkınlık ve dindarlık) ile komşu tercih etmeme arasında bir ilişkisellik var mı?
- Diğer ülkelerle karşılaştırıldığında Türk toplumunun komşu olarak istemediği sosyal gruplar hangileridir? Bunun sosyolojik anlamı nedir?

Türkiye temsili araştırmanın evreni 18 yaş üstü bireylerdir. Araştırmanın örneklemi ise 300 haneden 134'ü rastgele seçilen 1605 kişi oluşturmaktadır. Örneklem grubundan elde edilen verilerin analizi için öncelikle veri seti yeniden düzenlenmiştir:

- Veri setinde genel analizler yapılırken cinsiyet değişkeni ile veri ağırlıklandırılması yapılmıştır.
- Veri setinde yer alan interval düzeyde olan yaş sorusu (V242) kategorik olarak 15'er yaş aralıklarla tekrar düzenlenmiştir.

- Veri setinde yer alan eğitim durumu sorusu (V248) dokuz kategoriden oluşmaktadır. Bu kategorilerden hiç eğitimi olmayanla ilkokul terk birleştirilmiştir. Aynı durum ortaokul, lise ve üniversite içinde yapılmış olup toplam 5 kategori oluşturulmuştur.
- Veri setinde yer alan "Bir işte çalışıyor musunuz?" (V249) sorusunun altında yer alan Çalışıyorsa: "Şunlardan hangisi esas yaptığınız işi en iyi tanımlıyor?" sorusu altındaki yarı zamanlı çalışma ve tam zamanlı çalışma seçenekleri birleştirilmiş ve çalışan şeklinde yeniden tanımlanmıştır.

Veri setinin düzenlenmesinden sonra analizlere geçilmiştir. Öncelikle frekans analizi ile kişilerin kimlerle komşu olmak istemedikleri ortaya koyulmuş akabinde ise diğer ülkelerin verileri ile karşılaştırılmıştır. Bireylerin bir arada yaşamayı isteme olasılığını/ komşu olmayı isteme durumunu etkileyen faktörlerin tespiti için ise ikili lojistik regresyon analizi yapılmıştır. Bu analiz vasıtasıyla kategoriler arasındaki ilişkisel durum ortaya koyulabilmiştir. Çalışmada komşu olmayı isteme istememe durumu eşcinseller, göçmenler, nikâhsız bir arada yaşayan çiftler, uyuşturucu madde kullananlar, farklı bir anadil konuşanlar, başka bir ırk veya renkten insanlar, AIDS hastalığı olanlar, başka bir dinden olanlar ve çok içki içenler olmak üzere dokuz farklı kategori üzerinden ele alınmıştır. Analiz sonucunda kurulan model her bir kesim için istatistiksel olarak anlamlı çıkmıştır (Eşcinsellik= x^2:7,826, df:8, p:0,447; Göçmenler= x^2:6,906, df:8, p:0,547; Nikâhsız bir arada yaşayan çiftler= x^2:5,328, df:8, p:0,722; Farklı bir anadil konuşanlar= x^2:10,224, df:8, p:0,250; Uyuşturucu madde kullananlar= x^2:10,343, df:8, p:0,242; Başka bir ırktan olanlar= x^2:5,256, df:8, p:0,730; AIDS hastalığı olanlar= x^2:4,428, df:8, p:0,817; Başka bir dinden olanlar= 9,029, df:8, p:0,340; Çok içki içenler= x^2: 13,317, df:8, p:0,101).

Bireylerin komşu olma olasılığını etkileyen faktörlerin açıklama oranları ise şu şekildedir: uyuşturucu içenlerin açıklama oranı %9,4; eşcinsellerin %15,2; başka bir ırktan olanların %6; AIDS olanların %7,3; başka bir dinden olanların %10,2; çok içki içenlerin %5,8; göçmenlerin %4,4; nikâhsız bir arada yaşayan çiftlerin %16,4; farklı bir anadil konuşanlar %5,9'dur. (Negelkerke:0,094; Negelkerke: 0,152; Negelkerke: 0,060; Negelkerke: 0,073; Negelkerke: 0,102; Negelkerke: 0,058; Negelkerke: 0,044; Negelkerke: 0,164; Negelkerke: 0,059).

Kurulan model katılımcıların uyuşturucu madde kullananlar ile komşu olmayı isteme durumunu dört faktörle (cinsiyet, dini inancın önemi, gelir ve siyasi görüş) %93,1 oranında; başka bir ırktan olanlar ile komşu olmayı isteme durumunu dört faktörle (medeni durum, eğitim durumu, dini inancın önemi ve siyasi görüş) %65,9 oranında; AIDS hastalığı olanlar ile kom-

şu olmayı isteme durumunu beş faktörle (eğitim durumu, çalışma durumu, dini inancın önemi, gelir ve siyaset) %75,2 oranında; göçmenler ile komşu olayı isteme durumunu üç faktörle (çalışma durumu, dini inancın önemi ve siyasi görüş) %69,6; eşcinseller ile komşu olmayı isteme durumunu altı faktörle (yaş, eğitim durumu, çalışma durumu, dini inancın önemi, gelir ve siyasi görüş) %85,5 oranında; başka bir dinden olanlar ile komşu olmayı isteme durumunu altı faktörle (yaş, eğitim durumu, çalışma durumu, dini inancın önemi, gelir ve siyasi görüş) %64,9 oranında; çok içki içenler ile komşu olmayı isteme durumunu dört faktörle (yaş, dini inancın önemi, gelir ve siyasi görüş) %82,6 oranında; nikâhsız bir arada yaşayan çiftlerle komşu olmayı isteme durumunu beş faktörle (eğitim durumu, çalışma durumu, dini inancın önemi ve siyasi görüş) %69,4 oranında; farklı bir anadil konuşanlar ile komşu olmayı isteme durumunu beş faktörle (yaş, medeni durum, çalışma durumu, gelir ve siyasi görüş) %71,2 oranında doğru bir tahminle açıklayabilmektedir.

2. Araştırmanın Bulguları

Bu kısım üç konuyu içermektedir: Buna göre öncelikle katılımcıların sosyo-demografik özelliklerine sonrasında ise kişilerin bir arada yaşamak/komşu olmak istemedikleri sosyal grupların istatistiksel bilgilerine ve lojistik regresyon analizinin sonuçlarına yer verilmiştir.

2.1. Katılımcıların Sosyo-Demografik Özellikleri

Araştırma kapsamına dâhil edilen 1605 bireyin olgusal kimliklerine dair bilgiler Tablo 1'de yer almaktadır.

Tablo 1: *Örneklem Grubunun Sosyo-Demografik Özellikleri*

Cinsiyet	n	%
Kadın	791	49,3
Erkek	814	50,7
Yaş		
18-34	674	42,0
35-49	511	31,8
50-64	289	18,0
65 ve üstü	131	8,2
Medeni Durum		
Evli	1099	68,4
Evli gibi birlikte yaşıyor	13	,8
Boşanmış	44	2,7
Evli eşinden ayrı yaşıyor	8	,5
Dul	73	4,5
Bekâr	369	23,0
Eğitim Düzeyi		

Eğitimi yok	223	13,9
İlkokul	532	33,1
Ortaokul	296	18,5
Lise	376	23,4
Üniversite	178	11,1
Çalışma Durumu		
Çalışan	509	31,7
Kendi işinin sahibi	144	9,0
Emekli	206	12,8
Ev kadını	556	34,6
Öğrenci	107	6,7
İş arayan	75	4,7
Cevapsız	8	,5
Gelir Durumu		
1	34	2,1
2	47	2,9
3	137	8,5
4	249	15,5
5	309	19,3
6	260	16,2
7	265	16,5
8	171	10,7
9	84	5,3
10	10	,6
Cevapsız	24	1,5
Bilmiyorum	13	,8
Yaşamında Dinin Önemi		
Çok önemli	1094	68,1
Biraz önemli	395	24,6
Pek önemli değil	64	4,0
Hiç önemli değil	47	3,0
Cevapsız	5	,3
Siyasi Yatkınlık		
1	70	4,3
2	40	2,5
3	95	5,9
4	74	4,6
5	203	12,6
6	251	15,6
7	209	13,0
8	204	12,7
9	128	8,0
10	176	10,9
Cevapsız	76	4,7
Bilmiyorum	80	5,0
Toplam	1605	100,0

Örneklem grubunun dağılımında kadın (%49,3) ve erkek (%50,7) birey sayısının dengeli olduğu, önemli bir kısmının evli (%68,4) ancak her dört katılımcıdan birinin de bekâr olduğu görülmektedir. Katılımcıların %34,8'inin ev kadını olması komşuluk ilişkilerinin değerlendirilmesi açısından anlamlıdır. Gelir durumu bakımından örneklem grubunun (kişilere sunulan 10 puanlık bir cetvelde "1" en alt gelir, "10" en üst gelir grubu olarak değerlendirilmiştir) cetveldeki 5, 6, 7, 8 noktasında yoğunlaşıp toplam %53,9 ile orta gelirli hanelerden oluştuğu görülmektedir. Katılımcıların %13,9'unun herhangi bir eğitimi yok, %33,1'inin ilkokul, %23,4'ünün lise mezunu, %11,1'inin ise üniversite mezunu olduğu görülmektedir. Katılımcıların %42'sinin 18-34 yaş aralığında yer alması da tabloda dikkat çeken bir diğer husustur. Bir bakıma örneklem grubunun önemli bir bölümünü genç ve eğitimli bireyler oluşturmaktadır. Örneklem grubunun yaşamında dinin önemi bir yer kapladığı da görülmektedir. Buna göre katılımcıların 68,1'i için "din çok önemli", %24,6'sı için "din biraz önemli" iken %4'ü için "pek önemli değil" ve %3'ü için ise "din hiç önemli değil"dir. Katılımcıların siyasi yatkınlık (kişilere sunulan 10 puanlık bir cetvelde "1" en solu, "10" ise en sağı göstermektedir) noktasında ağırlıklı olarak sağ yönelimli bir görüşe sahip olduğu anlaşılmaktadır.

2.2. "Öteki" Olarak Kodlananlar ve İstenmeyen Komşular

Ekonomik ve toplumsal örgütlenme biçimi olarak kapitalizm, kozmopolit kentsel mekânlar üreterek ve bu mekânı bölmek suretiyle çoğaltarak bireylerin farklılıklarla bir arada yaşama kapasitesinin gelişmesine imkân tanımaktadır. Ancak kişilerin kentsel güvenlik ve uyum ile ilgili hassasiyetleri mekânsal farklılaşmaların oluşmasına ve nihayetinde bu mekânların kimlikler ve kültürler bağlamında olduğu kadar sınıfsal ve/veya statü grupları çerçevesinde de bölünmesine sebebiyet vermektedir. Dikey ve yatay eksenli olarak bölünen kentsel mekânda komşuluk ilişkileri de farklılaşabilmektedir. Örneğin kentin kozmopolit görüntüsü ne kadar renkliyse orada *korunmuş komşuluk çevrelerinden ziyade sınırlı sorumluluk cemaatlerini* gözlemlemek mümkünken kentin kenar/varoş/gecekondu mahallerine gittikçe söz konusu ilişkiler tersine dönmektedir. Bir çalışmada kentsel dönüşümün komşuluk ilişkilerini ve pratiklerini nasıl etkilediği incelenmiştir. Buna göre eskiden gecekondu mahalleri olan bu yerleşim yerlerindeki komşuluk ilişkilerinin daha güçlü ve komşularla görüşme sıklığının daha fazla olduğu belirlenmiştir (Yılmazöz, 2010: 152-153).

Her ne kadar aynı sosyoekonomik düzeye sahip kişilerin veya aynı dini ve/veya etnik kökene mensup bireylerin aynı mekânı paylaşma isteği veya zorunluluğu kentsel mekânları bölmekteyse de kentin doğası kişilerin bir arada yaşama kapasitesinin gelişmesine imkân tanımaktadır. Diğer bir de-

yişle kentin hacmi (nüfus) ve kompozisyonu ne kadar fazla ve çeşitliyse kişilerin farklılıklarla bir arada yaşama (uyum) kapasitesinin artmakta tersi durumda ise azalmakta olduğu iddia edilebilir. Buna ek olarak kentin hacmi ve kompozisyonu ne kadar fazla ve çeşitliyse mekânı paylaşan kişiler açısından esas olan kaygının güvenlik (komşu endişesi de dâhil olmak üzere) olduğu da belirtilebilir.

Tablo 2: *Örneklem Grubunun Bir Arada Yaşamak/Komşu Olmak İstemediği Kişiler*

Uyuşturucu Madde Kullananlar	n	%
Komşu olarak istemem	1498	93,3
Komşum olabilir	107	6,7
Başka Bir Irktan Olan İnsanlar		
Komşu olarak istemem	574	35,8
Komşum olabilir	1031	64,2
AIDS Hastalığı Olanlar		
Komşu olarak istemem	1203	74,9
Komşum olabilir	402	25,1
Göçmenler, Başka Ülkelerden Gelen İşçiler		
Komşu olarak istemem	490	30,5
Komşum olabilir	1115	69,5
Eşcinseller		
Komşu olarak istemem	1371	85,4
Komşum olabilir	234	14,6
Başka Bir Dinden Olanlar		
Komşu olarak istemem	591	36,8
Komşum olabilir	1014	63,2
Çok İçki/Alkol İçenler		
Komşu olarak istemem	1336	83,3
Komşum olabilir	269	16,7
Nikâhsız Bir Arada Yaşayan Çiftler		
Komşu olarak istemem	1050	65,4
Komşum olabilir	555	34,6
Farklı Bir Anadil Konuşanlar		
Komşu olarak istemem	482	30,0
Komşum olabilir	1123	70,0
Toplam	1605	100,0

Tablo 2'de görüldüğü üzere örneklem grubunun komşu olmak istemediği kişilerin başında %93,3 ile *uyuşturucu madde kullananlar* gelmektedir.

Bunu sırasıyla %85,4 ile *eşcinseller*, %83,3 ile çok içki içenler ve %74,9 ile *AİDS hastalığı olanlar* ve %65,4 ile *nikâhsız bir arada yaşayan çiftler* izlemektedir. Kabul edilebilir komşular ise sırasıyla %70,0 ile *farlı bir anadili konuşanlar*, %69,5 ile *göçmenler ve yabancı işçiler*, %64,2 ile *başka bir ırktan olanlar* ve %63,2 *başka bir dinden olanlar*dır. Bu noktada dikkati çeken husus bireysel tercihler neticesinde oluşan (uyuşturucu madde kullanma, çok alkol tüketme ya da nikâhsız bir arada yaşama gibi) durumlara karşı toplumsal duyarlılıkların azalması ancak kalıtımsal (başka bir ırktan olma, göçmen veya yabancı işçi olma gibi) ya da bir tercihten ziyade içinde yaşanılan toplumsal gerçekliğin bir yansıması olan (farklı bir anadil konuşma ya da başka bir dine mensup olma gibi) durumlarda toplumsal duyarlılıkların artmasıdır. Bu durum başta söylenen gerçekliği yani kentsel hacim ve kompozisyon artıkça ve çeşitlendikçe kişilerin uyum pratiklerinin geliştiği ancak güvenlik kaygılarının arttığı yönündeki bilgiyi destekler niteliktedir.

TOKİ konutlarındaki komşuluk ilişkilerini ele alan bir çalışmada hemen hemen aynı sosyo-ekonomik düzeye sahip hanelerin kimi komşu olarak arzu etmedikleri ortaya koyulmuştur. Buna göre komşu olarak ateizme göre farklı bir dine inanan veya mezhepten olan kişilerin daha kabul gördüğü ayrıca "içki içme", "nikâhsız yaşama", "eşcinsel olma" gibi sosyal hallerin ve bireysel özelliklerin de kabul edilme ve benimsenme ihtimalinin az olduğu belirlenmiştir (Arslan, 2015: 129).

Tablo 3: *Komşu Tercihinin Ülkeler Arası Karşılaştırması*

	Hollanda	**Almanya**	**ABD**	**İspanya**	**İsveç**
Uyuşturucu Madde Kullananlar					
Komşu olarak istemem	%92,3	%66,3	%88,3	%73,2	%74,7
Komşum olabilir	%7,7	%33,7	%11,7	%26,8	%25,3
Başka Bir Irktan Olan İnsanlar					
Komşu olarak istemem	%8,2	%14,9	%5,6	%4,8	%2,8
Komşum olabilir	%91,8	%85,1	%94,4	%95,2	%97,2
AIDS Hastalığı Olanlar					
Komşu olarak istemem	%9,7	%24,0	%13,4	%12,3	%6,4
Komşum olabilir	%90,3	%75,9	%86,6	%87,7	%93,6
Göçmenler, Başka Ülkelerden Gelen İşçiler					
Komşu olarak istemem	%19,6	%21,5	%13,6	%7,5	%3,5
Komşum olabilir	%80,4	%78,5	%86,4	%92,5	%96,5
Eşcinseller					
Komşu olarak istemem	%6,0	%22,4	%20,4	%5,1	%4,2
Komşum olabilir	%94,0	%77,6	%79,6	%94,9	%95,8

Başka Bir Dinden Olanlar					
Komşu olarak istemem	%2,7	%14,1	%3,4	%3,1	%3,7
Komşum olabilir	%97,3	%85,9	%96,6	%96,9	%96,3
Çok İçki/Alkol İçenler					
Komşu olarak istemem	%84,6	%70,3	%68,9	%43,1	%51,4
Komşum olabilir	%15,4	%29,7	%31,1	%56,9	%48,6
Nikâhsız Bir Arada Yaşayan Çiftler					
Komşu olarak istemem	%0,6	%9,3	%6,6	%1,3	%0,3
Komşum olabilir	%99,4	%90,7	%93,4	%98,7	%99,7
Farklı Bir Anadil Konuşanlar					
Komşu olarak istemem	%14,5	%13,4	%12,9	%3,1	%3,2
Komşum olabilir	%85,5	%86,6	%87,1	%96,9	%96,8

Kent nüfusunun hacmi ve kompozisyonu ister istemez "farklı"," marjinal" ve/veya "öteki" olarak görülen/kodlanan kimlerin bir arada yaşamasını zorunlu kılmaktadır. Toplumsal karşılaşmalar, etkileşimler ve paylaşımlar toplumsal önyargıların kırılmasını sağlamakta ve nihayetinde "öteki" olarak kodlanan kimliklerle komşu olabilirim diyenlerin sayısını artırmaktadır. Tablo 3'te yer alan veriler de bu çıkarımı destekler niteliktedir. Öyle ki seçilen beş ülkenin (Hollanda, Almanya, Amerika Birleşik Devletleri, İspanya ve İsveç) bir arada yaşama pratiğine (uyum) dair veriler Türkiye ile karşılaştırıldığında anlamlı farklılıkların olduğu görülmektedir. Bu farklılığın nedeni ne olabilir? Yeryüzünün tamamının kültürel coğrafyasında anlamlı değişiklikler yaşanmaktadır. Toplumlar giderek farklı kültürleri ve kimlikleri içine alan çokkültürlü bir duruma gelmekte aynı zamanda daha geçirgen olmaktadır. Yani göçlere açık hale gelmektedir (Taylor, 2014: 82). Söz konusu ulusötesi göç hareketliliğini uzun süredir tecrübe eden bu ülkelerde bir arada yaşama pratiğinin geliştiği (uyum) iddia edilebilir. Öte yandan bu ülkelerin gelişmişlik düzeyleri (toplumsal, kültürel ve ekonomik açıdan) de farklılıkların bir arada yaşayabilmesine imkân tanımaktadır. Dolayısıyla ırksal farklılıklar, göçmenler, eşcinseller, başka bir dine mensup olanlar, farklı bir anadili konuşanlar kadar nikâhsız bir arada yaşayan çiftler ile bir arada yaşama/komşu olabilme göstergeleri %90'ın üzerine çıkmaktadır. Ancak dikkat edilirse burada da esas kaygının uyumdan ziyade güvenlik ile ilişkili olduğu görülmektedir. Bu sebeple kişilerin komşu olarak istemedikleri kişilerin başında *uyuşturucu madde kullananlar* ve çok içki tüketenler gelmektedir.

Bir arada yaşama kapasitesini (uyum ve güvenlik) söz konusu verilerden hareketle genellemek doğru bir yaklaşım değildir. Alan yazında gerçekleştirilen çalışmalar hem Avrupa ülkelerinin hem de Amerika Birleşik Devletleri'nin kentsel uyum ve güvenlik ile ilgili kaygılarının var oldu-

ğunu ortaya koymaktadır. Kent/mahalle uyum ve güvenlik meselesinin Avrupa temelli araştırmalarda daha çok farklı etnik kökene ve/veya dine mensup bireyler üzerinden, Amerika Birleşik Devletleri'nde gerçekleştirilen çalışmalarda ise Siyahi ve Beyaz bireyler üzerinden ele alındığı görülmektedir. Örneğin çok sayıdaki çalışma, bir mahallede Beyazlara nazaran Siyahi bireylerin sayısının/yoğunlaşmasının fazla olması durumunda hem Siyahların hem de Beyazların o mahalleyi tercih etmekten kaçındığını ortaya koymaktadır. Bu araştırmalar Beyazların sahip olduğu önyargıların ve ırkçı eğilimlerin egemen bir faktör olmadığını, çünkü hem Siyahların hem de Beyazların az sayıda Siyah sakinleri olan mahalleleri tercih ettiklerini iddia etmektedir. Siyahların yoğun olduğu mahallerde yoksulluk, suç ve diğer sosyal sorunların yüksek olması bu arzu edilmeme durumunun sebebi olarak gösterilmektedir. Mahalle yapısının/kalitesinin düşük olması (örneğin çok sayıda terkedilmiş evlerin, harap binaların olması yangın riskini artırmakta ve istenmeyen faaliyetlerin gerçekleşmesine sebebiyet verebilmekte) ya da yerel okulların niteliği problemi gibi hususlar da mahallenin sınıfsal konumunu ve sosyal kompozisyonu belirlemektedir (bkz. Harris, 2001). Farklı etnik kökene ve/veya dine mensup bireylerle kurulan toplumsal etkileşimleri irdeleyen bir çalışmada ise kişilerin yarı kamusal ve kamusal alanlarda "öteki" ile "anlamlı karşılaşmaları" olduğu ve yakın ilişkiler geliştirebildiği saptanmıştır. Özel alanda ise kişiler bu durumun aksine farklı etnik kökene ve/veya dine mensup bireylerle samimi ilişkiler geliştirmemektedir (Piekut ve Valentine, 2017: 185-186). Bir diğer çalışmada etnik çeşitlilik ile komşuluk uyumu arasındaki ilişki araştırılmıştır. Buna göre bir mahallede etnik çeşitlilik düzeyi artıkça komşular arasındaki iletişimin ve güven duygusunun azalmakta olduğu iddia edilmektedir. Öte yandan güvenin ve temasın ilişkisel doğasını anlamlandırmak için aynı mekânı paylaşan farklı kimliklerin kompozisyonunu dikkate almak gerekir. Öyle ki etnik azınlık üyelerinin yakın çevresi ve kendi etnik grubundan olan kişilerle olan iletişimi oldukça yüksek buna karşın yerel halk ile düşük olabilir veya bir mahalledeki farklı etnik kimliklere sahip grupların en çok güven duyduğu sosyal grup yerli halk olabilir (Tolsma ve van der Meer 2018: 102). Bütün bu göstergeler ne anlama gelmektedir? Bireyler, farklılıklar ile bir arada yaşama düşüncesine ve pratiğine sahip olsalar da (kentsel uyum), mahallesini ve komşularını seçerken (kentsel) güvenlik gerekçesiyle sınıfsal konuma ve sosyal kompozisyona dikkat etmektedir. Dolayısıyla veriler, kozmopolit bir kentsel mekânda ikamet eden bireylerin farklılıklara/ötekilere/marjinallere dair bakış açılarını yansıtmakla birlikte pratiklerini/eylemlerini açıklayamamaktadır.

2.3. İkili Lojistik Regresyon Analizine Göre Komşu Tercihini Etkileyen Faktörler

Bireylerin bir arada yaşamayı isteme olasılığını/komşu olmayı isteme durumunu etkileyen faktörlerin tespiti için ikili lojistik regresyon analizi yapılmıştır. Kategoriler arasındaki ilişkisellik sekiz bağımsız değişken (cinsiyet, yaş, medeni durum, çalışma durumu, eğitim durumu, dini inancın önemi, gelir durumu ve siyasi görüş) çerçevesinde değerlendirilmiş, anlamlı çıkan sonuçlar kırmızı olarak işaretlenmiş ve tablonun yan kısmında ifade edilmiştir. Ayrıca tablolarda köşeli parantez içinde yer alan rakamlar, bireylerin bir arada yaşamayı isteme olasılığını/komşu olmayı isteme durumunu etkileyen faktörlerin ihtimal oranlarını göstermektedir.

Tablo 4: *Uyuşturucu Madde Kullananlarla & Komşu Olma Olasılığı (Lojistik Regresyon)*

β		Uyuşturucu Madde Kullananlar		
		Sig	Exp (β)	
Cinsiyet	Erkek	1,095	,004*	[2,988]
	Kadın (ref)	-	-	-
Dini İnancın Önemi	Çok Önemli(ref)	-	-	-
	Biraz Önemli	0,082	,743	[1,086]
	Pek Önemli Değil	-0,121	,835	[0,886]
	Hiç Önemli Değil	0,953	,034*	[2,594]
Gelir		0,261	,000*	[1,298]
Siyasi Görüş		-0,073	,085*	[0,929]

*p<0.1

- Kadınlara göre erkeklerin uyuşturucu madde kullananlarla komşu olma olasılığı daha fazladır.
- Dini inançtaki azalış, uyuşturucu madde kullananlarla komşu olma durumunu arttırmaktadır.
- Gelirdeki her bir birimlik artış, uyuşturucu madde kullananlarla komşu olma durumunu arttırmaktadır.
- Sağ yönelimli siyasi görüşe yatkın olanların uyuşturucu madde kullananları komşu olarak isteme durumu azalmaktadır. Burada çok güçlü bir ilişki gözlenmemekle birlikte sol yönelimli siyasi görüşe sahip olanların da büyük bir çoğunluğu uyuşturucu madde kullananları komşu olarak istememektedir.

Tablo 5: *Başka Bir Irktan/Renkten İnsanlarla & Komşu Olma Olasılığı (Lojistik Regresyon)*

β		Başka bir ırk veya renkten insanlar		
		Sig	Exp (β)	
Medeni Durum	Evli	-0,033	,831	[0,968]
	Evli Gibi Birlikte yaşıyor	-1,215	,048*	[0,297]
	Boşanmış	0,433	,289	[1,542]
	Evli Eşinden Ayrı Yaşıyor	-0,514	,513	[0,598]
	Dul	0,106	,731	[1,112]
	Bekar(ref)	-	-	-
Eğitim Durumu	Eğitimi yok(ref)	-	-	-
	İlkokul mezunu	0,162	,367	[1,176]
	Ortaokul mezunu	0,040	,845	[1,041]
	Lise mezunu	0,455	,031*	[1,577]
	Üniversite mezunu	0,795	,002*	[2,215]
Dini İnancın Önemi	Çok Önemli(ref)	-	-	-
	Biraz Önemli	-0,214	,117	[0,807]
	Pek Önemli Değil	-0,133	,659	[0,875]
	Hiç Önemli Değil	-0,913	,005*	[0,401]
Siyasi Görüş		-0,130	,000*	[0,878]

*p<0.1

- Bekârlara göre evli gibi birlikte yaşayanların başka bir ırktan olanlarla komşu olma durumu artmaktadır.
- Hiç eğitim almayanlara göre eğitim seviyesindeki her artış, başka bir ırktan olan bireyleri komşu olarak tercih etme durumunu arttırmaktadır.
- Din çok önemli diyenlere göre din hiç önemli değil diyenlerin başka bir ırktan olanlarla komşu olma durumu azalmaktadır.
- Sağ yönelimli siyasi görüşe yatkın olanların başka bir ırktan olan insanları komşu olarak isteme durumu azalmaktadır.

Tablo 6: *AİDS Hastalığı Olanlarla & Komşu Olma Olasılığı (Lojistik Regresyon)*

β		AİDS Hastalığı Olanlar		
		Sig	Exp (β)	
Eğitim Durumu	Eğitimi yok(ref)	-	-	-
	İlkokul mezunu	0,638	,009*	[1,893]
	Ortaokul mezunu	0,795	,004*	[2,214]
	Lise mezunu	0,726	,008*	[2,066]
	Üniversite mezunu	0,564	,074*	[1,759]
Çalışma Durumu	Çalışan(ref)	-	-	-
	Kendi işimin sahibiyim	0,395	,067*	[1,484]
	Emekli	0,489	,026*	[1,631]
	Ev hanımı	0,455	,009*	[1,576]
	Öğrenci	0,763	,003*	[2,145]
	İş arayan	0,081	,812	[1,085]
Dini İnancın Önemi	Çok Önemli(ref)	-	-	-
	Biraz Önemli	0,056	,709	[1,058]
	Pek Önemli Değil	0,507	,091*	[1,661]
	Hiç Önemli Değil	0,496	,065*	[1,642]
Gelir		0,087	,014*	[1,091]
Siyasi Görüş		-0,127	,000*	[0,881]

*p<0.1

- Hiç eğitim almayanlara göre eğitim seviyesindeki her artış, AIDS hastalığı olanları komşu olarak tercih etme durumunu arttırmaktadır.
- Çalışanlara göre kendi işinin sahibi olanların, emeklilerin ve öğrencilerin AIDS hastalığı olanlarla komşu olma durumu daha fazladır.
- Dini inançtaki azalış AIDS hastalığı olanlarla komşu olma durumunu arttırmaktadır.
- Gelirdeki her bir birimlik artış AIDS hastalığı olanlarla komşu olma durumunu arttırmaktadır.
- Sağ yönelimli siyasi görüşe yatkın olanların AIDS hastalığı olanları komşu olarak isteme durumu azalmaktadır.

Tablo 7: *Göçmenlerle/Yabancı İşçilerle & Komşu Olma Olasılığı (Lojistik Regresyon)*

β		Göçmenler/Yabancı İşçiler		
		Sig	Exp (β)	
Çalışma Durumu	Çalışan(ref)	-	-	-
	Kendi işimin sahibiyim	0,222	,302	[1,249]
	Emekli	0,438	,026*	[1,549]
	Ev kadını	0,036	,798	[1,037]
	Öğrenci	0,645	,019*	[1,906]
	İş arayan	0,607	,057*	[1,836]
Dini İnancın Önemi	Çok Önemli	-	-	-
	Biraz Önemli	-0,208	,131	[0,812]
	Pek Önemli Değil	-0,188	,534	[0,828]
	Hiç Önemli Değil	-0,750	,021*	[0,472]
Siyasi Görüş		-0,125	,000*	[0,883]

*p<0.1

- Çalışanlara göre öğrencilerin ve iş arayanların göçmenleri komşu olarak isteme durumu artmaktadır.
- Dini inanç çok önemli diyenlere göre hiç önemli değil diyenlerin göçmenleri komşu olarak isteme durumu artmaktadır.
- Sağ yönelimli siyasi görüşe yatkın olanların göçmenleri komşu olarak isteme durumu azalmaktadır.

Tablo 8: *Eşcinsellerle & Komşu Olma Olasılığı (Lojistik Regresyon)*

β		Eşcinseller		
		Sig	Exp (β)	
Yaş	18-34 yaş arası(ref)	-	-	-
	35-49 yaş arası	-0,335	,087*	[0,715]
	50-64 yaş arası	-0,223	,469	[0,800]
	65 yaş ve üzeri	-0,103	,817	[0,902]
Eğitim Durumu	Eğitimi yok(ref)	-	-	-
	İlkokul mezunu	0,627	,118	[1,872]
	Ortaokul mezunu	0,390	,335	[1,477]
	Lise mezunu	0,779	,006*	[2,180]
	Üniversite mezunu	1,060	,001 *	[2,887]

Çalışma Durumu	Çalışan(ref)	-	-	-
	Kendi işimin sahibiyim	-0,517	,067*	[0,596]
	Emekli	-0,299	,404	[0,741]
	Ev kadını	-0,112	,606	[0,894]
	Öğrenci	0,573	,008*	[1,774]
	İş arayan	0,361	,276	[1,435]
Dini İnancın Önemi	Çok Önemli	-	-	-
	Biraz Önemli	-0,224	,236	[0,799]
	Pek Önemli Değil	0,527	0,94*	[1,693]
	Hiç Önemli Değil	0,976	,006*	[2,654]
Gelir		0,149	,001*	[1,161]
Siyasi Görüş		-0,187	,001*	[0,830]

*p<0.1

- 18-34 yaş aralığındaki bireylere göre 35-49 yaş aralığındaki bireylerin eşcinsellerle komşu olma durumu azalmaktadır.
- Hiç eğitim almayanlara göre eğitim seviyesindeki her bir artış, eşcinselleri komşu olarak isteme durumunu arttırmaktadır. Eşcinsellerle komşu olma ihtimali en çok üniversite mezunları arasında gözlemlenmektedir.
- Çalışanlara göre kendi işinin sahibi olanların eşcinsellerle komşu olma durumu azalmaktayken, çalışanlara göre öğrencilerin eşcinsellerle komşu olma durumu artmaktadır.
- Dini inanıştaki azalış eşcinsellerle komşu olma durumunu arttırmaktadır.
- Gelirdeki her bir birimlik artış, eşcinsellerle komşu olma durumunu arttırmaktadır.
- Sağ yönelimli siyasi görüşe yatkın olanların eşcinselleri komşu olarak isteme durumu azalmaktadır.

Tablo 9: *Başka Dinden Olanlarla & Komşu Olma Olasılığı (Lojistik Regresyon)*

β		Başka Dinden Olanlarla & Komşu Olma Olasılığı		
		Sig	Exp (β)	
Yaş	18-34 yaş arası(ref)	-	-	-
	35-49 yaş arası	0,164	,272	[1,178]
	50-64 yaş arası	-0,053	,794	[0,948]
	65 yaş ve üzeri	-0,708	,008*	[0,493]
Eğitim Durumu	Eğitimi yok(ref)	-	-	-
	İlkokul mezunu	-0,191	,312	[0,826]
	Ortaokul mezunu	-0,173	,445	[0,841]
	Lise mezunu	0,182	,436	[1,199]
	Üniversite mezunu	0,591	,030*	[1,805]
Çalışma Durumu	Çalışan(ref)	-	-	-
	Kendi işimin sahibiyim	0,314	,169	[1,368]
	Emekli	0,171	,477	[1,187]
	Ev hanımı	-0,462	,043*	[0,630]
	Öğrenci	0,510	,090*	[1,666]
	İş arayan	0,145	,628	[1,156]
Dini İnancın Önemi	Çok Önemli(ref)	-	-	-
	Biraz Önemli	0,121	,399	[1,129]
	Pek Önemli Değil	-0,155	,615	[0,856]
	Hiç Önemli Değil	-0,794	,017*	[0,452]
Gelir		0,055	,000*	[1,057]
Siyasi Görüş		-0,151	,000*	[0,860]

*p<0.1

- 18-34 yaş aralığındaki bireylere göre 65 yaş üzerindeki bireylerin başka bir dinden olanları komşu olarak isteme durumunun azaldığı tespit edilmiştir.
- Hiç eğitim almayanlara göre üniversite mezunlarının başka bir dinden olanları komşu olarak tercih etme olasılığı artmaktadır.
- Bekârlara göre evlilerin başka bir dinden olanları komşu olarak tercih etme durumu artmaktadır.

- Çalışanlara göre ev hanımı olanların başka bir dinden olanları komşu olarak isteme durumu azalırken, öğrencilerin başka bir dinden olanları komşu olarak isteme durumunun arttığı tespit edilmiştir.
- Din çok önemli diyenlere göre din hiç önemli değil diyenlerin başka bir dinden olanlarla komşu olma durumu azalmaktadır.
- Gelirdeki her bir birimlik artış başka bir dinden olanları komşu olarak isteme durumunu arttırmaktadır.
- Sağ yönelimli siyasi görüşe yatkın olanların başka bir dinden olanları komşu olarak isteme durumu azalmaktadır.

Tablo 10: *Çok İçki İçenlerle/Alkol Tüketenlerle & Komşu Olma Olasılığı (Lojistik Regresyon)*

β		Çok içki içenler/alkol tüketenler		
		Sig	Exp (β)	
Yaş	18-34 yaş arası(ref)	-	-	-
	35-49 yaş arası	-0,011	,957	[0,989]
	50-64 yaş arası	-0,387	,192	[0,679]
	65 yaş ve üzeri	-0,764	,082*	[0,466]
Dini İnancın Önemi	Çok Önemli(ref)	-	-	-
	Biraz Önemli	0,203	,232	[1,225]
	Pek Önemli Değil	0,567	,093	[1,763]
	Hiç Önemli Değil	1,116	,001*	[3.053]
Gelir		0,150	,000*	[1,161]
Siyasi Görüş		-0,095	,001*	[0,909]

*p<0.1

- 18-34 yaş aralığındaki bireylere göre 65 yaş üzerindeki bireylerin çok içki içenlerle komşu olma durumu azalmaktadır.
- Din çok önemli diyenlere göre din hiç önemli değil diyenlerin çok içki içenlerle komşu olma olasılığı artmaktadır.
- Gelirdeki her bir birimlik artış çok içki içenlerle komşu olma durumunu arttırmaktadır.
- Sağ yönelimli siyasi görüşe yatkın olanların çok içki içenleri komşu olarak isteme durumu azalmaktadır.

Tablo 11: *Nikâhsız Bir Arada Yaşayan Çiftlerle & Komşu Olma Olasılığı (Lojistik Regresyon)*

β		Nikâhsız bir arada yaşayan çiftler		
Sig		Exp **(β)**		
Eğitim Durumu	Eğitimi yok (ref)	-	-	-
	İlkokul mezunu	1,020	,000*	[2,772]
	Ortaokul mezunu	0,882	,002*	[2,415]
	Lise mezunu	1,423	,000*	[4,152]
	Üniversite mezunu	1,810	,000*	[6,112]
Çalışma Durumu	**Çalışan** (ref)	-	-	-
	Kendi işimin sahibiyim	-0,484	,032*	[0,616]
	Emekli	-0,001	,996	[1,001]
	Ev hanımı	-0,124	,439	[0,883]
	Öğrenci	0,521	,034*	[1,684]
	İş arayan	-0,626	,050*	[0,535]
Dini İnancın Önemi	**Çok Önemli** (ref)	-	-	-
	Biraz Önemli	0,434	,002*	[1,544]
	Pek Önemli Değil	0,800	,008*	[2,226]
	Hiç Önemli Değil	0,798	,017*	[2,221]
Gelir		0,074	,028*	[1,076]
Siyasi Görüş		-0,104	,000*	[0,901]

*p<0.1

- Hiç eğitim almayanlara göre eğitim seviyesindeki her artış, nikâhsız bir arada yaşayan çiftleri komşu olarak tercih etme durumunu arttırmaktadır. Nikâhsız çiftlerle komşu olma ihtimali en çok üniversite mezunlarında gözlemlenmektedir.
- Çalışanlara göre kendi işimin sahibiyim diyenlerin ve iş arayanların nikahsız bir arada yaşayan çiftlerle komşu olma durumu azalmaktadır. Çalışanlara göre öğrencilerin ise nikâhsız bir arada yaşayan çiftleri komşu olma durumunu artmaktadır.
- Dini inançtaki azalış nikâhsız bir arada yaşayan çiftlerle komşu olma durumunu arttırmaktadır.
- Gelirdeki her bir birimlik artış, nikâhsız çiftlerle komşu olma durumunu arttırmaktadır.
- Sağ yönelimli siyasi görüşe yatkın olanların nikâhsız bir arada yaşayan çiftleri komşu olarak isteme durumu azalmaktadır.

Tablo 12: *Farklı Bir Anadil Konuşanlarla & Komşu Olma Olasılığı (Lojistik Regresyon)*

β		Farklı Bir Anadil Konuşanlar		
		Sig	Exp (β)	
Yaş	18-34 yaş arası(ref)	-	-	-
	35-49 yaş arası	0,026	,874	[1,026]
	50-64 yaş arası	-0,160	,476	[0,852]
	65 yaş ve üzeri	-1,062	,000*	[0,346]
Medeni Durum	Evli	0,351	,064*	[1,421]
	Evli Gibi Birlikte yaşıyor	-0,107	,866	[0,899]
	Boşanmış	0,147	,728	[1,159]
	Evli Eşinden Ayrı Yaşıyor	-0,587	,468	[0,556]
	Dul	0,906	,015*	[2,474]
	Bekar(ref)	-	-	-
Çalışma Durumu	Çalışan(ref)	-	-	-
	Kendi işimin sahibiyim	,633	,011*	[1,883]
	Emekli	,419	,094*	[1,520]
	Ev kadını	-,119	,609	[0,888]
	Öğrenci	,866	,007*	[2,378]
	İş arayan	,351	,258	[1,420]
Gelir		,090	,007*	[1,094]
Siyasi Görüş		-,109	,000*	[0,897]

*p<0.1

- 18-34 yaş arasındaki bireylere göre 65 yaş ve üzeri bireylerin farklı bir anadil konuşanları komşu olarak isteme durumu azalmaktadır.
- Bekârlara göre evlilerin farklı bir anadil konuşanları komşu olarak isteme durumu artmaktadır.
- Çalışanlara göre kendi iş yerimin sahibiyim diyenler, emekliler ve öğrenciler farklı bir anadil konuşanları komşu olarak isteme durumu artmaktadır.
- Gelirdeki her bir birimlik artış, farklı bir anadil konuşanlarla komşu olma durumu artmaktadır.
- Sağ yönelimli siyasi görüşe yatkın olanların farklı bir anadil konuşanları komşu olarak isteme durumu azalmaktadır.

SONUÇ VE TARTIŞMA

Türk toplumunun komşu olarak istemediği bireyler ve sosyal gruplar, bu çalışmada kentsel uyum (başka bir ırka mensup olanlar, göçmenler, eşcinseller, nikâhsız bir arada yaşayan çiftler, farklı bir anadili konuşanlar ve başka bir dine inanlar) ve güvenlik (uyuşturucu madde kullananlar, çok içki içenler ve AİDS hastası olanlar) çerçevesinde değerlendirilmiştir. Nihayetinde kişilerde kentsel güvenlik kaygısının daha baskın olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Kentsel uyum noktasında en fazla istenmeyen sosyal grup ise (%83,3) eşcinsellerdir. Farklı etnik kimliklere sahip grupların sosyal kaynaşma düzeylerini ele alan bir çalışmada da tüm etnik kimlerin yüksek oranda (%73,3) eşcinselleri komşu olarak istemedikleri belirlenmiştir (Duman ve Alacahan, 2011: 238). Geleneksel kültürel kodlara ve normlara sahip, sağ tandanslı muhafazakâr bir toplum için bu sonuçlar şaşırtıcı değildir. Alan yazında gerçekleştirilen araştırmalar Türk toplumunun eşcinsellere yönelik olumsuz düşünce ve pratiklere sahip olduğunu ortaya koymaktadır (bkz. Sakallı ve Uğurlu, 2002; Güney, Kargı ve Çorbacı-Oruç, 2004; Çırakoğlu, 2006; Gelbal ve Duyan, 2006). Sosyalleşme sürecinde öğrenilen ve sosyal roller etrafında şekillenen cinsel kimlik aynı zamanda geleneksel ve dinsel kodlarla denetlenmekte ve kontrol altında tutulmaktadır. Bu nedenle Türk toplumu gibi "toplumcu" bir sosyal yapıda farklılaşan cinsel yönelimler kozmopolit kentsel mekânlarda bile saklanma/kamufle olma gerekliliğini/zorunluluğunu derinden hissedebilmektedir. Batı toplumlarıyla karşılaştırıldığında anlamlı bir farklılığın olmasının nedeni de budur. Bireysel bir kültür üzerine temellenen seküler bir toplumsal yapıda farklılaşan cinsel yönelimlerin kabulü söz konusu olabilmektedir.

Kentsel uyum çerçevesinde eşcinsellerden sonra komşu olmak istenmeyen sosyal gruplar arasında nikâhsız bir arada yaşayan çiftler gelmektedir. Batı toplumlarında aile ve evlilik gibi kurumsal yapıların çözülmesi, birlikte yaşamayı tercih eden birey sayısının artması ve evlilik dışı doğan çocukların yüzdesi (bkz. Fukuyama, 2000) gibi hususlara nazaran Türk toplumunun "toplumcu" yapısı, geleneksel ve dinsel temalarla çevrili sınırları ve ayrıca sağ yönelimli siyasal eğilimi gibi değişkenler bu noktada anlamlı bir mesafenin oluşmasına sebebiyet vermektedir. Öyle ki Batı toplumlarında sıradanlaşan bir yaşam tarzı Türk toplumunda kabul edilemez bir gerçekliğe dönüşmektedir. Yılmaz Esmer (2012) öncülüğünde gerçekleştirilen araştırmada kişilere yöneltilen *"Hangi grubun komşunuz olmasını istemezsiniz?"* sorusuna katılımcıların %84'ü eşcinseller yanıtını vermiştir. Bunu sırasıyla (%74) AİDS'liler, (%68), nikâhsız yaşayan çiftler, (%64) Tanrıya inanmayanlar, (%54) şeriat yanlıları, (%48) Hıristiyanlar izlemektedir. Dolayısıyla Türk toplumunun komşu tercihini belirleyen temel unsur olarak dini kimlikler ve hassasiyetler ifade edilebilir.

Batı toplumlarında etnik ve/veya dini kimlik üzerinden politika yapan, özellikle Müslüman göçmenlerin yerleşik hale gelmesine, İslam karşıtlığına ve yaşanan mülteci krizine dair karşı söylemler üreten, giderek "ana akım" olmaya başlayan partiler (Kallis, 2015: 11) Avrupa'da yükselen ırkçılığı ve yabancı düşmanlığını teyit etmektedir. Öyle ki Avrupa Irkçılık ve Yabancı Düşmanlığı İzleme Merkezi (European Monitoring Centre on Racism and Xenophobia) tarafından kaydedilen vakalar ile çeşitli kurum ve kuruluşlar tarafından gerçekleştirilen kamuoyu araştırmaları da böyle bir durumun varlığını ortaya koymaktadır (bkz. Aygül, 2017). Buna rağmen Batı toplumları ile karşılaştırıldığında "öteki" ile bir arada yaşama imkânı/komşu olma durumunun Türkiye'de daha düşük düzeyde kaldığı görülmektedir. Türkiye'de farklı bir anadili konuşanlar %70 ile en fazla kabul edilebilir komşu statüsündedir. Hakkâri'de yaşayan Kürt kadınlar ile gerçekleştirilen bir çalışmada katılımcıların sadece %12'sinin Türk komşusunun olmasını istemediği belirlenmiştir. Oysa aynı çalışmada katılımcılar %56 oranında ateistleri, %52 oranında Hıristiyanları ve %44 oranında Yahudileri komşu olarak tercih etmemektedir. Bu noktada teyit edilen gerçeklik kişilerin komşuluk tercihlerini belirleyen temel unsurun etnik kimlikten ziyade dini hassasiyetler ve kimlikler olduğudur (Metin & Enneli, 2017: 75). Seçilen Batı toplumlarında ise Türkiye'ye en yakın göstergelere sahip ülke Almanya'dır. Ancak dikkat edilirse bu ülkedeki en düşük yüzdelik, göçmenler/yabancı işçiler sosyal kategorisinde olup, bu noktada bile oran ancak %75,9'a düşmektedir. Dolayısıyla bu veriler, Batı toplumları için düşünce ve pratik arasında anlamlı bir mesafenin olduğunu göstermektedir. Diğer bir ifadeyle farklılıklara sahip bireylerle/ötekilerle/marjinallerle komşu olabilirim diyenler bu düşünceyi pratiğe dökememektedir. Eşcinsellere ve nikâhsız bir arada yaşayan çiftlere karşı geliştirilen düşünce ve pratiklerin geleneksel ve dinsel içeriklerle korunması ve sürdürülebilmesi nasıl Türk toplumu için bir realiteyse yine benzer yapı, bu sefer, karşıt olarak aynı toplumsal düzlemde ırkçılık ve yabancı düşmanlığı gibi toplumsal patolojilerin de üretilmesini yasak etmiştir. Ayrıca söz konusu verileri, Türk toplumunun komşuya ve komşuluk ilişkilerine verdiği öneme, yaşanan etkileşimlerin ve paylaşımların yoğunluğuna ve mahrem olanın korunmasına yönelik kaygıya bağlı olarak da değerlendirilmesi gerekir. Bu sosyal hâl ister istemez kendisine benzeyeni/yakın olanı komşu olarak istemektedir.

Bağımsız değişkenler çerçevesinde konu değerlendirildiğinde ise temel birkaç husus dikkat çekicidir. Kişinin eğitim ve gelir seviyesi arttıkça kentsel uyum olasılığı da artmakta ve nihayetinde farklılıklarla bir arada yaşayabilme olasılığı yükselmektedir. Bütün sosyal kategorilerde gelir en belirleyici etken iken eğitim ise sadece dört kategoride (AİDS, eşcinseller, başka dine mensup olanlar ve nikâhsız bir arada yaşayan çiftler) belirle-

yici bir faktördür. Benzer şekilde öğrencilerin (ve gençlerin) farklılıklarla bir arada yaşama isteği diğer sosyal/mesleki statülere göre daha yüksektir. Kentsel uyumu engelleyen temel faktörler ise sağ tandanslı ve/veya dindar olma hali ile ilişkilidir. Özellikle bütün kentsel uyum göstergelerinde sağ tandanslı bireylerin, burada ifade edilen sosyal kategorileri, komşu olarak isteme durumu azalmaktadır. Yaşamında dinin önemli olmadığını ifade eden katılımcıların eşcinselleri ve nikâhsız bir arada yaşayan çiftleri komşu olarak isteme durumu artmakta buna karşın başka bir dine mensup olanları komşu olarak isteme durumu azalmaktadır. Diğer bir ifadeyle din ve siyasal görüş de eğitim ve gelir durumu kadar komşu tercih etme durumunu belirleyebilmektedir. Kentsel güvenlik kaygıları çerçevesinde ise gelir, eğitim, din ve siyasal görüşün başat faktörler olduğu görülmektedir.

Bu metinde sıklıkla dile getirildiği gibi Türk toplumunun geleneksel, muhafazakâr ve/veya dindar görünümü, sağ yönelimli siyasal görüşün yoğunluğu ve "toplumcu toplum" yapısı ister istemez komşu ve komşuluk ilişkilerinin değerlendirilmesi noktasında dikkate alınması gereken hususlardır. Batı toplumları gibi bireysellik üzerine yükselen bir sosyal yapı olmadığı için kozmopolit kentsel mekânlarda bile komşuluk gibi kolektivitelerin varlığı hala belirli noktalarda önemini koruyabilmektedir. Bu nedenle korunan ve kollanan sınırlar çerçevesinde farklı/öteki/marjinal olanı değerlendirme Batı toplumları ile karşılaştırıldığında anlamlı bir farklılığa sebebiyet verebilmektedir. Bunun nedeni farklı olana karşı geliştirilen önyargılardan ziyade kendisine benzeyen kişi veya kişilerin yakınında olmasını/komşu olmasını isteme diğer bir deyişle güven duygusu verme ve alma ile ilişkilidir.

KAYNAKÇA

Alver, K. (2007). *Siteril hayatlar: Kentte mekânsal ayrışma ve g*üvenlikli *siteler.* Ankara: Hece.

Alver, K. (2012). Komşuluk. K. Alver (Ed.), *Kent sosyolojisi* (341-348), Ankara: Hece.

Arslan, H. (2015). Farklı gelir gruplarına yönelik TOKİ konutlarında komşuluk ilişkileri ve konut ve çevresinden memnuniyet, *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,* 8 (1), 111-131.

Ayata, S. ve Ayata, A. G. (1996). *Konut, komşuluk ve kent k*ültürü. Ankara: T.C. Başbakanlık Toplu Konut İdaresi Başkanlığı.

Aygül, H. H. (2017). Seküler ve çokkültürlü Avrupa'da Müslümanlar: Birlikte yaşamak mümkün mü?. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, *9*(22), 55-76.

Bauman, Z. (2001). *Parçalanmış hayat: Postmodern ahlâk denemeleri.* İ. Türkmen (Çev.), İstanbul: Ayrıntı.

Beck, U. (2011). *Risk toplumu: Başka bir modernliğe doğru.* K. Özdoğan & B. Doğan (Çev.), İstanbul: İthaki.

Castels, M. (2006). Enformasyon çağı: Ekonomi, toplum ve kültür. İkinci Cilt: *Kimliğin g*ücü. E. Kılıç (Çev.), İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi.

Crow, G., Allan, G. ve Summers, M. (2002). Neither busybodies nor nobodies: Managing proximity and distance in neighbourly relations. *Sociology,* 36(1), 127-145.

Çakır, B. (2005). İstanbul'da eski ve yeni yerleşim yerlerinde komşuluk ilişkilerinin karşılaştırılmasına yönelik bir araştırma'. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İT Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Çırakoğlu, O. C. (2006). Perception of homosexuality among Turkish university students: The roles of labels, gender, and prior contact. *The Journal of Social Psychology*, *146* (3), 293-305.

Duman, B., ve Alacahan, O. (2011). Etniklik ve sosyal kaynaşma ilişkisi: Adana örneği. *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, *12*(1), 223-245.

Durkheim, E. (2006). Toplumsal işbölümü. Ö. Ozankaya (Çev.), İstanbul: Cem.

Esmer, Y., Ertunç, B. ve Pekiner, Y. (2012). *Türkiye değerler atlası 2012: Değişimin kültürel sınırları*. İstanbul: Bahçeşehir Üniversitesi Yayınları.

Firebaugh, G. ve Schroeder, M. B. (2009). Does your neighbor's income affect your happiness?. *American Journal of Sociology*, 115(3), 805-831.

Fox, B. J., Fox, J. ve Marans, R. W. (1980). Residential density and neighbor interaction. *The Sociological Quarterly*, 21(3), 349-359.

Fukuyama, F. (2000). *Büyük* çözülme: İnsanın *doğası ve toplumsal d*üzenin *yeniden oluşumu.* Z. Avcı & A.T. Aydemir (Çev.), İstanbul: Sabah Kitapları.

Gelbal, S. ve Duyan, V. (2006). Attitudes of university students toward lesbians and gay men in Turkey. *Sex Roles*, *55*(7-8), 573-579.

Gölcük, M. (2007). Kentleşme sürecinde akrabalık ve komşuluk kültürü (Afyon Karahisar Örneği). Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyon.

Güney, N., Kargı, E. ve Çorbacı-Oruç, A. (2004). Üniversite Öğrencilerinin Eşcinsellik Konusundaki Görüşlerinin İncelenmesi. *Turkish Journal of HIV/AIDS*, *7*, 131-137.

Harris, D. R. (2001). Why are whites and blacks averse to black neighbors?. *Social Science Research*, *30* (1), 100-116.

Kallis, A. (2015). *Avrupa'da radikal sağın yükselişi*. İstanbul: SETA.

Kargı, B. (2008). Komşu bağlamında üç kısa hikâyede uzamın rolü. *Çukurova Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, *3*(35), 50-58.

Koyuncu, A. (2005). Konya'da komşuluk ilişkileri. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

Koyuncu, A. (2009). Küresel kentte komşuluk. *Selçuk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, (22), 23-42.

Lefebvre, H. (2014). Mekânın üretimi. I. Ergüden (Çev.), 2 Baskı, İstanbul: Sel.

McGahan, P. (1972). The neighbor role and neighboring in a highly urban area. *Sociological Quarterly,* 13(3), 397-408.

Metin, T. ve Enneli, P. (2017). Hakkârili kürt müslüman kadınların öteki inşası-çocuklarım kiminle evlensin ve komşum kimlerden olsun?. *Alternatif Politika*, *9*(1), 61-84.

Nirun, N. (1991). *Sistematik sosyoloji y*önünden *sosyal dinamik b*ünye *analizi*. Ankara: Atatürk Kültür Merkezi.

Özparlak, F. & Meşhur, M. Ç. (2012). Sokaktan Siteye Dönüşen Yarı Kamusal Mekânlar: Komşuluk İlişkileri Üzerine. *Mimarlık Dergisi*, 36(5), 1-5.

Perren, K., Arber, S. ve Davidson, K. (2004). Neighbouring in later life: The influence of socio-economic resources, gender and household composition on neighbourly relationships. *Sociology*, 38(5), 965-984.

Piekut, A. ve Valentine, G. (2017). Spaces of encounter and attitudes towards difference: A comparative study of two european cities. *Social Science Research*, 62, 175-188. http://dx.doi.org/10.1016/j.ssresearch.2016.08.005

Prens Sabahattin (1965). *Türkiye nasıl kurtarılabilir*. M. Sencer (Çev.) İstanbul: Elif.

Sakalı, N. ve Uğurlu, O. (2002). Effects of social contact with homosexuals on heterosexual Turkish university students' attitudes towards homosexuality. *Journal of Homosexuality*, *42*(1), 53-62.

Taylor, C. (2014). Tanınma politikası. Y. Salman (Çev.). A. Gutmann, (Ed.), Çok-kültürcülük (ss.46-93), İstanbul: Yapı Kredi.

Tolsma, J. ve van der Meer, T. W. G. (2018). Trust and contact in diverse neighbourhoods: An interplay of four ethnicity effects. Social Science Research, 73, 92-106. https://doi.org/10.1016/j.ssresearch.2018.04.003

Wirth, L. (1938). Urbanism as a way of life. *American Journal of Sociology*, 44(1), 1-24.

Yıldız, M.C. ve Gündüz. M. (2011). Sosyo-kültürel değişim sürecinde komşuluk. TÜBİTAK Proje No: 109K075, Elazığ.

Yılmazöz, Ü. (2010). Kentsel dönüşüm sonrası komşuluk ilişkileri. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Konya.

World Values Survey (2012). URL: http://www.worldvaluessurvey.org/wvs.jsp. 15.11.2017

DUYGU DURUMLARI PROFİLİ ÖLÇEĞİNİN (PROFILE OF MOOD STATES - POMS) TÜRKÇEYE UYARLANMASI

Yeliz KINDAP TEPE[1], Barış ERDAL*[2]

BÖLÜM 10

1 Doç. Dr., Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Psikoloji Bölümü
2 Doç. Dr., Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Müzik Bilimleri Ana Bilim Dalı, *Corresponding Author: berdalan@gmail.com

DUYGU DURUMLARI PROFİLİ ÖLÇEĞİNİN (PROFİLE OF MOOD STATES - POMS) TÜRKÇEYE UYARLANMASI

Yeliz KINDAP TEPE[1], Barış ERDAL*[2]

GİRİŞ

Bireylerin duygu durumlarını değerlendirmek için öz bildirime (self-report) dayalı bir dizi ölçme aracı mevcuttur. Duygu durum ölçekleri, bireylerde oluşan psikolojik değişimlerin belirlenmesinden psikiyatrik teşhis ve sınıflandırmalara kadar birçok alanda kullanılmaktadır. Anlık duygu durumu ya da ruh hali, birkaç dakikadan birkaç haftaya kadar sürebilen ve genellikle bilinmeyen zihinsel süreçlerden ortaya çıkan duygusal bir durumu ifade eder (Thayer, 1989; Goldsmith, 1994; Ekman ve Davidson, 1994). Yapılan araştırmalar ruh halinin, insanların stratejik kişilerarası davranışları algılama, yorumlama, planlama ve yürütme şeklini ve böylece hem bireyin kişisel dünyasını hem de sosyal iletişimi ve ilişkilerini etkilediğini göstermektedir (Argus ve ark., 2004). Bu nedenle gerekli olan durumlarda, ruh hali ya da duygu durumlarını güvenilir bir şekilde hem teşhis hem de tedavi amaçlı belirlemek önemlidir. Türkiye›de ruh halini ölçen ve geçerlilik ve güvenilirlik çalışması yapılmış araştırmalar bulunmaktadır. Ancak bunlar arasında özellikle kısa süreli durumsal ruh hali değişikliklerini ergen ve yetişkin profiller için değerlendirebilenlerin oldukça sınırlı olduğu anlaşılmıştır. Bu nedenle bu çalışmanın amacı, Duygu Durumları Profilinin (Profile of Mood States-Duygu Durumları Profili) kısa versiyonunun Türkçeye uyarlamasını yapmak ve psikometrik özelliklerini incelemektir.

Duygu Durumları Profili Ölçeği toplam 65 maddeden oluşmaktadır ve ilk olarak McNair, Lorr ve Droppleman (1971) tarafından bireylerin genel ruh halini değerlendirmek için geliştirilmiştir. Ölçek altı alt boyuttan oluşmaktadır. Bunlar: Öfke, karmaşa-şaşkınlık, depresyon, yorgunluk, gerilim ve dinçliktir. Sonraki çalışmalarda bu boyutlara bir faktör daha eklenmiş ve ölçek yedi farklı ruh halini değerlendirmek için tekrar tasarlanmıştır (McNair, Lorr ve Droppleman, 1992). Böylece ölçeğin temel alt boyutları yorgunluk-uyuşukluk, öfke-düşmanlık, dinçlik-hareketlilik, karmaşa-şaşkınlık, depresyon-üzüntü, gerginlik-endişe ve arkadaşlık olarak belirlenmiştir. Öfke, hafiften yoğunluğa diğer bir deyişle öfkenin şiddetlenmesinden çileden çıkmaya kadar değişen ve otonom sinir sisteminin uyarılması ile ilişkili duygular ile belirlenir (Spielberger, 1991). Karışıklık ve şaşkınlık, belirsizlik

1 Doç. Dr., Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Psikoloji Bölümü
2 Doç. Dr., Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Müzik Bilimleri Ana Bilim Dalı, *Corresponding Author: berdalan@gmail.com

duyguları ile karakterize olan ve dikkat ve duyguları kontrol etmedeki genel bir başarısızlıkla ilişkili olan bir duygu halidir. Depresyon ve umutsuzluk, kişisel eksiklik, değersizlik ve kendini suçlama gibi temalarla karakterize edilen olumsuz bir kişisel şema ile ilişkilidir (Beck ve Clark, 1988). Yorgunluk, zihinsel ve fiziksel yorgunluk duygularıyla belirlenir. Gerginlik, endişe, sinirlilik ve kaygı gibi hislerle belirlenir. Dinçlik ise heyecan, uyanıklık ve fiziksel enerji duygularıyla tanımlanır (Terry ve ark., 1999).

Duygu Durumları Profili Ölçeği şimdiye kadar birçok farklı alanda ve ülkede sıklıkla kullanılmıştır. Ayrıca anılan ölçek bir çok farklı dile çevrilmiştir. Örneğin Arapça (Aroian, Kulwicki, Kaskiri, Templin ve Wells, 2007), Almanca (Bullinger, Heinisch, Ludwig ve Geier, 1990), Çince (Chen, Snyder ve Krichbaum, 2002), Felemenkçe (De Groot, 1991), İspanyolca (Fernandez, Fernandez ve Pesqueira, 2000), Fıransızca (Fillion ve Gagnon, 1999), Korece (Shin ve Colling, 2000), İbranice (Netz, Zeav, Arnon ve Daniel, 2005), Japonca (Yokoyama, Araki, Kawakami ve Tkakeshita, 1990) Türkçedir (Selvi, Gulec, Aydin ve Besiroglu, 2011).

İlgili literatür incelendiğinde Duygu Durumları Profili Ölçeğinin çok farklı alanlarda farklı madde sayılarıyla kullanıldığı görülmektedir. Örneğin beden eğitimi alan ergenler ile yapılan bir araştırmada (Green ve diğerleri, 1995; Newcombe ve Boyle, 1995), çeşitli spor aktivitelerine katılan bireylerle yapılan bir araştırmada (Goss, 1994; Fry ve diğerleri, 1995) ve klinik ortamdaki (Walker ve Sprague, 1988) kişilerin ruh halini belirlemek için kullanılmıştır. Ayrıca Hollander ve arkadaşları (1995), genç sporcuların aşırı egzersiz sendromunda ruh hali değişikliklerini belirlemek amacıyla bir gösterge olarak Duygu Durumları Profili Ölçeği kullanımını önermiştir (bkz. Budgett, 1990). Ayrıca ölçeğin uykuyla ilgili çalışmalarda(Lewis, Blagrove ve M, Ebden, 2002; Kamdar, Kaplan, Kezirian ve Dement 2004); fizyolojik ve biyolojik değişkenler ile ruh hali değişiklikleri arasındaki ilişkileri inceleyen çalışmalarda (Hohlagschwandtner, Husslein, Klier ve Ulm, 2001; Nasta, Grussu, Quatraro, Cerutti ve Grella, 2002); farklı uygulamalardan sonra oluşan ruh hali değişikliklerini belirlemeye çalışan çalışmalarda (Kenny ve Faunce 2004; Woolery , Myers, Sternlieb ve Zeltzer, 2004) sıklıkla kullanıldığı görülmektedir. Diğer yandan orijinal 65 maddelik Duygu Durumları Profili Ölçeğin tamamlanması çok uzun sürdüğü için eleştirilmiştir (Shacham, 1983; Grove ve Prapavessis, 1992; Curren ve ark., 1995). Süre kısıtlaması olan durumlar için uygun olmadığı düşünülen Duygu Durumları Profili Ölçeğinin birkaç kısaltılmış versiyonu geliştirilmiştir (Grove ve Prapavessis, 1992; McNair ve ark., 1992; Shacham, 1983). Orijinal Duygu Durumları Profili Ölçeği ve kısaltılmış türevlerinde bulunan maddeler, 18 yaş ve üzeri lisans öğrencilerinin verdiği yanıtlar üzerinden üretilmiştir. Ayrıca Duygu Durumları Profili Ölçeği bazı maddelerinin, diğer kültürel bağlamlarda açıklama gerektirebilecek "bit-

kin-yorgun" ve "mavi-bulanık" gibi belirgin bir Kuzey Amerika yönelimi olduğu da belirtilmiştir (Grove ve Prapavessis, 1992). Bir diğer eleştiri ise bugüne kadar bir çalışma haricinde Duygu Durumları Profili Ölçeği (McNair ve ark., 1971) ve kısaltılmış versiyonlarının (Grove ve Prapavessis, 1992; McNair ve ark., 1992; Shacham, 1983) doğrulayıcı faktör analizi kullanılarak sınırlı sayıda araştırmada incelenmesidir.

Ülkemizde ruh hali değerlendirmelerine yönelik ilgili alan yazını incelendiğinde duyguları ölçmek amacıyla Pozitif Negatif Duygular Ölçeği (PANAS) gibi kullanılan farklı ölçüm araçlarının bulunduğu görülmektedir (Gençöz 2000; Watson, Clark ve Tellegen, 1988). Ancak PANAS birçok uzmandan tarafından bazı durumlarda gereken detayları sağlamadığı için eleştirilmiştir. Diğer yandan ülkemizde Duygu Durumları Profili Ölçeği kullanan sınırlı sayıda araştırma olduğu ve bu araştırmaya konu olan ölçeğin daha çok psikiyatrik çalışmalarda kullanıldığı anlaşılmaktadır (Güzel ve ark., 2015; Özdemir ve ark., 2015; Özdemir ve ark., 2014). Dolayısıyla bu araştırmada, Duygu Durumları Profili Ölçeğiyle ilgili alandaki eksikliği giderebilmek için ölçeğin kısaltılmış versiyonunun Türkçeye uyarlamasını yapmak ve doğrulayıcı faktör analizi özellikleri ile diğer psikometrik özelliklerini klinik olmayan bir grupta incelemek amaçlanmıştır.

1. YÖNTEM

1.1. Örneklem

Araştırmaya Türkiye'nin farklı şehirlerinde yaşayan 418'i (%77.6) kadın, 121'i erkek (%22.4) toplam 539 kişi katılmıştır. Katılımcıların yaş ortalaması 21.34'dür (S = 1.96, ranj = 18-25).

1.2. Veri Toplama Araçları

*Duygu Durumları Profili Ölçeğ*i. 65 maddeden oluşan ölçek McNair ve arkadaşları (1971) tarafından bireylerin genel ruh hali yapısını belirlemek için geliştirilmiştir. Ölçek altı alt boyuttan oluşmaktadır. Öfke, karmaşa-şaşkınlık, depresyon, yorgunluk, gerilim ve dinçlik. Sonraki çalışmalarda bu boyutlar yedi farklı ruh halini değerlendirmek için tasarlanmıştır. Bunlar yorgunluk-uyuşukluk, öfke-kızfgınlık-düşmanlık, enerji-dinçlik-hareketlilik, karmaşa-afallama-şaşkınlık, depresyon-üzüntü, gerginlik-endişe ve arkadaşlık olarak belirlenmiştir. Bu çalışmada arkadaşlık dışındaki ilk altı boyut ele alınmıştır. Ölçek, kısa tedavi veya değerlendirme süreci boyunca duygusal değişikliklerin değerlendirilmesi için önerilmiştir. Her madde beş dereceli bir ölçek üzerinden puanlanmaktadır (1-hiç, 5-çok). Ölçek «Aşağıda farklı duygulardan oluşan bir liste verilmiştir. Her bir duyguyu genel olarak ne kadar yaşadığınızı, kendinizi genel olarak nasıl hissettiğinizi düşünerek, uygun seçeneğin altına çarpı işareti koyarak

(X) işaretleyiniz." yönergesi ile kullanılmıştır. Ölçek hem alt boyut temelli kullanılabildiği gibi Toplam Duygu Durum Bozukluğu (TDDB) puanı elde edilerek de kullanılabilmektedir. TDDB, olumsuz duygu durumu temsil eden alt ölçeklerin toplam puanından (gerginlik, kızgınlık, yorgunluk, depresyon ve karışıklık) olumlu duygu durumu temsil eden (saygı ve enerji) alt ölçeklerin toplam puanının çıkarılmasıyla hesaplanmaktadır.

Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği (Rosenberg Self-Esteem Scale). Rosenberg (1965) tarafından geliştirilen ölçekte 5 madde kendilikle ilgili negatif yönelimi, 5 maddesi ise pozitif yönelimi ölçmektedir ve ölçek 4 derece üzerinden değerlendirilmektedir (1- çok doğru, 4- çok yanlış). Ülkemizde ölçeğin güvenirlik çalışması Çuhadaroğlu (1986) tarafından lise öğrencileri üzerinde yapılmıştır. Ölçeğin bu araştırmadaki Cronbach Alfa iç tutarlık katsayısı .70 olarak bulunmuştur.

Depresif Belirtiler Ölçeği. Radloff (1977) tarafından geliştirilen ölçek 12 maddeden oluşmakta ve 5 derece üzerinden puanlanmaktadır (1-nadiren ya da hiçbir zaman, 5-çoğunlukla ya da her zaman). Ölçeğin Türkçeye uyarlaması Sayıl ve Kındap (2016) tarafından yapılmış olup Cronbach Alphası .85 olarak bulunmuştur. Bu araştırma kapsamında ise ölçeğin Cronbach Alphası .82'dir.

UCLA Yalnızlık Ölçeği: Russell, Peplau ve Cutrona (1980) tarafından klinik ve klinik olmayan gruptaki yetişkinler için geliştirilen ölçek, sosyal ilişkilerden alınan doyumu değerlendiren 20 maddeden (8 ters ve 12 düz) oluşmaktadır ("Kendimi grup dışına itilmiş hissediyorum"). Her bir madde dört dereceli ölçek üzerinden (1- hiç yaşamam, 4- sık sık yaşarım) değerlendirilmektedir. Ölçekten elde edilen yüksek puan bireyin yalnızlık düzeyinin yüksek olduğuna işaret etmektedir. Russell ve arkadaşlarının (1980) yeniden gözden geçirme çalışmasında ölçeğin Cronbach Alfa iç tutarlık katsayısı .94 olarak bulunmuştur. Ölçeğin ülkemizdeki geçerlik güvenirlik çalışması Demir (1989) tarafından 18-51 yaş grubundaki klinik ve klinik olmayan grupta yapılmış, Cronbach Alfa iç tutarlık katsayısı .96, beş hafta arayla uygulanan test-tekrar test yöntemi elde edilen korelasyon katsayısı ise .94 olarak bulunmuştur. Bu araştırmada ölçeğin 9 maddelik kısa formu kullanılmıştır. Bu araştırma kapsamında ise ölçeğin Cronbach Alphası .86'dir.

1.3.İşlem

Araştırmanın uygulama formu Google Formlar kullanılarak hazırlanmış ve ilgili link adresi üzerinden yürütülmüştür(https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSewNQLV0mr9LMYF85sp73aLxVY635H2EUyMqgNaZqBRILiwgw/viewform?usp=sf_lin). Araştırma kartopu metodu ile internet üzerinden Türkiye genelindeki üniversite öğrencilerine ulaşıla-

rak gerçekleştirilmiştir. Yapılacak işlem öncesinde katılımcılara bilgilendirilmiş onam formu sunulup araştırmanın sınırlılıkları, gizlilikleri ve kapsamı hakkında bilgiler verilmiştir. Uygulamalar toplam 15 dakika sürmüştür.

2. Bulgular

Analizlerde Lisrel 8.54 (Jöreskog ve Sörbom, 1999) programıyla Kovaryans Matrisleri oluşturulmuş ve en yüksek olasılık tahmini (maximum likelihood estimation) kullanılmıştır. Veri incelendiğinde tek yönlü ve çok yönlü normallik sayıtlısının sağlanamadığı (örn., skewness ve kurtosis) görülmüş bu nedenle asimptotik kovaryans matriksi kullanılmış ve Satorra-Bentler Ki Kare (SBS_ χ^2 Satorra-Bentler, 1994) değeri temel alınmıştır. Modelin uyumuyla ilgili olarak, χ^2 (Ki-Kare) testinin örneklem büyüklüğüne duyarlı olması nedeniyle sd/χ^2 oranı ölçütü dikkate alınmış, 1/5'in altındaki oran, iyi uyum olarak değerlendirilmiştir. Önerilen model ile verinin uyumu RMSEA (Root-Mean-Square Error of Approximation), CFI (Comparative Fit Indices) ile değerlendirilmiştir. Bu araştırma için kabul edilebilir uyum indeksleri RMSEA için .08 ve altı (Hu ve Bentler, 1999); CFI için .95 ve üzeri olarak belirlenmiştir. Model karşılaştırması için Satorra-Bentler Ki Kare farklılık testi kullanılmıştır.

2.1.Doğrulayıcı Faktör Analizi

Duygu Durumları Profili Ölçeğinin faktör yapısını belirlemek için doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Doğrulayıcı faktör analizi sonucunda SBS_ χ^2 (719, N = 539) = 2825.14, p < .001, RMSEA = .07, CFI = .94 yedi faktörlü model ile verinin görece iyi uyum gösterdiği görülmüştür. Modelde değişiklik indeksi (modification index) 4. madde (mutsuz) ve 8 madde (üzgün) maddeleri arasındaki hataların ilişkilendirilmesi yoluyla ilk modelin kuvvetlendirilmesini önermiştir. Anılan maddeler incelendiğinde üzgünlük ve mutsuzluğun benzer algılandığı düşünülmüş ve bu gerekçeyle maddelerin hataları ilişkilendirilmiştir. Bu yönde geliştirilmiş olan modele dair analiz sonuçları, model ile verinin anlamlı olarak uyuştuğunu ortaya koymuştur SBS_ χ^2 (719, N = 539) = 2663.26, p < .001, RMSEA = .07, CFI = .95. İki model arasındaki farkın anlamlı olduğu ve yapılan değişikliğin model uyumuna anlamlı olarak katkıda bulunduğu görülmüştür (ΔSBS_ χ^2 (1) = 161.8, p < .001).

Modeldeki tüm standartlaştırılmış faktör yükleri incelendiğinde kinci, mahcup ve utanmış maddeleri dışında tüm maddelerin faktör yüklerinin .40 üzerinde olduğu belirlenmiştir. Mahcup ve utanmış maddelerinin ters kodlanmasından kaynaklı olarak anlaşılmadığı ve bulunduğu faktörle yüksek korelasyon göstermediği düşünülmüş ve analiz dışı bırakılmasına karar verilmiştir. Kızgınlık alt boyutunda yer alan kinci maddesinin faktör

yükünün .35 olması nedeniyle analiz dışı bırakılmasına karar verilmiştir. Gerginlik alt boyutu için faktör yüklerinin .47 ile .87; kızgınlık alt boyutu için .52 ile .85; yorgunluk alt boyutu için .72 ile .86; depresyon alt boyutu için .59 ile .80; saygı alt boyutu için .50 ile .70; enerji alt boyutu .57 ile .85; ve karışıklık alt boyutu için .40 ile .70 arasında değiştiği ve bu değerlerin istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmüştür.

Tablo 1. *Duygu Durumları Profili Ölçeğinin standartlaştırılmış faktör yükleri*

Alt boyut	Madde	Faktör yükü
Gerginlik	Gerilmiş	.63
	Aşırı hassas	.47
	Tedirgin	.83
	Huzursuz	.87
	Asabi	.50
	Kaygılı	.76
Kızgınlık	Kızmış	.72
	Asık suratlı	.52
	Sinirli	.85
	Kinci	.35
	Barut gibi	.61
	Öfkeli	.85
Yorgun	Bitkin	.72
	Yorgun	.76
	Tükenmiş	.86
	Bezmiş	.84
	Halsiz	.77
Depresyon	Mutsuz	.72
	Üzgün	.72
	Umutsuz	.80
	Hevesi kırılmış	.72
	Zavallı	.59
	Çaresiz	.80
	Değersiz	.67
Saygı	Gururlu	.50
	Utanmış (R)	.10
	Yetenekli	.57
	Kendine güvenen	.73
	Memnun	.60
	Mahcup (R)	.11
Enerji	Hareketli	.85
	Aktif	.84
	Enerjik	.85
	Girişken	.57
	Dinç	.63
Karışıklık	Kafası karışmış	.70
	Odaklanamamış	.67
	Şaşkın	.40
	Unutkan	.55
	Kararsız	.67

Faktörler arasındaki yapısal korelasyonlar incelendiğinde gerginlik, kızgınlık, yorgunluk, depresyon ve karışıklık alt boyutları arasındaki korelasyonun pozitif yönde ilişkili olduğu; buna karşı saygı ve enerji alt boyutlarının diğer alt boyutlarla negatif yönde ancak istatistiksel acıdan anlamsız bir ilişki gösterdiği görülmüştür.

Tablo 2.*Gizil değişkenler arasındaki yapısal korelasyonlar*

Değişkenler	1	2	3	4	5	6
1.Gergin	-					
2. Kızgın	.70***	-				
3. Yorgun	.82***	.67***	-			
4. Depresyon	.91***	.68***	.90***	-		
5. Saygı	-.27***	-.02	-.23*	-.43***	-	
6. Enerji	-.19**	-.01	-.23*	-.30***	.78***	-
7. Karışıklık	.80***	.59***	.79***	.84***	-.23*	-.12

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

Araştırmada Duygu Durumları Profili Ölçeğinin olumlu (saygı ve enerji) ve olumsuz duygu durumu (gerginlik, kızgınlık, yorgunluk, depresyon ve karışıklık) ölçen alt ölçeklerin birbirinden ayrışıp farklı iki yapıyı temsil edip etmediğini belirlemek için temel bileşenler analizi yapılmıştır. Verilerin ve örneklem büyüklüğünün analiz için uygunluğunu sınamak amacıyla hesaplanan Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değerinin .82 olduğu görülmüştür. Yapılan temel bileşenler analizi sonucunda, özdeğeri 1'den büyük olan ve varyansın %77.70'ini açıklayan iki faktör elde edilmiştir. Özdeğer grafiği incelendiğinde 2 faktörlü çözümlemenin uygun olduğu görülmüştür. Varimax rotasyonu kullanılarak yapılan analize göre birinci faktörün toplam varyansın %53.92'sini; ikinci faktörün ise toplam varyansın %23.79'unu açıkladığı görülmüştür (bkz., Tablo 3). Bu durum Duygu Durumları Profili Ölçeğinin olumlu ve olumsuz duygu durum boyutlarının iki ayrı faktör olduğuna işaret etmiştir.

Tablo 3. *Olumlu ve olumsuz duygu durum varimax rotasyonlu faktör örüntüsü*

Değişkenler	Olumsuz Duygu Durum	Olumlu Duygu Durum
Gerginlik	.90	
Depresyon	.88	
Yorgunluk	.87	
Karışıklık	.81	
Kızgınlık	.81	
Saygı		.91
Enerji		.90

2.2. Ölçüt Bağıl Geçerliği

Duygu Durumları Profili Ölçeğinin ölçüt geçerliğini belirleyebilmek için Duygu Durumları Profili Ölçeğinin alt boyutları ile UCLA yalnızlık ölçeği, Depresyon ölçeği ve Benlik saygısı ölçekleri arasındaki Pearson korelasyon katsayısı hesaplanmıştır. Sonuçta olumlu duygu durumu temsil eden alt boyutların benlik saygısıyla pozitif yönde ilişkili olduğu; yalnızlık ve depresyonla ise negatif yönde ilişkili olduğu görülmüştür. Olumsuz duygu durumunu temsil eden alt boyutların ise benlik saygısıyla negatif yönde ilişkili olduğu buna karşı yalnızlık ve depresyon ile pozitif yönde ilişkili olduğu belirlenmiştir (bkz. Tablo 4).

Tablo 4. *Değişkenler arasındaki Pearson korelasyon katsayısı*

Değişkenler	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.Gergin	-								
2. Kızgın	.69***	-							
3. Yorgun	.74***	.60***	-						
4. Depresyon	.79***	.61***	.79***	-					
5. Karışıklık	.65***	.50***	.64***	.69***	-				
6. Saygı	-.12**	.06	-.14***	-.29***	-.10**	-			
7. Enerji	-.14**	.01	-.20***	-.26***	-.06	.68***	-		
8. Benlik Saygısı	-.37***	-.30***	-.40***	-.50***	-37***	.40***	.30***	-	
9. Yalnızlık	.34***	.29***	.38***	.47***	.28***	-.34***	-.37***	-.47***	-
10. Depresyon	.24***	.16***	.32***	.29***	.29***	-.18***	-.16***	-.33***	.30***

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

2.3. Güvenirlik Analizi

Ölçeğin alt boyutlarının Cronbach alfa iç tutarlık katsayısı incelendiğinde gerginlik alt boyutu için .82; kızgınlık alt boyutu için .83; yorgunluk alt boyutu için .89; depresyon alt boyutu için .89; saygı alt boyutu için .68; enerji alt boyutu .86; ve karışıklık alt boyutu için .74 olarak bulunmuştur.

3. Tartışma ve Sonuç

Araştırmanın temel amacı daha önce uzun formu Türkçeye çevrilmiş olan Duygu Durumları Profili Ölçeğinin (POMS) kısa formunun ilk yetişkinlik dönemindeki gençlerde psikometrik özelliklerini incelemekti. Bu amaç doğrultusunda yapılan doğrulayıcı faktör analizi ölçeğin birkaç istisna dışında ilk yetişkin dönemindeki gençler için geçerli olduğunu göstermiştir. Orjinal ölçekten farklı olarak mutsuz ve üzgün maddelerinin

kültürümüzde benzer şekilde algılandığı ve maddeler arasındaki hataların ilişkilendirilmesi önerilmiştir. Bundan sonraki araştırmalarda depresyon ve diğer ruh hali durumlarıyla ilişkili olabileceği düşünülen mutsuz kelimesinin kullanılması uygun bulunmuştur. Araştırmada doğrulayıcı faktör analizi sonucunda faktör yükleri incelendiğinde kinci, mahcup ve utanmış maddeleri dışında tüm maddelerin faktör yüklerinin .40 üzerinde olduğu görülmüştür. Mahcup ve utanmış maddelerinin ters kodlanmasından kaynaklı olarak anlaşılmadığı ve bulunduğu faktörle yüksek korelasyon göstermediği düşünülmüş ve analiz dışı bırakılmasına karar verilmiştir. Kızgınlık alt boyutunda yer alan kinci maddesinin de benzer şekilde katılımcılar tarafından anlaşılmadığı düşünülmüş ve analiz dışı kalmasına karar verilmiştir. Ayrıca alt boyutlar arasındaki ilişkiler incelendiğinde önceki araştırma bulgularıyla tutarlı olarak gerginlik, kızgınlık, yorgunluk, depresyon ve karışıklık alt boyutları arasındaki korelasyonun pozitif yönde ilişkili olduğu; buna karşı saygı ve enerji alt boyutlarının diğer alt boyutlarla negatif yönde ancak istatistiksel acıdan anlamsız bir ilişki gösterdiği görülmüştür (Terry ve ark., 2003). Bu ilişkiler olumlu ve olumsuz duygu durumu oluşturan alt boyutların kendi içinde beklendik şekilde pozitif yönde ilişkili olduğuna işaret etmektedir. Nitekim olumlu ve olumsuz duygu durum alt boyutlarının iki faktör altında toplanıp toplanmadığını belirlemek için yapılan temel bileşenler analizi sonucunda Duygu Durumları Profili Ölçeğinin olumlu (saygı ve enerji) ve olumsuz duygu durumu (gerginlik, kızgınlık, yorgunluk, depresyon ve karışıklık) ölçen alt ölçeklerin birbirinden ayrışıp farklı iki yapıyı temsil ettiği görülmüştür. Bu durum araştırmacıların ölçeği iki boyutlu olarak da kullanabileceklerine ya da Toplam Duygu Durum Bozukluğu (TDDB) puanı elde edilerek de kullanabileceklerine işaret etmiştir. TDDB, olumsuz duygu durumu temsil eden alt ölçeklerin toplam puanından (gerginlik, kızgınlık, yorgunluk, depresyon ve karışıklık) olumlu duygu durumu temsil eden (saygı ve enerji) alt ölçeklerin toplam puanının çıkarılmasıyla hesaplanmaktadır. Tüm bu bulgular Duygu Durumları Profili Ölçeğinin kısa formunun geçerli ve güvenilir olduğunu göstermiştir. Ancak anılan ölçeğin genellenebilirliğini artırmak için psikometrik özelliklerinin farklı gelişimsel dönemlerdeki kişilerle yeniden incelenmesinde fayda vardır.

KAYNAKLAR

Argus G.R., Terry, F.C., Bramston, F., & Dinsdale, S.L. (2004). Measurement of mood in adolescents with intellectual disability. *Research in Developmental Disabilities, 25*, 493-507.

Aroian, K. J., Kulwicki, A., Kaskiri, E. A., Templin, T. N., & Wells, C. L. (2007). Psychometric evaluation of the Arabic language version of the Profile of Mood States. *Research in Nursing & Health*, *30*(5), 531-541.

Beck, A.T. & Clark, D.A. (1988). Anxiety and depression: An information processing perspective. *Anxiety Research, 1*, 23-56.

Bentler, P.M. (1995). EQS Structural Equation Program Manual. Los Angeles. CA: BMDP Statistical Software.

Budgett, R. (1990). Overtraining syndrome. *British Journal of Sports Medicine, 24*, 231-236.

Bullinger, M., Heinisch, M., Ludwig, M., & Geier, S. (1990). Scales for the assessment of emotional well-being: Psychometric analysis of the Profile of Mood States (POMS) and of the Psychological General Well-Being Index (PGWI). *Neischrift fur Differentielle und Diagnostische Psychologie*, *11*, 56-61.

Chen, K. M., Snyder, M., & Krichbaum, K. (2002). Translation and equivalence: the profile of mood states short form in English and Chinese. *International Journal of Nursing Studies*, *39*(6), 619-624.

Curren, S.L., Andrykowski, M. A. & Studts, J. L. (1995). Short form of the Profile of Mood States (POMS-SF): Psychometric information. *Psychological Assessment, 7*, 80-83.

Çuhadaroğlu F., (1986). Yetişkinlerde Benlik Saygısı. Yayınlanmamış Uzmanlık Tezi. H.Ü. Ankara.

De Groot, M. H. (1991). Psychometric characteristics of a mood states inventory: Shortened POMS. *Gedrag and Gezondheid*, *2*, 46-51.

Ekman, P. & Davidson, R. J. (Eds.). (1994). *The nature of emotion: Fundamental questions* (pp. 20-24). New York: Oxford University.

Fernandez, C. A., Fernandez, E. M. A., & Pesqueira, G. S. (2000). Semantic problems in adapting the POMS in to Spanish. *Psicothema*, *14*, 47-51.

Fillion, L., & Gagnon, P. (1999). French adaptation of the shortened version of the Profile of Mood States. *Psychological Reports*, *84*(1), 188-190.

Fry, A.C., Stone, M.H., Thrush, J.T. & Fleck, S.J. (1995). Precompetition training sessions enhance competitive performance of high anxiety junior weightlifters. *Journal of Strength and Conditioning Research, 9,* 37-42.

Gençöz, T. (2000). Pozitif ve negatif duygu durum ölçeği: Geçerlik ve güvenirlik çalışması. *Türk Psikoloji Dergisi, 15(46)*, 19-28.

Goldsmith, H. H. (1994). Parsing the emotional domain from a development perspective. In P. Ekman & R. J. Davidson (Eds.), *The nature of emotion: Fundamental questions* (pp. 68-73). New York: Oxford University.

Gorsuch, R.L. (1983). Factor Analysis (2nd Edition). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.

Goss, J.D. (1994). Hardiness and mood disturbance in swimmers while overtraining. *Journal of Sport and Exercise Psychology, 16*, 135-149.

Green, E.K., Burke, K.L., Nix, C.L., Lambrecht, K.W. & Mason, C. (1995). Psychological factors associated with alcohol use by high school athletes. *Journal of Sport Behavior, 18*, 195-208.

Grove, J.R. & Prapavessis, H. (1992). Preliminary evidence for the reliability and validity of an abbreviated Profile of Mood States. *International Journal of Sport Psychology, 23*, 93-109.

Güzel, P. Ö., Boysan, M., Smolensky, M. H., Selvi, Y., Aydin, A., & Yilmaz, E. (2015). Comparison of venlafaxine alone versus venlafaxine plus bright light therapy combination for severe major depressive disorder. *The Journal of Clinical Psychiatry*, *76*(5), e645-54.

Hendrick, C. & Hendrick, S. (1986). A theory and method of love. *Journal of Personality and Social Psychology, 50*, 392-402.

Hohlagschwandtner M, Husslein P, Klier C, & Ulm B. (2001). Correlation between serum testosterone levels and peripartal mood states. *Acta Obstetricia et Gynecologica Scandinavica*, 80, 326-330.

Hollander, D.B., Meyers, M.C. & LeUnes, A. (1995). Psychological factors associated with overtraining: Implications for youth sport coaches. *Journal of Sport Behavior, 18*, 3-20.

Kamdar BB, Kaplan KA, Kezirian EJ, & Dement WC. (2004). The impact of extended sleep on daytime alertness, vigilance and mood. *Sleep Medicine*5, 441-448.

Kenny TD, & Faunce G. (2004). The impact of group singing on mood, coping, and perceived pain in chronic pain patients attending a multidisciplinary pain clinic. *Journal of Music Therapy*, 3, 241-258.

Kerlinger, F.N. (1979). *Behavioral Research: A Conceptual Approach*. New York, NY: Holt, Rinehart and Winston.

Lewis KE, Blagrove ve M, Ebden P. (2002). Sleep deprivation and junior doctors' performance and confidence. *Postgraduate Medical Journal*, 78, 85-87.

Lorr, M., & McNair, D. (1984). Manual for the Profile of Mood States Bipolar Form. San Diego, CA: *Educational and Industrial Testing Service*.

McNair, D.M., Lorr, M. & Droppleman, L.F. (1971). Manual for the Profile of Mood States. San Diego, CA*: Educational and Industrial Testing Services*.

McNair, D.M., Lorr, M. & Droppleman, L.F. (1992). Revised Manual for the Profile of Mood States. SanDiego, CA: *Educational and Industrial Testing Services*.

Nasta MT, Grussu P, Quatraro RM, Cerutti R, & Grella PV. (2002). Cholesterol and mood states at 3 days after delivery. *Journal of Psychosomatic Research*, 52, 61-63.

Netz, Y., Zeav, A., Arnon, M., & Daniel, S. (2005). Translating a single-word items scale with multiple subcomponents-A Hebrew translation of the Profile of Mood States. *Israel Journal of Psychiatry and Related Sciences*, *42*(4), 263.

Newcombe, P.A. & Boyle, G.J. (1995). High school students' sports personalities: Variations across participation level, gender, type of sport, and success. *International Journal of Sport Psychology, 26*, 277-294.

Ozdemir, P. G., Karadag, A. S., Selvi, Y., Boysan, M., Bilgili, S. G., Aydin, A., & Onder, S. (2014). Assessment of the effects of antihistamine drugs on mood, sleep quality, sleepiness, and dream anxiety. *International Journal of Psychiatry In Clinical Practice*, *18*(3), 161-168.

Ozdemir, P. G., Selvi, Y., Boysan, M., Ozdemir, M., Akdağ, S., & Ozturk, F. (2015). Relationships between coronary angiography, mood, anxiety and insomnia. *Psychiatry Research*, *228*(3), 355-362.

Rosenberg M., (1965). *Society and the Adolescent Self-Image*, Princeton, NJ: Princeton University Press.

Schutz, R.W. & Gessaroli, M.E. (1993). *Use, misuse, and disuse of statistics in psychology research.* In Handbook of Research on Sport Psychology (edited by R. N. Singer, M. Murphey, and L.K. Tennant) pp. 901-921. NY, MacMillan.

Schutz, R.W. (1994). *Methodological issues and measurement problems in sport psychology.* In International Perspectives on Sport and Exercise Psychology (edited by S. Serpa, J. Alves, J. and V. Pataco) pp. 35-57. Morgantown, Fitness Information Technology.

Schwartz, A.L., Nail, L. M., Chen, R. N.S., Meek, P., Barsevick, A. M., King, M. E., Jones, L. S. (2000) Fatique Patterns Observed in Patients Receiving Chemotherapy and Radiotherapy. *Cancer Investigation, 18:1*, 11-19, DOI: 10.3109/07357900009023057.

Selvi, Y., Gulec, M., Aydin, A., & Besiroglu, L. (2011). Psychometric evaluation of the Turkish language version of the Profile of Mood States (POMS). *Journal of Mood Disorders*, *1*(4), 152.

Shacham, S. (1983). A shorten version of the Profile of Mood States. *Journal of Personality Assessment, 47*, 305-306.

Shin, Y., & Colling, K. B. (2000). Cultural verification and application of the Profile of Mood States (POMS) with Korean elders. *Western Journal of Nursing Research*, *22*(1), 68-83.

Spielberger, C.D. (1991). Manual for the State-Trait Anger Expression Inventory. Odessa, FL: *Psychological Assessment Resources*.

Terry, P. C., Lane, A. M., & Fogarty, G. J. (2003). Construct validity of the Profile of Mood States—Adolescents for use with adults. *Psychology of Sport and Exercise*, *4*(2), 125-139.

Terry, P.C., Andrew, M. L., Helen J. L.,& Keohane, L. (1999). Development and Validation of a Mood Measure for Adolescents. *Article in Journal of Sports Sciences*.

Thayer, R. E., Newman, J. R., & McClain, T. M. (1994). Self-regulation of mood: Strategies for changing a bad mood, raising energy, and reducing tension. *Journal of Personality and Social Psychology, 67*, 910–925.

Thompson, B. & Daniel, L.G. (1996). Factor analytic evidence for the construct validity of scores: A historical overview and some guidelines. *Educational and Psychological Measurement, 56*, 197-208.

Walker, M.K. and Sprague, R.L. (1988). Effects of methyphenidate hydrochloride on the subjective reporting of mood in children with attention deficit disorder. Special Issue*: Interface between mental and physical illness. Issues in Mental Health Nursing, 9,* 373-385.

Watson, D., Clark, L. A., & Tellegen, A. (1988). Development and validation of brief measures of positive and negative affect: the PANAS scales. *Journal of personality and social psychology*, *54*(6),

Woolery A, Myers H, Sternlieb B, & Zeltzer L. (2004). A yoga intervention for young adults with elevated symptoms of depression. *Alternative Therapies in Health and Medicine*, 10, 60-63.

Yokoyama, K., Araki, S., Kawakami, N., & Tkakeshita, T. (1990). Production of the Japanese edition of profile of mood states (POMS): assessment of reliability and validity. *[Nihon koshu eisei zasshi] Japanese journal of public health*, *37*(11), 913-918.

DÖVİZ KURUNDA MEYDANA GELEN DEĞİŞMELERİN BANKACILIK SEKTÖRÜNÜN KÂRINA ETKİSİ

Bekir TAMER GÖKALP[1]

1 Azimut Portföy Yönetimi A.Ş,, Satış Pazarlama Müdürü

DÖVİZ KURUNDA MEYDANA GELEN DEĞİŞMELERİN BANKACILIK SEKTÖRÜNÜN KÂRINA ETKİSİ

Bekir TAMER GÖKALP[1]

GİRİŞ

Döviz kurlarında meydana gelen değişimlerin bankacılık sektörünün kârı üzerindeki etkisi her dönem önemli araştırma soruları arasında yer almıştır. Bu ilişki her ne kadar ekonomik kriz dönemlerinde daha fazla öne çıksa da ekonominin normal dönemlerinin analizi için de son derece önemlidir. Türkiye'de özellikle 2015 sonrasında döviz kuru önemli derecede artış göstermiştir. 2018 sonrasında bu artışın hızı daha da yükselmiş, ulusal merkez bankası olan TCMB bu artışlar karşısında politika faiz oranını artırmak durumunda kalmıştır. Politika faizindeki değişim bir taraftan bankaların kredilerinin getirisini artırırken diğer taraftan bankacılık sektöründe kullanılan kredi miktarını da azaltmaktadır. Diğer taraftan döviz kurundaki oynaklık bankacılık sektöründe gerçekleştirilen döviz alım-satım miktarını da artırmaktadır. Bu da ticari bankaların döviz alım-satım komisyon gelirlerinin artmasına neden olmaktadır. Bu durumların bankacılık sisteminin kârlılığını etkilemesi kaçınılmazdır.

Bu çalışmada 2012:M1 – 2019:M5 döneminde meydana gelen döviz kuru değişmelerinin Türkiye'de faaliyet gösteren mevduat bankalarının kârlılığını nasıl etkilediği incelenecektir. Gecikmesi dağıtılmış otoregresif (ARDL) model ile gerçekleştirilen analizden elde edilen bulgular döviz kurlarında meydana gelen yüzde birlik bir artışın uzun dönemde bankacılık sektörünün kârını 0.11 artırdığını göstermiştir. Bu bulgu bankaların döviz kuru hareketliliklerinden olumlu yönde etkilenen sektör olduğunu göstermektedir.

Çalışmanın kalan kısmı şu şekilde planlanmıştır. İkinci bölümde bankacılık sektörünün kârlılığı ile döviz kuru değişmeleri arasındaki ilişkiyi açıklayan literatürdeki çalışmalara odaklanmaktadır. Üçüncü bölümde ARDL modeli tanıtılmaktadır. Dördüncü bölümde veriler tanıtılmakta ve model tahmin edilmektedir. Son bölümde ise bulgular yorumlanmaktadır.

TEORİK VE LİTERATÜR

Döviz kurlarında meydana gelen değişimin bankacılık sektörünün kârlılığı üzerinde literatürde birçok çalışma mevcuttur. Bu çalışmalar kârlılığın kaynağını farklı unsurlarla açıklamaktadır. Örneğin Durden (2011) döviz kurlarında meydana gelen dalgalanmanın bankacılık sektörü üzerin-

1 Azimut Portföy Yönetimi A.Ş,, Satış Pazarlama Müdürü

deki kârlılığını döviz alım-satım komisyonları üzerinden açıklamaktadır. Yazara göre kurlarda meydana gelen bir hareketlilik ekonomik birimlerin bankacılık sektörü üzerinden daha fazla döviz alım-satımı yapmalarına neden olacaktır. Bu da bankaların döviz alım-satım komisyon gelirlerinin artmasına neden olacaktır ve bu da kârlılığı artıracaktır. Bu tür bir gelir bankacılık sektöründeki komisyon gelirleri hesabından takip edilebilmektedir. Durden (2011) Amerikan ekonomisi üzerinde yaptığı analizde Yunanistan borç krizi dönemine denk gelen 2010 yılının ikinci çeyreğinde bankacılık sektörü komisyon kazancının 4.261 milyon $ olduğunu, bundan tam bir yıl sonra 2011 yılının ikinci çeyreğinde ise bu kârın 491 milyon $'a düştüğünü belirtmiştir.

Döviz kurundaki dalgalanmaların bankacılık sektörünün kârı üzerindeki etkisinin ikinci kısmı bankaların sahip olduğu döviz varlık ve yükümlülükleri ile açıklanabilir. Tahmin edilebileceği gibi bankalarda yer alan mevduat hesaplarının bir kısmı döviz mevduatıdır ve bu hesaplar bankalar için yükümlülüktür. Aynı şekilde bankalar tarafından verilen döviz kredileri bankalar için varlıktır. Döviz varlık ve yükümlülük birbirine tam eşit değilse döviz kurunda meydana gelen değişim bankacılık sektöründeki kârlılığı etkileyecektir. Örneğin bankaların döviz varlıkları (yani döviz cinsinden verdikleri krediler) döviz yükümlülüklerinden (yani döviz cinsinden açılan mevduat hesaplarından) yüksekse döviz kurundaki artış bankacılık sektörünün kârını artıracaktır. Aksi durumda ise kârlılık azalacaktır. Bracker ve diğ. (2010) döviz kurunda meydana gelen değişimlerin döviz varlık ve yükümlülükleri üzerindeki etkisini incelemiş ve Amerika'daki bankaların ABD dolarının değer kazanmasından olumsuz yönde etkilendiklerini tespit etmiştir. Atindehou ve Gueyie (2001) tarafından Kanada ekonomisi üzerinde yapılan araştırmada 1988-1995 döneminde bankacılık sektörünün döviz kuru değişimlerinden olumlu yönde etkilendiğini tespit etmişlerdir.

Bankaların hesaplarında bulunan bir diğer varlık ise türev enstrümanlardır. Swap, forward, future gibi işlemler döviz üzerinden gerçekleştirildiği için kurlarda meydana gelecek değişiklikler, bu türev enstrümanların getirisni etkileyecektir ve buna bağlı olarak bankacılık sektörünün kârlılığı etkilenecektir. Chamberlain ve diğ. (1997), Abreu ve Mendes (2001) ve Choi ve diğ. (1992) döviz kurundaki artışların ABD'deki bankalarda türev enstrümanların getirilerini azalttığını tespit etmiştir. Elyasiani ve Mansur (2005) ise Japonya bankalarını dikkate alan çalışmalarında döviz kurlarında ulusal para aleyhine meydana gelen değişmelerin yine bankaların kârını azalttığını tespit etmiştir. Merikas (1999) tarafından Yunan ekonomisi üzerine yapılan çalışmada da benzer bir şekilde kurlardaki artışın bankacılık

sisteminin türev enstrümanlardan elde ettikleri kârı azalttığı bulgusuna ulaşmışlardır.

He ve diğ. (2014) tarafından yapılan çalışmada Amerika'da yer alan 22 bankanın kârlılığı incelenmiştir. Kârlılığı etkileyen ana unsur olarak döviz kurundaki değişimin faiz oranlarında yarattığı değişiklikleri dikkate almışlardır. Sermaye hareketlerinde meydana gelen değişiklikler paranın bir ülkeden bir başka ülkeye doğru hareket etmesine neden olmaktadır. Bu hareketlilik ülkelerde piyasa faizlerinin değişmesine neden olmaktadır. Dövizin bollaştığı ülkelerde ulusal para cinsinden faiz oranlarında düşme görülürken dövizin kıtlaştığı ülkelerde piyasa faizleri yukarı doğru hareket etmektedir. Bu hareketlilik bankaların ulusal para cinsinden sahip olduğu varlıkların (kredilerin) ve yükümlülüklerin (mevduatların) getirilerini etkilemektedir. Mevduat ve kredi faizlerinin birbiriyle paralel hareket ettiği düşünülürse bu hareketliliğin çok büyük bir farklılık yaratmaması gerekir. Ancak bu hareketlilik uzun vadede bankaların kazancını etkiler. Diğer taraftan bankalardan çekilen kredi miktarında da bir azalış meydana gelir. Faiz oranındaki artıştan elde edilen "fiyat kazancı", kredi miktarındaki azalış sonucunda ortaya çıkan "miktar kaybı" ile birlikte değerlendirildiğinde bankacılık sektörünün kârını etkiler. Benzer bulgulara Petersen ve Schoeman (2008) tarafından çalışmada da rastlanmıştır. He ve diğ. (2014) tarafından yapılan çalışmada döviz kurundaki dalgalanmaların faiz oranı ve kredi miktarı kanalıyla ABD'deki 22 bankanın kârlılığını etkilediğini tespit etmişlerdir. Pasiouras ve Kosmidou (2007) tarafından Euro Bölgesi üzerine yapılan çalışmalarda da kârlılığı birçok unsurun etkilediği tespit edilmiştir.

Türkiye'deki bankaların kârlılığını etkileyen faktörleri inceleyen çok sayıda çalışma mevcuttur. Bu çalışmaların odaklandığı ana konular daha çok sermaye yeterliliği, faaliyet giderleri, likidite durumu, banka büyüklüğü, menkul kıymet cüzdanı ve takipteki krediler gibi unsurlar olmuştur. Döviz kurundaki değişiklikleri doğrudan dikkate alan bir çalışma ne yazık ki mevcut değildir. Gülhan ve Uzunlar (2011) tarafından yapılan çalışmada 1990-2008 yılları arasında yukarıda yer alan değişkenlerin her birinin bankacılık sektörünün kârlılığı üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Atasoy (2007) tarafından ele alınan çalışmada ise bankacılık sektörünün kârlılığı ile sektörün aktiflerinin GSYİH içindeki payı arasındaki ilişki incelenmiştir. Bu payda meydana gelen artışın sektördeki fon talebini artıracağı ifade edilen çalışmada fon talebindeki artışın da bankacılık sektörünün gelirini ve dolayısıyla da kârlılığını artıracağı ifade edilmiştir.

Türkiye'deki bankacılık sektörünün kârlılığı üzerine bir diğer çalışma Kaya ve Doğan (2005) tarafından gerçekleştirilmiştir. Veri zarflama yön-

teminin kullanıldığı çalışmada dezenflasyonist süreçte bankaların etkinliği incelenmiştir. Bu dönemde artan rekabetin bankacılık sektörünün etkinliği ve kârlılığı üzerinde olumlu etkiler gösterdiği tespit edilmiştir. Kaya (2002) tarafından yapılan çalışmada ise kârlılık göstergeleri iki kategoride ele alınmıştır: mikro ve makro belirleyiciler. Mikro belirleyiciler arasında net faiz marjı, aktife göre getiri ve öz kaynağa göre getiri gibi değişkenler yer alırken makro kârlılık göstergesi olarak mevduat bankalarının elde ettikleri kâr değeri kullanılmıştır. Analiz dönemi olarak 1997 ile 2000 yılları arası dikkate alınmıştır.

Arslan ve Yapraklı (2008) tarafından yapılan çalışmada ise makro değişkenlerden biri olan enflasyon oranının bankaların kârlılık düzeyleri üzerindeki etkileri incelenmiştir. Eşbütünleşme analizinin kullanıldığı bu çalışmada enflasyon ve ticari bankaların kârlılığı arasında uzun dönemli bir ilişkinin mevcut olup olmadığı incelenmiştir. İki değişken arasında pozitif ve anlamlı bir ilişkinin bulunması, bu iki değişkeninin birbirini etkilediğini göstermiştir. Aydın (2002) tarafından yapılan çalışmada ise bankaların sahip oldukları menkul değerlerin kârlılık üzerindeki etkileri incelenmiştir. Bilindiği üzere bankacılık sektörünün portföyünde devlet iç borçlanma senetleri yer almaktadır ve bunların getirileri ekonomik kriz dönemlerinde oldukça yüksektir. Devlet iç borçlanma senetlerinin fiyatları ile piyasa faiz oranları arasında da ters yönlü bir ilişki mevcuttur. Gerek piyasa faizlerinin arttığı gerekse de düştüğü dönemlerde bankalar ellerinde bulundurdukları devlet iç borçlanma enstrümanlarının sayısında değişiklik yaparak elde etmek istedikleri kârı maksimize etmeye çalışırlar. Aydın (2002) bu menkul kıymetlerin tutulması ile karşılaşılan faiz riskini dikkate alarak bankaların kârlılık düzeylerini ölçmüş ve bu iki değişken arasında pozitif yönlü bir ilişki yakalamıştır.

Yukarıdaki çalışmalar dikkate alındığında Türkiye için herhangi bir şekilde döviz kuru ile bankacılık sektörünün kârlılığı arasındaki ilişkiyi inceleyen bir çalışmaya rastlanmadığı söylenebilir. Oysaki bu ilişki son derece önemlidir. Gerek bankaların karşı karşıya kaldıkları kur riski gerekse de kur riskinden kaynaklanan faiz riski bankacılık sektörünün kârlılığı açısından son derece önemlidir. Bu durumda piyasada döviz kurunda meydana gelen dalgalanmanın ticari bankaların kârlılığının nasıl etkilendiğinin incelenmesi, literatüre yapılabilecek en önemli katkılardan biridir. Ayrıca özellikle 2015 sonrasında Türkiye ekonomisinde yaşanan olumsuz gelişmelerin döviz kuru üzerinde de yansımalarının olduğu değerlendirildiğinde, inceleme döneminin birçok hususa açıklama getirebilecek bir dönem olduğunun da altının çizilmesi gerekmektedir.

YÖNTEM: EŞBÜTÜNLEŞME ANALİZİ

Çalışmamızda döviz kurundaki değişmelerin bankacılık sisteminin kârlılığı üzerindeki etkileri incelenecektir. Bu inceleme eşbütünleşme analizi ile incelenecektir. Bilindiği gibi standart regresyon analizlerinde serilerin birinci farkı alınarak durağanlaştırma yapılmaktadır. Ancak bu durağanlaştırma işlemi değişkenler arasındaki uzun dönemli ilişkilere ilişkin bilgilerin kaybedilmesine neden olabilmektedir. Engle ve Granger (1987) bu konunun çözümü için bir yol önermişlerdir. Bu önerileri şu bilgiye dayanmaktadır: Serilerin farkını almaya gerek kalmaksızın iki veya daha fazla durağan olmayan serinin doğrusal bir kombinasyonunun durağan olabilir. Bir diğer ifadeyle analize konu olan seriler durağan karakter göstermese dahi bu serilerin düzey değerlerinden elde edilecek regresyon sonuçları istatistiksel ve iktisadi olarak anlamlı sonuçlar verebilir

Eşbütünleşme yöntemi, serilerin uzun dönemde birlikte hareket edip etmediklerini anlamaya yardımcı olan bir yöntemdir. Seriler arasında eşbütünleşme olması durumunda, bu serilerin uzun dönem denge değerlerinden herhangi bir nedenle bir sapma meydana geldiğinde bu sapmanın belli bir hata düzeltme mekanizması ile düzeltildiği bilinmektedir. Bu sebeple bu tür eşbütünleşik seriler daha çok hata düzeltme modelleri ile modellenmektedir. Eşbütünleşme analizlerinde karşımıza çıkan modeller üç tanedir: Engle-Granger eşbütünleşme modeli, Johansen eşbütünleşme modeli ve gecikmesi dağıtılmış otoregresif model (ARDL modeli).

Engle-Granger eşbütünleşme testi Engle ve Granger (1987) tarafından türetilen bir yöntemdir ve bu yöntemde analize konu olan iki değişken ile oluşturulan regresyondan tahmin hata terimleri bir durağanlık testine tabi tutulur. Eğer durağan olmayan iki verinin doğrusal bir kombinasyonundan tahmin edilen hata terimleri durağan bir karakter gösteriyorsa, bu serilerin birbiriyle eşbütünleşik olduğu iddia edilir ve bu sayede bu değişkenler arasındaki uzun dönemli bir ilişkinin mevcut olduğu kabul edilmiş olur.

Johansen (1988) tarafından geliştirilen eşbütünleşme testi ise Engle-Granger yönteminde olduğu gibi en küçük kareler yöntemini değil, ondan farklı olarak maksimum olabilirlik tahminine dayanmaktadır. Maksimum olabilirlik tahmin yöntemi değişkenler arasında bir değil, birden çok eşbütünleşmenin olduğunu belirtir. Engle-Granger yönteminde ise iki değişken için tek bir eşbütünleşme ilişkisi elde edilir. Bir diğer farklılık ise değişken sayısıyla alakalıdır. Engle-Granger testinde sadece iki değişken arasında eşbütünleşme ilişkisinin mevcut olup olmadığını araştırılırken Johansen eşbütünleşme testinde ikiden fazla değişken arasında eşbütünleşme olup olmadığı incelenebilmektedir.

Eşbütünleşme analizinde kullanılan bir diğer test ise Pesaran, Shin ve Smith (2001) tarafından geliştirilen ARDL yöntemidir. Bu testin avantajları şu şekildedir. Yukarıda adı geçen iki testte kullanılan değişkenlerin aynı dereceden durağan olması gerekmektedir. Örneğin iki serinin ikisinin de birinci dereceden durağan olması şarttır. ARDL yönteminde ise serilerin sıfırıncı veya birinci dereceden durağan olmasının önemi yoktur. Bir değişken birinci, diğer değişken sıfırıncı dereceden durağan olabilir. Bu yöntemin diğerlerine nazaran bir diğer avantajı ise örneklem sayısıyla ilgilidir. Diğer testlerde örneklem sayısının mutlaka daha fazla olması gerekirken ARDL yönteminde örneklem sayısı daha sınırlı olsa dahi elde edilen katsayılar daha güvenilir sonuçlar vermektedir. Bir diğer avantaj ise kullanılan değişkenler arasındaki içsellik problemi ile ilgilidir. Yukarıda adı geçen ilk iki testte kullanılan değişkenler arasında içsellik ilişkisinin olmaması temel bir koşul iken ARDL yönteminde değişkenler arasında içsellik olup olmaması sonucu değiştirmemektedir. Bu sebeple ışığında ARDL yönteminin diğer iki yönteme kıyasla daha sağlıklı sonuçlar vereceğini düşündüğümüzden bu yöntemde ARDL yönteminin uygulanmasına karar verdik.

Bu çalışmada döviz kuru (fx) ile bankacılık sektörünün kârlılığı (pr) arasındaki uzun dönemli ilişki temel olarak aşağıdaki gibi ifade edilmiştir.

$$pr_t = \beta_0 + \beta_1 fx_t + \varepsilon_t \qquad (1)$$

Denklemde yer alan β_0 sabit terimi, β_1 ise döviz kurunun bankacılık sektörünün kârlılığı üzerindeki uzun dönemli etkisini ifade etmektedir. Denklemin sonunda yer alan ε_t terimi ise modelden elde edilen hata terimini ifade etmektedir. Denklemde yer alan değişkenlerin birinci farklarının alınması durumunda oluşacak elde edilecek değerler şu şekilde ifade edilebilir: $\Delta fx_t = \varepsilon_{fx,t}$ ve $\Delta pr_t = \varepsilon_{pr,t}$ Hata terimleri ise $\epsilon_t = \sum_{i=1}^{n} \rho_i \epsilon_{t-i}$ şeklinde ifade edilir. Burada $\epsilon = \{\varepsilon_{fx,t}, \varepsilon_{pr,t}\}$ şeklinde olduğu belirtilmelidir. Denklem 1'de yer alan modelde değişkenler arasındaki ilişkiler t zamanı için tanımlanmıştır. Oysaki $t-1$ zamanının da dikkate alınması durumunda denklemin gösterimi aşağıdaki gibi gerçekleşir.

$$pr_t = \beta_0 + \alpha_1 pr_{t-1} + \beta_1 fx_t + \beta_2 fx_{t-1} + \varepsilon_t \qquad (2)$$

Dikkat edilirse 2 numaralı denklemde hem bağımlı değişkenin bir dönemlik gecikmesi modele dâhil edilmiş hem de bağımsız değişken hem t hem de $t-1$ zamanı dikkate alınarak yazılmıştır. Modelin

istikrar koşulu bağımlı değişkenin birinci gecikmesinin önünde yer alan α_1 katsayısının değerinin mutlak değer anlamında birden küçük olmasıdır ($|\alpha_1| < 1$). Bu değerin birden küçük olması modelin bir bütün olarak durağan olduğunu bize göstermektedir. Eğer bir gecikme değil de birden çok gecikme modelde yer alırsa bu durumda uzun dönemli denklem aşağıdaki gibi yazılmalıdır.

$$pr_t = \beta_0 + \sum_{i=1}^{m} \alpha_i pr_{t-i} + \sum_{j=0}^{n} \beta_j fx_{t-j} + \varepsilon_t \qquad (3)$$

ARDL yönteminde iki değişken arasındaki uzun dönemli ilişkiyi tanımlayan en geniş model denklem 3'te yer alan modeldir. Formülde yer alan m ve n değerleri sırasıyla bağımlı ve bağımsız değişkenin gecikmelerini ifade etmektedir. Elde edilen model ARDL(m,n) modeli olarak ifade edilmektedir. Bu modelde yer alan katsayılardan hareketle modelin bir bütün olarak anlamlı olup olmadığı F-testi ile test edilir. Testteki boş hipotez, değişkenler arasında uzun dönemli bir ilişkinin mevcut olup olmadığının anlaşılmasına yardımcı olur. Boş hipotez şu şekildedir: $H_o: \alpha_1 = \alpha_2 = \cdots = \alpha_i = \beta_0 = \beta_1 = \cdots = \beta_j = 0$ Alternatif hipotez ise şu şekildedir: $H_o: \alpha_1 \neq \alpha_2 \neq \cdots \neq \alpha_i \neq \beta_0 \neq \beta_1 \neq \cdots \neq \beta_j = 0$. Bu test aslında bir Wald testidir veya modelin genel olarak anlamlılığını test etmeye yarayan F testidir. Ancak modelden elde edilen test değerleri standart F tablosunda yer alan değerler ile karşılaştırılamaz. Pesaran, Shin ve Smith (2001) tüm değerler için alternatif test istatistiği değerleri hesaplanmıştır ve bu değerleri çalışmalarında raporlamışlardır. Modelden hesaplanan test değeri çalışmada yer alan test değerleriyle kıyaslanır. Ancak çalışmada I(0) ve I(I) olmak üzere iki değer vardır. Eğer modelden hesaplanan test değeri Pesaran, Shin ve Smith (2001) çalışmasındaki I(0) değerinin altında ise iki değişken arasında eşbütünleşik bir ilişki olmadığı sonucuna ulaşılır. Eğer I(1) değerinden büyükse iki değişken arasında eşbütünleşik bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılır. Eğer test değeri bu iki değer arasında yer alıyorsa bu kez de iki değişken arasında eşbütünleşik bir ilişki olup olmadığına dair herhangi bir karar verilemez.

İki değişken arasında uzun dönemli ilişkinin mevcut olduğu tespit edildikten sonra ARDL tahminine geçilir. ARDL tahmini aslında bir tür hata düzeltme modelidir. Ancak vektör hata düzeltme modelinden (VECM) temel farkı hata düzeltmesine ilişkin katsayıların kısıtlı değil kısıtsız tahmin

edilmesidir. Bu anlamda ARDL modeli kısıtsız VECM modeli olarak değerlendirilebilir. ARDL modelinin en geniş halinin gösterimi şu şekildedir.

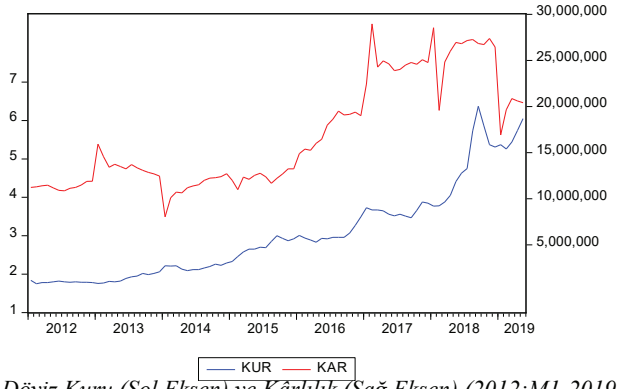
$$pr_t = \theta_0 + \delta_1 pr_{t-1} + \vartheta_1 fx_{t-1} + \sum_{i=1}^{p} \tau_i \Delta pr_{t-i} + \sum_{j=0}^{q} \varphi_j \Delta fx_{t-j} + u_t \quad (4)$$

Denklem 4'te yer alan birinci terim sabit terimi, ikinci ve üçüncü terimler uzun dönem ilişkisini, dördüncü ve beşinci terim ise kısa dönem ilişkileri temsil etmektedir. Modelde yer alan δ_1 ve ϑ_1 terimlerinden hareketle uzun dönem katsayılarını elde etmek mümkündür.

Yukarıdaki teorik açıklamalardan sonra ARDL modelinin tahminine geçmek mümkündür. Ancak bunun öncesinde verilerin tanıtılması ve birim kök testlerinin yapılması gerekmektedir.

TAHMİN

Çalışmanın ana sorusunu döviz kurlarındaki değişim ile bankacılık sektörünün kârlılığı arasındaki ilişki oluşturmaktadır. Bu amaçla Türkiye'deki bankacılık sisteminin elde ettiği kâr değerleri elde edilmiştir. Kâr değerleri mevduat bankalarının toplulaştırılmış kâr-zarar değerleridir. Aylık frekansta elde edilen veriler kümülatif toplam formülü ile kümülatif forma dönüştürülmüştür. Döviz kuru ise Amerikan dolarının günlük alış dolar kurudur. Her iki seri de TCMB'nin elektronik veri dağıtım sisteminden temin edilmiştir. Kâr değerlerinde mevsimsellik tespit edildiği için seri CENSUS-X12 yöntemi ile mevsimsellikten arındırılmıştır. Her iki değişkenin de logaritması alınarak çalışmada kullanıldığının belirtilmesi gerekmektedir. Verilerin analiz dönemi 2012:M1-2019:M5 arasındadır. Serilere ilişkin grafikler aşağıda sunulmuştur.



Şekil 1: *Döviz Kuru (Sol Eksen) ve Kârlılık (Sağ Eksen) (2012:M1-2019:M5)*

Değişkenlere ilişkin tanımlayıcı istatistikler Tablo 1'de sunulmuştur.

Tablo 1: *Değişkenlerin Tanımlayıcı İstatistikleri*

	Kârlılık	Döviz Kuru
Ortalama	16,882,747	3.02
Medyan	13,696,752	2.85
Maksimum	28,961,699	6.37
Minimum	8,024,850	1.75
Standart hata	5,956,729	1.21
Çarpıklık	0.62	1.04
Basıklık	1.88	3.24
JB Testi	10.42	16.26
Olasılık	0.01	0.00
Gözlem sayısı	89	89

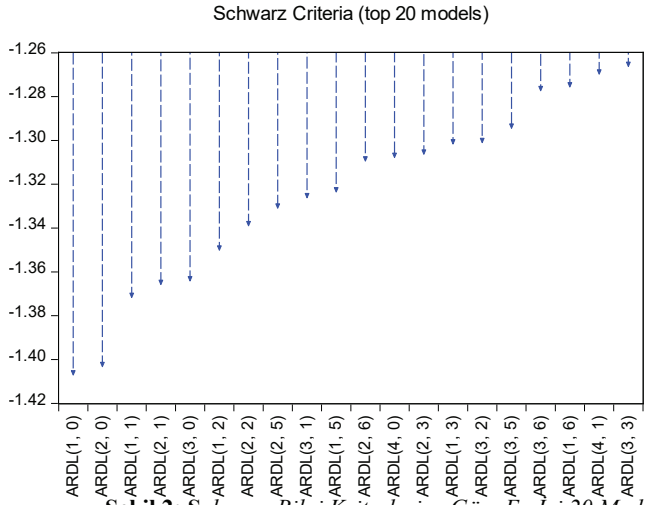
Değişkenlere ilişkin birim kök testi sonuçları Tablo 2'de verilmiştir (H: Hiçbiri, S: Sabit, S&T: Sabit ve Trend)

Tablo 2: *Birim Kök Testi Sonuçları*

	Kârlılık				Döviz Kuru		
		Test istatistiği	Olasılık			Test istatistiği	Olasılık
Düzey	H	0.1984	0.7415	Düzey	H	2.8281	0.9988
	S	-1.2858	0.6332		S	1.3440	0.9987
	S&T	-2.8965	0.1688		S&T	-1.6607	0.7600
Fark	H	-12.7299	0.0000	Fark	H	-3.8487	0.0002
	S	-12.7048	0.0001		S	-4.3720	0.0007
	S&T	-12.6378	0.0000		S&T	-8.0133	0.0000

Tablo 2'de yer alan birim kök testi sonuçları incelendiğinde hem kârlılık hem de döviz kuru serilerinin düzeyde durağan olmadıkları görülmektedir. Birinci farkları alındıktan sonra her iki değişken de durağanlaşmaktadır. Bu durum her iki serinin de I(1) düzeyinde durağan olduğunu göstermektedir. Serileri I(2) düzeyinde durağan olmadıkları için serilerin ARDL analizine uygun olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Bu serilerin durağanlığı tespit edildikten sonra şimdi uzun dönem eşbütünleşme testine geçebiliriz. Eşbütünleşme testinde dikkate alınacak denklem, Denklem 3'tür. Denklem 3'ter yer alan değişkenlerin kaçar gecikmesinin kullanılabileceği test edilirken Schwarz bilgi kriterinden (SC) faydalanılmaktadır. Çalışmada her iki değişkenin de maksimum gecikme uzunluğunun 12 ol-

masına karar verilmiştir. Gecikme uzunluğunun maksimum 12 alınmasının nedeni, değişkenlerin aylık frekansta olmasıdır. Yapılan tahmin sonucunda ARDL(1,0) modelinin bize en düşük ve dolayısıyla en iyi SC sonucunu verdiğini söylememiz mümkündür. Gecikme uzunluğuna ilişkin değerler aşağıdaki tabloda yer almaktadır.



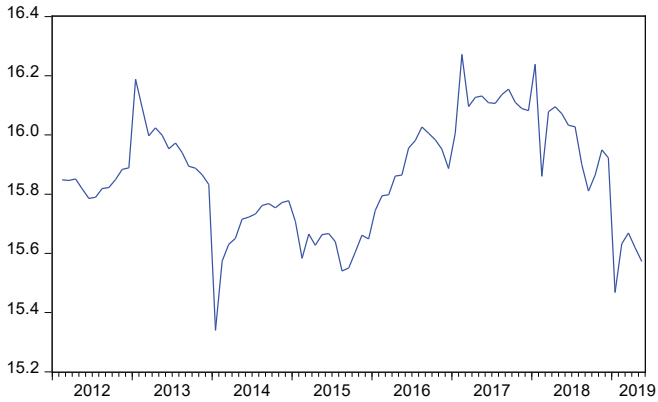
Şekil 2: S*chwarz Bilgi Kriterlerine Göre En Iyi 20 Model*

ARDL(1,0) modeli seçildikten sonra bu modelde eşbütünleşme olup olmadığına ilişkin eşbütünleşme istatistiği sonuçları Tablo 3'te sunulmuştur.

Tablo 3: *Eşbütünleşme Sonuçları*

Kısıtsız sabit ve trendsiz model					
Test istatistiği	Değerler		k=1		Eşbütünleşme
			I(0)	I(1)	
		10%	4.04	4.78	
F-istatistiği	8.22	5%	4.94	5.73	Var
		1%	6.84	7.84	

Tablo 3 incelendiğinde ARDL(1,0) modelinde yer alan katsayılardan oluşturulan boş hipotezin test edilmesi durumunda hesaplanan test istatistiği değerinin 8.22 olarak tespit edildiği görülmektedir. Pesaran, Shin ve Smith (2001) makalesinde yer alan I(0) ve I(1) değerleri kısıtsız sabit ve trendsiz model bağlamında k=1 için dikkate alındığında bu değerin tüm test istatistiği değerlerinden daha yüksek çıktığı görülmektedir. Buna istinaden döviz kuru değişmeleri ile kârlılık arasında uzun dönemli bir ilişkinin mevcut olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Uzun dönemdeki eşbütünleşme ilişkisi aşağıda yer alan Şekil 3'te gösterilmiştir.



Şekil 3: *Eşbütünleşme Grafiği*

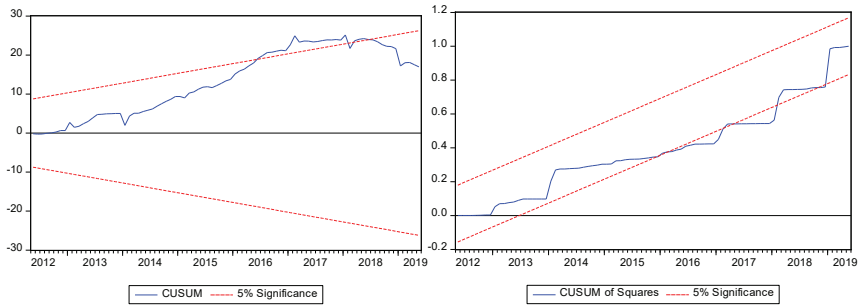
Uzun dönemli ilişkinin tespit edilmesinin ardından modelde yer alan uzun dönem katsayılara geçilebilir. Uzun dönem katsayılarına ilişkin değerler aşağıda yer alan Tablo 4'te sunulmuştur.

Tablo 4 incelendiğinde kârlılığın bir gecikmesinin istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir. Buna göre bir dönem önceki kârlılık bu dönemki kârlılık üzerinde 0.85 oranında etkilidir. Eğer bankacılık sektörü geçen dönem kâr elde etmişse bu dönem de kâr elde etme olasılığı oldukça yüksektir. Döviz kurunun ise uzun dönemde sadece cari dönemde etkili olduğu görülmektedir. Etki oranı ise 0.10'dur. Bir diğer ifadeyle döviz kurundaki yüzde birlik bir artış bankacılık sektörünün kârının uzun dönemde yüzde 0.10 artmasına neden olmaktadır. Kur ile kâr arasındaki ilişkinin doğru yönlü olması, bankaların kur hareketlerinden olumsuz etkilenmediğini, aksine olumlu etkiler elde ettiğini göstermektedir.

Tablo 4: *ARDL(1,0) Modeline İlişkin Eşbütünleşme Sonuçları*

Değişken	Katsayı	Standart hata	t-istatistiği	Olasılık değeri
Bağımlı değişken: Δr_t^d				
pr_{t-1}	0.8547	0.0602	14.1871	0.0000
fx_t	0.1016	0.0554	1.8353	0.0700
c	2.3097	0.9514	2.4276	0.0173
Diagnostik testler				
R^2	0.9062			
$\bar{R}^2$	0.9040			
Breush Godfrey LM(3)	5.2547 (0.1477)			
Breush-Pagan Godfrey	18.1517 (0.0247)			

Modelin istikrarının testi için CUSUM ve CUSUM kare değerleri Şekil 4'te verilmiştir. Bu değerlerin genel anlamda %5 anlamlılık düzeyi içinde yer aldığı görülmektedir. Ara ara %5'lik sınırın dışına taşması, modelin genel anlamdaki istikrarlılığını bozmamasına karşın modele ilave değişkenler eklenmesinin uygun olduğu anlamına da gelmektedir. Ancak çalışmadaki asıl amacımızın döviz kuru hareketlerinin bankacılık sektörünün kârlılığı üzerindeki etkisi olduğu için ilave değişkenlerinin analize dâhil edilmesi tarafımızca uygun görülmemiştir.



Şekil 4: *CUSUM ve CUSUM Kare Değerleri (%5)*

Son olarak uzun dönem eşbütünleşme ilişkisinin tespitinden sonra Denklem 4'te yer alan ARDL gösterimine geçebiliriz. Bu gösterim hem kısa hem de uzun dönem etkileri görmemize yardımcı olmaktadır.

Tablo 5'te yer alan değerler incelendiğinde gerek kârlılık gerekse de döviz kuru değişkenlerinin uzun dönemde anlamlı olduğu görülmektedir. Kısa dönem katsayıları da anlamlıdır. Buna göre döviz kurunda meydana gelen değişmelerin kısa dönemde 2 gecikme ile kârlılık üzerinde etkili olduğu söylenebilir. Kârlılık değişkeninin gecikmesi de yine aynı şekilde iki dönemde etkilidir. Uzun dönem katsayılarına gelindiğinde ise kârlılıktaki bir birimlik bir artışın uzun dönemde 0.88'inin yansıdığını, döviz kurundaki bir birimlik artışın ise 0.11'inin yansıdığı görülmektedir. Bu değerlerin geçiş katsayıları olduğu ve Tablo 5'in üst kısmında yer alan 0.2956 ve 0.2522 değerinden hareketle hesaplandığı gözden kaçmamalıdır.

Tablo 5: *ARDL Koşullu Hata Düzeltme Sonuçları*

Değişken	Katsayı	Standart hata	t-istatistiği	Olasılık değeri
Bağımlı değişken: Δpr_t				
c	-1.1884*	0.4010	4.6438	0.0010
pr_{t-1}	-0.2956*	0.0747	4.2484	0.0000
fx_{t-1}	0.2522*	0.0558	2.4446	0.0000

Δpr_{t-1}	0.4142*	0.0912	4.6425	0.0000
Δpr_{t-2}	-0.0180	0.1021	-0.1767	0.0024
Δfx_t	0.0155	0.0720	0.2154	0.0104
Δfx_{t-1}	-0.6871*	0.1773	-3.8754	0.0003

Uzun Dönem Katsayıları				
pr	0.8814	0.0254	24.1451	0.0000
fx	0.1058	0.1847	4.8411	0.0000

Diagnostik testler	
R^2	0.9062
$\bar{R}^2$	0.9040
Breush Godfrey LM(3)	5.2547 (0.1477)
Breush-Pagan Godfrey	18.1517 (0.0247)

SONUÇ

Döviz kuru değişiminde meydana gelen hareketlilik petrol gibi doğal kaynaklardan döviz geliri elde etmeyen ülkeler için her zaman en önemli değişkenlerden biri olagelmiştir. Döviz kurunda meydana gelen oynaklık firmaları olduğu kadar bankaları da yakından etkilemektedir. Bankacılık sektöründe faaliyet gösteren ticari mevduat bankalarının döviz kuru değişikliklerinden nasıl etkilendiği hususu araştırmaya değer bir sorudur. Döviz kuru oynaklıklarının ekonomi üzerinde olumsuz yansımaları olmasına karşın bankacılık sisteminin kârlılığını nasıl etkilediğinin araştırılması son derece önemli bir husustur. Bu nedenle bu çalışmada döviz kurunda meydana gelen değişikliklerin Türkiye'de faaliyet gösteren mevduat bankalarının kârlılığını uzun dönemde nasıl etkilediği araştırılmak istenmiştir. 2012:M1-2019:M5 dönemini kapsayan verilerden elde edilen bulgular bankacılık sektörünün kârlılığının döviz kuru değişimlerinden olumlu etkilendiğini göstermiştir.

Çalışmada gecikmesi dağıtılmış otoregresif (ARDL) modeli uygulanmıştır. Bu modelin en önemli avantajı değişkenler arasında içsellik ilişkisinin olup olmamasının önemsiz olmasıdır. Ayrıca değişkenlerin aynı dereceden durağan olması zorunluluğu da taşımamaktadır. Uzun dönemli ilişkinin tespitinin ardından kısa dönemli ilişkilerin etkilerini de açıklamaya imkân vermesi, değişkenler arasındaki hem uzun hem de kısa dönemli etkileri görmeye olanak sağlamaktadır. Çalışmada döviz kuru dalgalanmalarının kârlılık üzerinde uzun dönemde etkili olduğu tespit edilmiştir. Uzun dönem katsayısı da 0.11 olarak tespit edilmiştir. Buna göre döviz kurunda oynaklık meydana gelmesi durumunda ticari bankaların gerek döviz salım-satım faaliyetlerinden elde ettikleri komisyon gelirlerinin artması gerekse de döviz hareketliliğinin artması sonrasında piyasa faizlerinin yükselmeye başlaması neticesinde faiz getirisinin artması bu kârlılığının ana açıklayıcıları arasındadır. Kısa dönemdeki ilişkiye bakıldığında ise döviz kuru hareketlerinin hem aynı ay içinde hem de bir aylık gecikme ile kârlılığı etkilediği görülmektedir. Bu bulgular iktisat teorisiyle de uyum göstermektedir.

KAYNAKÇA

Abreu, M. ve Mendes, V. (2001). "Commercial Bank Interest Margins and Profitability: Evidence for some EU Countries". City University Economics Department. Preliminary Draft, 1-11.

Arslan, İ. ve Yapraklı S. (2008). "Banka Kredileri ve Enflasyon Arasındaki İlişki: Türkiye Üzerine Ekonometrik Bir Analiz (1983-2007)". İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Ekonometri ve İstatistik Dergisi, 2008(7), 88-103.

Atindéhou, R.B., & Gueyie, J.P. (2001). "Canadian Chartered Banks' Stock Returns and Exchange Rate Risk," Management Decision, 39, (4), 285-295.

Aydın, M.F.. (2002). "Türkiye'de Kamu Kesimi İç Borçlanmasının Bankacılık Sektörü Bilânçolarına ve Risklerine Olan Etkileri". TCMB Araştırma Genel Müdürlüğü Çalışma Tebliği, 13(11), 1-17.

Bracker, K., Imhof, M. & Lallemand, J. (2009). "Sources of Bank Risks: Impacts and Explanations," Academy of Banking Studies Journal, 8, (2) 107-124

Chamberlain, S., Howe, J.S. & Popper, H. (1997). "The Exchange Rate Exposure of U.S. and Japanese Banking Institutions," Journal of Banking and Finance, 21, (6) 871-892.

Choi, J.J., Elyasiani, E. & Kopecky, K. (1992). "The Sensitivity of Bank Stock Returns to Market, Interest and Exchange Rate Risks, Journal of Banking and Finance, 16, (5) 983-1004.

Durden, T. (2011). "Five Banks Account for 96% of the $250 Trillion in Outstanding U.S. Derivative Exposure; Is Morgan Stanley Sitting On An FX Time Bomb? Zero Hedge, http://www.zerohedge.com/news/five-banks-account-96-250-trillion-outstanding-derivativeexposure-morgan-stanley-sitting-fx-de

Engle, R. F., & Granger, C. W. (1987). Co-integration and error correction: representation, estimation, and testing. Econometrica: journal of the Econometric Society, 251-276.

Gülhan, Ü., & Uzunlar, E. (2011). Bankacılık Sektöründe Kârlılığı Etkileyen Faktörler: Türk Bankacılık Sektörüne Yönelik Bir Uygulama/Factors Influencing the Bank Profitability: an Apllication on Turkish Banking Sector. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 15(1).

He, L. T., Fayman, A., & Casey, K. M. (2014). Bank profitability: the impact of foreign currency fluctuations. Journal of applied business and economics, 16(2), 98-104.

Kaya, Y.T. (2002). "Türk Bankacılık Sektöründe Kârlılığın Belirleyicileri". MSPD Çalışma Raporları, BDDK Yayınları, 2002(1), 1-16. Molyneux, P. ve Thornton, J. (1992). "Determinants of European Bank Profitability: A Note". Journal of Banking and Finance, 16(6), 1173-1178.

Kaya, Y.T. ve Doğan, E. (2005). "Dezenflasyon Sürecinde Türk Bankacılık Sektöründe Etkinliğin Gelişimi". ARD Çalışma Raporları. BDDK Yayınları, 2005(10), 1-16.

Pasiouras, F. ve Kosmidou, K. (2007). "Factors Influencing the Profitability of Domestic and Foreign Commercial Banks in the European Union". Research in International Business and Finance, 21(2), 222-237.

Pesaran, M. H., Shin, Y., & Smith, R. J. (2001). Bounds testing approaches to the analysis of level relationships. Journal of applied econometrics, 16(3), 289-326.

Petersen, M.A. ve Schoeman I.. (2008). "Modeling of Banking Profit via Return-on-Assets and Return-on-Equity". Proceedings of the World Congress on Engineering, Vol II, London U.K.: WCE, July: 2-4.

ÇİZGİ FİLMLERİN ÇOCUKLAR ÜZERİNDEKİ OLUMSUZ ETKİSİNİN ŞİDDET ÖZELİNDE İNCELENMESİ

Berrin SARITUNÇ[1], Asude ÜNSAL[2]

1 Uludağ Üniversitesi Öğretim Görevlisi
2 Uludağ üniversitesi Okul Öncesi Eğitimi Yüksek Lisans Öğrencisi

ÇİZGİ FİLMLERİN ÇOCUKLAR ÜZERİNDEKİ OLUMSUZ ETKİSİNİN ŞİDDET ÖZELİNDE İNCELENMESİ

Berrin SARITUNÇ[1], Asude ÜNSAL[2]

GİRİŞ

İleri teknolojiler kullanılarak üretilmiş olan ve halk kitlelerine ulaşan iletişim biçimi kitle iletişim olarak adlandırılmaktadır. Kitle iletişim araçları şu şekilde sıralanmaktadır; basın yayın organları, radyo, sinema ve televizyon olarak belirleyebiliriz. Günümüzde en etkin ve en yaygın olan televizyon ve bunun ardından radyo gelmektedir.

Ülkemizde birkaç yıl içerisinde televizyon yayıncılığı toplumumuzda büyük ilgi odağı olmuştur. Herkes bir gün herkes 15 dakikalığına da olsa ünlü olacak öngörüsü gerçekleşmiş, yüksek meblağlar karşılığında kanaldan kanala geçen kişiler, internette tıklanma rekoru kıran rap yıldızları, youtuberlar ortaya çıkmaya başlamıştır Basın özgürlüğüne dayanan televizyon haklarının kişisel hakları zorlamasıyla medya terörü kavramı gündeme gelmiştir. Medyanın ülkeyi yönetmeye soyunduğu bile konuşulmaktadır. Gelişmeleri arkadan takip etmekte olan televizyon yasası ile düzenin sağlanmasında henüz pek başarılı olamamıştır.

Bütün bu kargaşa içerisinde çocukları düşünen pek yoktur. Çok sayıda televizyon kanalı çocukları düşünmeden evlerimize ses ve görüntü yağdırmaktadırlar. Özel bir saha olduğu için özenle hazırlanması gereken çocuk programlarının eksikliği şöyle dursun, izleyici oranlarını artırma telaşı içerisindeki kanalların hedeflerine ulaşmak için sosyal değerleri ikinci planda bırakmaları yüzünden çocukların yayınlardaki şiddet ögelerinden zarar görmeleri dahi söz konusudur.

Bildiğiniz üzere çocukların yaşları ne olursa olsun bütün çocukların televizyon seyretmeyi çok severler. Adeta büyülenmiş edası ile ekran karşısında otururlar. Televizyon ekranları sanki çocuklar üzerinde bir etki kurmuş gibidir. Ülkemizde ebeveynler bu durum karşısında ne yapacaklarını şaşırmaktalar, genellikle de çocuklarının karşı koymalarına dayanamayarak onların televizyon seyretmeleri gönülsüzlükle izlemelerini kabul etmektedirler.

Televizyon ve radyonun ihtişamı programlarıyla, izleyici ve dinleyicileriyle insanlar üzerindeki etkileriyle önemli bir konudur ve bundan daha

1 Uludağ Üniversitesi Öğretim Görevlisi
2 Uludağ üniversitesi Okul Öncesi Eğitimi Yüksek Lisans Öğrencisi

da önemlisi çocukların nasıl etkilendiğidir. Televizyon yayınlarının çocuklar için zararlı olabilmelerine rağmen, bütün dünyada olduğu gibi ülkemizde de bu konuda gereğinden fazla gürültü koparılmaktadır. Birtakım başka unsurların da ortak sorumluluk altında olmaları gerekirken bütün suç medyaya ve televizyona yüklenmektedir.

Televizyon denilen iletişim aracı bilinçli kullanıldığında çocukların eğlenirken eğitilmeleri ve kendilerini geliştirmeleri için mükemmel bir araç iken, rastgele kullanıldığında çocuklar için zararlı olması söz konusudur. Toplumumuzda bu zararların biraz abartıldığı da ayrı bir gerçektir.

Ülkemizde televizyon yasası yeni yeni oturmaktadır. Ancak bu yasaların yayınlarla ilgili problemlerin tümüne çözüm getirmesi uzak bir ihtimal gibi görünmektedir. Çocukları bu problemlerden korumak için önlemleri kendimiz almak durumundayız. Fakat bunun yanında toplum olarak geleneksel sessizliğimizden sıyrılarak tepkilerimizi dile getirmeliyiz ve televizyon ve radyo programlarının aksayan yönleriyle ilgili olarak taleplerimizi belirtmeliyiz.

Araştırmanın Amacı

Bu çalışmamızın amacı çizgi filmlerin iyi analiz edilmeden çocuklara izletilmesi durumunda çocuklar üzerindeki olumsuz etkilerinin boyutları hakkında araştırmaları sentezlemek, ebeveyn ve öğretmenlerin bu konu hakkında bilgilendirilmesidir.

Araştırmanın Önemi

Çizgi filmler çocukların bilişsel, sosyal duygusal ve hatta psikomotor yönden gelişmesinde büyük öneme sahiptir. Çocuklar çizgi film izledikleri yaşlarda gerçek ve fantezi arasındaki ayrımı yapamadıklarından rol alma gibi davranışlar ortaya çıktığında olumsuz davranışlara sebep olmaktadır. Çizgi filmlerdeki verilen mesajların incelenmeden veya araştırılmadan çocuklara izletilmesi durumunda çocuklar üzerinde şiddet ve saldırgan gibi olumsuz davranış ve duyguların ortaya çıkmasına sebep olabilmektedir. Bu çalışmamızda çizgi filmlerin çocuklar üzerinde şiddet ve saldırganlık boyutu incelenmiştir.

1.BÖLÜM

İLETİŞİM-KİTLE İLETİŞİM

1.1. İletişim Kavramı

Kişiler arasında yapılan anlam yüklü simgeler gönderimi, alımı, işlenimi, yeniden gönderimi, yeniden alımı ve yeniden işlenimi gibi insanın türsel özelliği olan toplumsallaşırlığın bir yansımasıdır. Doğal ortamına uyum sağlamayı dolaysız olarak yapma durumundaki diğer tüm canlı türlerinin tersine, insan, doğal ortamındaki fırtınalara, soğuğa, göllere, denizlere vb. uyum sağlamak için toplumsallaşmayı kullanarak kültürü aracılığı ile yapmıştır. İnsanın konuşma yeteneğinin gelişmesi de toplumsallaşırlığının gerçekleştirilebilmek derecesine bağlı bulunmaktadır.[3]

Doğal tabiatına uyumlanmak için kültürü oluşturan ve kültür uyumunu başarabilen insan, kültürünü oluştururken diğer kişilerle birlikte etkinlik gösterir. Duygularını düşüncelerini ve inançlarını anlam yüklü seslerle, işaretler ile bedensel hareketler ile ya da bunların stilize edilmiş çeşitli işaretler ile birbirine aktarır, yanıt alır, yanıta karşı yeni bir yanıt hazırlar. İletişim dediğimiz olgu insanın kültürel donanımını geliştirir.[4]

Beş duyu organımız ile fark ettiğimiz, duyumsadığımız her şey bir iletişim süreci başlatmaktadır. Aynı uyarıyı algılayan iki insanın birbirleri ile kuracakları toplumsal ilişki, uyarı aracılığıyla olur. Bu toplumsal etkileşim, büyük ölçüde, iletişim süreci olarak işlemeye başlamaktadır. Böylelikle, bireylerin hayatlarında kazandıkları bilgi, beceri ve duygular hem kendi kuşakları içindeki insanlar hem de kuşaklar arasında ortak noktası olur. Bu sayede insan toplulukları içindeki bireyler aralarında yaşam için gerekli bilgi beceri ve duyulara ilişkin ortak düşünceler, duygular ve inançlar edinilip paylaşılmaya başlar. İletişim (dil), bu süreçlerdeki yeri bakımından, topluma geçişin en etkili aracı ve düzenleyicisidir. Bu sebepledir ki, insan toplumlarının gelişmesi için önemli bir araç, bir müessir olan iletişim toplumsal yaşamda gitgide daha ileri gelişme düzeylerine geçildikçe, insan toplumunun gitgide daha temel nitelikte düzenleyici aracı olmaya başlar. Bu seviyelere geçildikçe, insanın birey olarak kendi bedeni ile yapabildiği anlam yüklü işaretler, sesler, kelimeler, bedensel hareketler ve mimikler ortaya çıkar. Daha ileri düzeyde ise, yazılı levhalar, gazeteler, radyolar, sinema ve televizyonlar ve bunların işletilmesi için gereken işlevleri ile işleyen bugünkü gelişkin düzeyde toplumsallaştırılmış kitle iletişimi ortaya çıkar.[5]

---

3 Ünsal OKSAY, **Kitle İletişiminin Kültürel İşlevleri**, Der Yayınları, İstanbul, 1993, s. 309,310.

4 Orhan GÖKÇE, **İletişim Bilimine Giriş**, Turhan Yayınları, Ankara, 2002, s. 31.

5 Metin IŞIK, **İletişimden Kitle İletişimine**, Mikro Yayınları, Konya, 2002, s. 3.

İnsanların toplumsallaşan iletişimin etkin ögeleri olmaları güçleşse bile yine de bir dereceye kadar bu sürece katılabilmeleri için toplumsal yaşamın diğer boyutlarında da yer almaları gerekmektedir. Toplumsal yaşamın iletişim dışındaki yaşam alanlarında katılmanın düşük olması durumunda da iletişimin çeşitli düzenlemeleri ile gerçekleştirilebilen özdeşleştirmeler aracılığı ile belirli bir derecede bu tür katılmalar sağlansa bile bunun sıkı sonucu olmaktadır. Birincisi belirli bir süre sonra, bu katılma biçimlerinde isteksizlikle karşılaşılması; ikincisi ise, kitle iletişiminde, toplumsal etkinliklerin dışında bırakılmışlığın verdiği kırgınlık, öfke, umutsuzluk gibi duyguların hesaba katıldığı bir yayın piyasasına yönelme zorunluluğunun belirmesidir. Bu ikisinin yansıması ise kitle iletişim araçlarının yayın siyasalarını yönetenlerin, kitlenin kendi yayınları için hedef saydıkları kesimine erişebilmek için tasrihi olmayan bir kodlama yöntemini kabul etmeye mecbur kalmaları olmaktadır. Başka bir yansıması ise o an içinde yaşanmakta olan toplumsal sistemin ekonomik düzeyinin etkinliğinin arttırılmasında yeni güçlüklerle karşılaşılması; kültürün maddi ögelerindeki gelişme düzeyi buna elverişli duruma gelmiş bulunsa bile, ekonomik düzeyin potansiyel verimliliğinin tinsel kültürdeki bu geri kalmışlık nedeniyle arttırılamaması olmamaktadır.[6]

1.2. Kitle İletişim Kavramı

İleri teknoloji kullanılarak geniş halk kitlelerine ulaşan iletişim biçimi kitle iletişim olarak isimlendirilmektedir. Burada kitle kavramı belirleyicidir. Genel olarak kitle, bir toplumdaki nüfusun dikey ve yatay dağılımını kapsayan, bir diğer yönden ülke sınırları içinde yaşayan herkesi içine alan bir kavramdır. İletişim süreci içinde kullanıldığı biçimde, kitle gönderilen mesajlara açık olan dağınık izleyicileri, seyircileri ve okuyucuları ifade etmektedir.[7]

Kitle iletişimi, kaynak tarafından mesajların kitle için kodlanması, kitle iletişim araçları, gazete, dergi, kitap, radyo, televizyon tarafından hedefe-kitleye iletilmesi, hedef alıcıların bu mesajları çözümlemesi ve geri bildirim yoluyla tepkilerin kaynağa ulaşması sürecini anlatmaktadır. Kitle iletişimi; belli spesifik sosyal grupların ve üyelerinin teknik araçlar sayesinde heterojen olan ve geniş alana yayılmış sayıca fazla insanlara sembolik içerikleri iletmeye ve ulaştırmaya çalıştıkları bir süreçtir.[8]

Kitle iletişimi denildiğinde kitle olgusu ile iki farklı sürece gönderme yapmaktayız. Bunlar mesajların kitlesel üretimi ne kitlesel tüketimidir. Kitle iletişimi kitle kültürünün oluşması, yayılması ve etkileşimini de or-

6 GÖKÇE, a.g.e., s. 34,35.
7 IŞIK, a.g.e, s. 4.
8 OSKAY, a.g.e., s. 312,313.

taya koyar. En bariz olanları radyo ve televizyon programları, dizi filmler, haberler, dergiler, çizgi filmler, sinema, reklamlar kitle kültürünü oluşturan kitlesel enformasyon bilgileridir.[9] Kitle iletişimi, kamuya kitlelere yönelik ileti üretim ve dağıtımının kurumsallaşmış biçimlerini anlatmaktadır. Kitle iletişimi bir süreç olarak beş aşamadan oluşmaktadır.[10]

1. Uzman iletişimciler sunu performanslarını sergileyebilmek için farklı içerikli yapılar oluştururlar.

2. Bu yapılar teknolojik araçlar yardımıyla süratli ve sürekli olarak dağıtılırlar.

3. Oluşturulan bu yapı(mesaj, reklam, film, cingıl, oyun vs) olabildiğince çok sayıda kişiye ulaştırılmaya çalışılır.

4. Kitle içinde bulunan fertler iletiyi kendi deneyimlerindeki mantaliteye göre yorumlarlar.

5. Sonuç olarak ulaşılan fertler çok açıdan ve çok farklı ölçülerde etkiye maruz kalırlar.

Bu süreçte yer alan kaynak sadece bir kişi değil, biçimsel bir örgüt ve burada sorumlu uzman iletişimcilerdir. İletiler, standartlaşmış ve çoğaltılmış bir çalışma mahsulü olarak değiş-tokuş değeri olan bir maldır. İletiler kitle iletişim araçlarıyla, okuyucu, dinleyici, izleyici kitlesine çeşitli biçimlerde ulaşır. Kaynak ile hedef arasındaki ilişki genellikle tek yönlüdür. Geri bildirim zorunlu olmamakla birlikte aranan bir durumdur. Hedef kitle büyük kitlenin bir parçasıdır ve iletileri kendi yaşam tecrübeleri çerçevesinde çözümler ve tepki gösterir. Kitle iletişimi, iletilmiş olan mesajın kişilerce aranan mesajla sentezlenmesi sonucu bireylerin tutum ve düşüncelerini kolayca etkileyerek değiştirmektedir. Kitle iletişim, fertlerin akran gruplarının meslek odalarının vs ve bütünüyle toplumun değer ve düşünce ve beklenti eğilimlerinde değiştirici bir role sahiptir. Kişilerin hangi ölçüde etkilendiği ise bireyin beklentilerine yakın veya özdeş iletilerin verilmesiyle orantılıdır. Günümüzde kitle iletişim araçları fertlerin toplum içindeki oto kontrol mekanizmalarını düzenlemekte, kişilerin davranış eğilimlerini ve toplumun beklentilerini belirlemektedir.

Kitle iletiş bir sistemin genel adıdır. Bu sistem içinde kitle iletişim araçları, bu araçlara sahip olanlar, iletişim süreçlerini organize eden personel, onların sahip olduğu değerler ve uymak zorunda oldukları kurallar, izleyici, okuyucu, dinleyici ve onların ender de olsa geri bildiğim, vb. hepsi

9 GÖKÇE, a.g.e., s. 161.

10 Hüseyin BAL, **İletişim Sosyolojisi**, Süleyman Demirel Üniversitesi Yayın No:42, Isparta, 2004, s. 66.

sistemin ögeleridir. Kitle iletişim sistemi içinde yer alan örgütlenmeler, televizyon, gazete, radyo vb. medya kavramıyla ifade edilmekte ve sistemin merkezinde yer almaktadır. Medya kitle iletişimin öğeleri içinde kaynak durumunda olan ve iletişim içeriğini belirleyen ve kime, ne zaman, nasıl ulaşacağına karar veren belirten eden bir ögedir.[11]

1.3. Kitle İletişiminin İşlevleri

Kitle iletişim araçları ya da yaygın olarak kullanımı ile medya, bir topluma; mesajların muhafaza edilmesi, uzaktan iletilmesi ve kültürel-siyasi pratiklerin güncelleştirilmesi yönündeki üç temel işlevlerin tamamını yahut kısmen yerine getirme ihtimalini sağlayan bütün iletişim sistemleri anlamında kullanılmaktadır.[12]

Çevremizde pek çok iletişim organı bulunmakta ve insanların onlarla etkileşime girip girmememe konusunda karar vermesi de pek mümkün gözükmemektedir. İnsanlar dışarı çıkmak, alışveriş yapmak, işlerine gitmek, yemek yemek, eğlenmek durumundadır. Tüm bunları yaparken de üç maymun gibi gözlerini kulaklarını kapatamayacağına göre var olan tüm mesajların bombardımanına savunmasızca yakalanmaktadır. Bunlar büyükşehirlerde her köşe başında gördüğümüz reklam panoları olduğu gibi, radyodan yayılan bir müzik, televizyonda yayınlanan bir film, çocuk kanallarındaki cingıllar, reklamlar ve çizgi diziler olabilmektedir. Ve modern hayatın getirdiği her bir birey her an bunların içerdiği mesajların taarruzuna maruz kalmaktadır.

Kitle iletişim araçlarının işlevleri konusunda çeşitli yaklaşımlar bulunmaktadır. Bu konudaki açıklamalar dikkate alındığında bu işlevler toplumsal sisteme ilişkin işlevler, siyasal işlevler, ekonomik işlevler ve bilgilendirme (enformasyon) işlevleri olarak incelenir.[13]

1.4.1 Toplumsal Sisteme İlgili İşlevleri

Kitle iletişim araçlarının toplumsal olarak işlevleri ile bu araçların hayat veya sosyal sistem çerçevesinde gördükleri bütün işlevler anlatmaktadırlar. Toplumun kültürünün bir kuşaktan diğerine geçirildiği ve bireyin, örgütlenmiş sosyal hayatın kabul edilmiş ve tasdik edilmiş yollarına uyarlandığı bir süreç olarak işlev gösterir. Seyirci, dinleyici kitlesi üzerinde yapılan etki araştırmaları genelde kitle iletişim sisteminin bireyler üzerindeki etkileridir. Ancak kitle iletişim sisteminin bireyler üzerindeki etkilerinden hareketle hiçbir zaman kitle iletişiminin toplumsal işlevlerine yönelik sonuçlar çıkartılmaz. Dolayısıyla kitle iletişim sisteminin toplumsal işlevleri

11 BAL, a.g.e., s. 73.
12 OSKAY, a.g.e., s. 272.
13 IŞIK, a.g.e., s. 64.

ile bunu bireyler üzerindeki etkilerinin birbirinden ayırt edilmesi gerekir. Bunun da temel nedeni kitle iletişim sisteminin toplumsal yaşam için işlevlerinin kişisel güdüler olmadığıdır. Yani kitle iletişimine yönelmek daha çok kişisel güdülere bağlıdır.[14]

Kitle iletişim araçlarının ana işlevleri toplumsallaşma işlevidir. Toplumsallaşma, bir kişinin yaşamı boyunca devam eden bir sosyo-kültürel doğum olarak ifade edilen bu süreçte kitle iletişim araçlarının rol aldığı işler küçümsenemez. Çağımızda kitle iletişim araçları artık günlük yaşantımızın bir parçası haline gelmiş ve bu durumda, kültür transferi rolünü üstlenmiş bulunmaktadır. Bu sebepten dolayı günlük hayatta, düşünce ve görüşlerin açıklanmasında ve eleştirici bir kamuoyunun oluşturulmasında kitle iletişim araçlarına büyük ölçüde gereksinim duyulmaktadır.

Toplumsallaşma adı altında kitle iletişim araçlarının göz ardı edilmemesi gereken bir etkisi de toplumsal eğilimleri belirlemesidir. Karmaşık bir toplumda insanların çevrelerini bütünüyle algılamaları mümkün değildir. Kişi yaradılışı gereği gerçeğin yalnızca bir kısmı algılayabilir. Ancak insanlar görmediklerini görebilmek, duymadıklarını duyabilmek özetle kendilerinden çok daha uzakta olan şeyleri "öğrenebilmek ve görebilmek için kitle iletişim araçlarını kullanırlar. Kitle iletişim sistemi kendine özgü araçlarıyla, endüstri-kent toplumlarına özgü değer ve davranış modellerini bireylere sistemli olarak sunarlar. Bu durumda oluşan etki genellikle aile, eğitim gibi kurumlar seviyesinde bir sosyalizasyona neden olabilir.[15]

Günümüzde bireyler yalnızlaşmıştır, dünyaları ve ilişkileri bozulmuştur, bireylerin kitle iletişim araçları dostu haline gelmiştir. Toplumsal ilişkiler, kitle iletişim araçları tarafından şekillendirilip biçimlendirilmektedir. Toplumsal hayatta karşılaşılan günlük sorunları çözmede, boş zamanları değerlendirmede ve günlük yaşamın gerçeklerinden uzaklaşma gibi çözümlerde kitle iletişim araçlarını kullanmaktadır. Bu şekilde kitle iletişim araçları; dinlemeyi sağladığı yanı sıra psikolojik dengeyi sağlamaya da yardımcı olmaktadır.[16]

1.4.2 Siyasal İşlevleri

En önemlisi görevi ise kitle iletişim araçlarının toplumdaki mevcut görüş ve fikirleri herhangi bir ayrım yapmaksızın duyurma ve inceleme sorumluluğudur. Kitle iletişim araçları eğer toplumda mevcut olan değişik fikir ve görüşlere yer veriyor ise ancak o zaman kamuoyunu oluşturma işlevini yerine getiriyor demektir.[17]

14 BAL, a.g.e., s. 73.
15 VURAL, a.g.e., s. 34.
16 GÖKÇE, a.g.e., s. 173,174.
17 ERDOĞAN, a.g.e., s. 101.

Kitle iletişim sistemi siyasi işlevi içinde bulunduğu toplumun siyasal sistemin uygun biçimde gerçekleştirir. Toplumsal yapının karmaşık bir görünüm almasına bağlı olarak siyasal sistemde karmaşık bir hal almaktadır. Kitle iletişim araçlarının, karmaşıklaşan siyasal sistemi algılanabilir bir şekle indirgemesi, siyasal anlayışları topluma tanıtması, kamuoyunun demokratik tepkilerini olduğu gibi göstermesi siyasal işlevin gereğidir. Kitle iletişim siyasal otoritenin karşısında yeterince düzenlenme olmayan toplum kesimlerinin sözcülüğünü yaparak direk olarak kendisi gibi baskı grubu olabilir. Ancak bu olgunun kitle iletişim araçlarını ellerinde bulunduranların anlayışları ve istekleri doğrultusunda oluştuğu da bir gerçektir.[18]

1.4.3. Ekonomik İşlevleri

Kitle iletişim araçlarının ekonomik işlevleri direkt veya bazen de reklamlar aracılığıyla daha dolaylı olarak gerçekleşebilmektedir. Ekonomik işlevlerde, kitle iletişim araçları mal-para ilişkisine daha da canlılık kazandırmaktadır. Mal-para ilişkisinin canlılık kazanması için reklam unsuru önemli bir rol oynar. Reklam ile kitle iletişim araçları hangi malların mevcut olduğu ve hangi mal ve hizmetlerin hangi gereksinimleri karşıladığı yönünde bilgiler verirler ve talebi arttırırlar. Bazı kitle iletişim araçları ise doğrudan bağlı oldukları ya da ilişki içinde oldukları firmanın mallarını tanıtmak ya da pazarlamak suretiyle ekonominin asıl unsurlarından biri haline gelmektedir.[19]

1.4.4. Bilgilendirme (Enformasyon) İşlevleri

Bilgilendirme, aslında bir bilgi eksikliğini kabul eder. Bilgi yoksanlığını gideren bir eylemdir. Buna göre bir eylem ya da işlevin bilgilendirme olarak adlandırılması için öncesinde bilinmeyen bir durumun var olması gerekmektedir. Aksine halde verilen bilgilendirme niteliği taşımayabilir. Bir bilginin bilgilendirme niteliği taşıyıp taşımaması, bu bilginin türüne değil, özellikle alıcının bilgi durumuna bağlı olmaktadır. Bu açıdan denilebilir ki; bir bilginin veya iletinin bilgilendirme değeri alıcının bilgi durumunun bir fonksiyonudur. Burada bilgilendirme değeri değişkendir. Bir iletinin bilgilendirme olup olmaması kişilere göre değişmektedir. Bir mesaj kimileri için bilgi niteliği taşırken kimileri için taşımayabilir.[20]

Tüm bilgilerin kitle iletişim aracılığı ile kazanılmadığı bir gerçektir. Bilgi edinmek önce birincil tecrübe sayesinde mümkün olmaktadır. Yani kişiler nesnelerle karşılaşmaları ve tecrübe elde etmeleri sonucu bilgi kazanmaktadırlar. Buna karşılık enformasyonlar, ikincil aracılığı ile elde

18 James LULL, **Medya, İletişim, Kültür**, Çev: Nazife Güngör, Vadi Yayınları, Ankara, 2001, s.69.

19 BAL, a.g.e., s. 74.

20 VURAL, a.g.e., s. 49.

edilmektedir. Toplumların gelişmesine bağlı olarak ikinci elden bilgilenme veya bilgilendirme, birincil deneyim aracılığı ile elde edilen bilgilerin yerini almış bulunmaktadır. Günümüzde çocuk ve gençler enformasyonlarını kitaplardan veya kendi gözledikleri olaylardan değil; özellikle kitle iletişim araçlarından elde etmektedir.[21]

Kitle iletişim araçlarının toplumsal, siyasal ve ekonomik işlevleri önemli ölçüde bilgilendirme (enformasyon) akımının niteliğine bağlıdır. Bu bilgilendirme akımı da aslında toplumsa bütünleşmenin temelini oluşturmaktadır. Bu nedenle kitle iletişim araçlarının bilgilendirme (enformasyon) işlevi; toplumsal, siyasal ve ekonomik işlev veya sistemleri aynı ölçüde ilgilendirmektedir.[22]

Bizim buraya eklemek istediğimiz bir diğer işlevi ise eğlence işlevidir. Bu konuda pek çok eleştiri yağmuruna tutulmuş olsalar da kitleleri uyutma, pasifleştirme, özendirme/onu örnekseme ve estetik değerleri belirleme gibi noktalara da etkisi göz ardı edilemez. Geleneksel toplum yapısında var olan cemaat kavramı modern hayat ile birlikte yerini cemiyete bırakmış, insanların en yakın dostu artık ailesi, komşu, akran ve akrabaları değil; medyada gördüğü kişiler olmuştur. Kişiler arası ilişkilerin şeklini, eğilimini belirleyen de bu araçlar olduğu gibi, insanların sorunlarından kaçışını da sağladığı söylenmektedir. Dolayısıyla bir anlamda psikolojik bir denge veya dengesizlik sağladığı da belirtilebilir.

21 GÖKÇE, a.g.e., s. 176,177.

22 AYMAZ **İletişim Araçlarının Toplumsal Tarihi İçin Bir Giriş Global Media Journal TR Edition**, 8 (16) Bahar/Spring 2018,s.2.

İKİNCİ BÖLÜM

KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARINDAN TELEVİZYON – İNTERNETİN GELİŞİMİ VE TOPLUMSAL ETKİSİ

2.1. Kitle İletişim Araçlarının Gelişimi

Bir görüşe göre, çağdaş anlamda iletişim, yazılı basının gelişmesiyle başlatmak mümkündür. Geniş halk kitlelerine ulaşmakta ve onları yönetmekte modern kitle iletişim araçları adı da verilen kitle iletişim araçlarının kullanımı matbaanın icadı ile başlamıştır denebilir.

İlk çağlarda devletler kendi himayelerindeki bölgeleri kontrol altında tutabilmek adına çeşitli istihbarat faaliyetleri geliştirmiş, bilgi akışını denetlemeye gayret etmiştir. Bu bilgi akışı ise tarih boyunca bu nedenlerden dolayı ticari bir emtia oluşturmuştur. İnsanlar, atlar, güvercinler, develer, kuleler bunun için birer araç olarak kullanılmış yönetimin bilgisi dışında ise kullanımı yasaklanmıştır. Orta Çağ Avrupası'nda köylülerin güvercin beslemesi yasaklanırken, günümüz Çin ordusu olası tehlikelere ve aksaklıklara karşı özel bir güvercin ordusu yetiştirmektedir.

Modern anlamda iletişimin başlangıcı olarak sanayi devrimini esas almak doğru bir yaklaşım olmaktadır. Sanayi devrimi sosyolojik yapıda köklü değişiklikler meydana getirmiştir. Kişiler değişen yaşam koşulları ve dünya hakkında bilgi edinme ihtiyacı hissetmiş ve bu anlamda kitle iletişim araçlarının etkisi ve önemi artmıştır. Ancak bu beraberinde pek çok olumsuz durumu da getirmiştir. Bunlardan biri de ekonominin bundan nemalanmak adına reklam olgusunu piyasaya sürmesidir.

Televizyonun Gelişimi

İlk televizyon yayını İngiltere'de radyo dalgalarıyla görüntü iletme denemeleri sonunda 1924 yılında gerçekleştirildi. İkinci Dünya Savaşını takip eden yıllarda Amerika Birleşik Devletlerinde gelişen ve oradan Avrupa'ya tüm dünyaya yayılan televizyon kamuoyu oluşumunda radyonun üstlendiği rolü üstlenmiştir. Televizyonun en büyük avantajı çok kişiye çok yere kısa zamanda ve etkili bir şekilde işitsel ve görsel olarak ulaşabilmesi olarak gösterilebilir. Televizyon önce siyah-beyaz daha sonra renkli görüntüleriyle evlerin en müstesna köşelerine gelip yerleşti. Bunun arkasından kamu yayıncılığının bir açılımı olarak gelişti daha sonra da serbest piyasa yayıncılığı egemen oldu.

Türkiye'de televizyon deneme yayımları siyah-beyaz olarak ilk kez 1952'de İstanbul Teknik Üniversitesi'nde gerçekleştirildi. Türkiye Radyo Televizyon Kurumu 1966'da kapalı devre 1968'de ise düzenli yayıma başladı. Böylece televizyon TRT'nin öncülüğünde bir kamu yayıncılığının parçası ola-

rak hayatımıza girdi. Renkli televizyon yayınları 1984'te ikinci kanal açılması 1986'da, üçüncü kanal 1989'da, dört ve beşinci kanallar ise 1990'da açıldı.[23]

Özel sektörün 1990'larda uydu üzerinden gerçekleştirdiği yayımla henüz yasal olmayan bir duruma rağmen serbest piyasa yayımcılığı başladı. Yasal düzenleme bunun ardından ancak 1994'te gelmiştir. Televizyonun gücünü keşfeden büyük şirketler pek çok tv kanalı açarak pastadan pay almaya çalışmıştır.. Türkiye'de medya sahibi olan şirketler aynı zamanda diğer alanlarda da güçlü yatırımlara sahiptirler. Ekonomik alandaki güçlerini kitle iletişim araçları sayesinde yarattıkları kamuoyu ile politik alana yayarak büyümektedirler.[24]

Serbest piyasa yayıncılığı yapan televizyonlar reklam kârlarını gittikçe arttırmaktadırlar. Programlar arasında reklam verilirken şimdi neredeyse reklamlar arasında programlar yapılır hale gelmiştir. Zamanı geldiğinde program ne olursa olsun kim konuşursa konuşsun reklam devreye girmektedir. Reklamın egemenliğine herkes boyun eğmektedir. Reklam medyanın tek mutlak egemenidir. Bu işi ileriye götürenler sadece reklam konusunda yayın yapan televizyon kanalı kurarak belli bir hedef kitle için yayın yapmayı başarmışlardır. Örneğin yalnızca video kliplerin yayınlandığı ve müzik piyasası ile işbirliği içindeki müzik kanalları reklamlarını genç kitleye doğrudan ulaştırmaktadır. Türkiye'de daha ucuz oldukları için yabancı diziler her gün evlere girmektedir. Bu diziler aracılığı ile sunulan kültürel değerler kendilerini bir süre sonra özellikle çocuk ve gençlere kabul ettirmektedirler. Yerli sabun köpüğü dizileri de yabancıların kötü kopyası ya da sosyal gerçekliği hesaba katmayan masa başı kurgusal yapıtlar durumundadır. Tüm bunları iki hedefi vardır. Birincisi kazanç sağlamak, ikincisi ise ideolojik işlevlerini yerine getirmektir. Tüm bunların yanında televizyon bugün olay ve olguları haber halinde geniş kitlelere ulaştıran etkili bir kitle iletişim aracıdır.[25]

2.1.4 İnternetin Gelişimi

İnternetin başlangıcı soğuk savaş yıllarına uzanmaktadır. Amerikan ordusunun karargahı Pentagon'da 1969 yılında bir bilgi ağı oluşturulmuş ve adına "ARPA net" denmiştir. ARPA, Amerikanın farklı bölgelerinde askeri sözleşmeler üzerinde çalışan bilim adamlarının kaynaklarını birleştirmek ve kullandıkları pahalı aygıtları paylaşmak için oluşturulmuştur. Bunun yaratıcıları daha sonra iletilerinde gönderildiği bir yol buldular ve böylece elektronik posta doğdu. 1987'de 28.000 kullanıcı bilgisayara ulaşıldı. Bunu

23 OSKAY, a.g.e., s. 87.
24 ERDOĞAN-ALEMDAR, a.g.e., s. 187.
25 GÖKÇE, a.g.e., s. 170.

kullananlar insanların tartışmalara girmelerini ve araştırma verilerini kullanmayı sağlayan yeni yazılımlar yaratarak çeşitli yenilikleri başlattılar.[26]

Evlerde PC'lerin yayılmasıyla internette patlama yaşandı. Çeşitli hizmetler sadece üniversitelerde değil şirketler ve bireyler tarafından kullanılmaya başlandı. Bugün için dünyada internet bağlantısının sayısı tam olarak bilinmemektedir.[27]

Kamusal alanı genişleterek toplumsal katılımı ve söylem imkânlarını zenginleştiren internetin sadece kârı ifade etmek ve tartışmaktan ibaret olmayan, kimi yerde baskı oluşturmak ve çözüm üretmek gibi boyutlarda içeren demokrasiye ciddi bir katkıda bulunduğu açıktır. İnternet uluslararası niteliğine rağmen sorunların çözümünde hala ulusal düzeyde işlemektedir. İnternetin gelecek için bir umut olarak karşılanması gerekir. İnternetin demokratik sürece yaptığı katkının sağladığı için toplumun çoğunluğuna yaygınlaşması gerekir.[28]

2.2. Kitle İletişimi ve Toplumsal Etkileşim

Kitle iletişim çalışmaları alanında temel akımı oluşturan iletişim bilimcilerin araştırmalarında en önemli yeri, kitle iletişim araçlarının fertleri, toplumdaki farklı sosyo kültürel ve demografik yapıları ve toplumun bütününü nasıl ve ne derece etkilediği konusunun araştırılması kapsamaktadır. Kitle iletişim araçlarının yaygınlığı, takip edilme derecesi mesajların halka ulaşabilmesi için gereken mali kaynakların büyüklüğü, siyasal sistemlerin, ideolojilerin kendini halka ifade edebilmeleri için temel kaynak oluşları gibi hususlar düşünüldüğünde etki konusu ile ilgilenmenin önemi de ortaya çıkmaktadır.[29]

Kitle iletişim araçları, toplumsal gerçekliği yansıtmakta gayret gösterir mi? Teknik olarak tabi ki söz konusu kitle iletişim araçları sosyo-kültürel gerçekliği açık ve süreklilik içinde kurmaz ve yansıtmaz. Bunun da ilerisinde gerçekliği yansıtmak gibi bir stres içinde olamazlar. Bunun yerine onlar bazı açılardan bizi çevreleyen çevreye benzeyen bazı yönlerden de ondan farklı olan öyküleri sembolik kesitlerde kullanarak üretme kaygısı içindedirler. Örneğin ticari televizyonlar programcıları üretimlerini gerçekleştirmeden önce izleyicilerin ne izlemek isteyeceklerini tahmin etmek için araştırma yapar ve tahminlerde bulunurlar. Araştırmalar sonucunda program paketi seçilir ve uygulamaya konur. Belli temalar, türler, biçimler-

26 Faruk ARHAN VD. **Medya Eleştirisi Ya da Hermesi Sorgulamak**, Özgür Üniversite Kitaplığı, Ankara, 1998, s. 3.
27 OSKAY, a.g.e., s. 310.
28 IŞIK, a.g.e., s. 16,29.
29 GÖKÇE, a.g.e., s. 172.

le birlikte izleyicinin duygularıyla, fikirleriyle, beğenileriyle, amaçlarıyla buluştururlar. Böylece popüler kültür ortaya çıkar.[30]

Popüler kültürde sürekli kalıcılık esas değildir. Buradaki amaç sürekli bir değişim ile sürekliliği yakalamaktır. İşte bu nedenle de sürekli olarak kullan at, üretme, tüketme, harca, yenisini al, tamir etme mesajları aşılanmakta insanlar tüketim çılgınlığı içerisinde tüm değerleri fütursuzca eriyip bitirmektedir.

Giyim dergilerinde, moda kanallarında gösterilen şey modadır; her mevsim güncellenir, var olan eşyalar artık eskidir. Çocuk kanallarında dakika başı gösterilen reklam ile çocuktaki doyumsuzluk her an artmaktadır.

Medya imajlarının toplumsal döngüsü elbette ki ticari başarının sağlanmasına ve egemen ideolojinin yayılmasına yardımcı olur. Ancak televizyon ya da onun dışındaki ticari kültürde yakalanan şey özellikle de film ve müzik endüstrisinde izleyiciler tarafından, kültürel iktidarı uygulamak için geniş ölçüde bilinir ve ulaşılabilir kaynaklar haline gelmiş bulunmaktalar. Popüler kültürün en derin neticeler, ister egemen düşünce şekillerine karşı, isterse de onunla aynı yanlı olsun, insanların, kendilerini dışa vurumların da ve başkaları üzerinde etkili olmak için medya imgesini kullanmalarında yatar. Sermaye sahiplerinin yönetime egemen olduğu ekonomik düzende kitle iletişim araçlarından beliren imajlar, özel birtakım üretimleri teşvik etmek, bazı ürün grupları, markalar için tüketim topluluklarının doğmasına yardımcı olmak ve genel olarak tüketime yönelik ortamı ihyalaştırmada katkıda bulunmak gibi görevler üstlenmiş bulunmaktadırlar. Ama böylesine kurumsal öncelikler ve kültürel paket reformları, izleyicinin kültürel yaratılarını tümüyle engellemez, tam tersine ona ilham kaynağı bile olabilir. Tüm medya imajları, kültürel otoriteyi ifade eder. Medya, izleyicilerin imgelemini yakalayan kültürel yazarları devamlı olarak isteklendirmektedir, çünkü onların mütaala ve davranış biçimleri oldukça ilgi çekici biçimde sunulur. İzleyiciler bu imgelerin adamlarıyla özdeşleşirler ve onların kültürel temsillerini, kendi günlük hayat durumları içinde işleyişe koyarlar. Öyle ki popüler kültür anlayışları, dünyanın eğlence sektörü içinde yer alan ticari girişim merkezleri tarafından dağıtılırken, onlar en uzak yerlerde yaşayanlar tarafından bile kullanıma geçirilebilirler. Kültürel iktidar kurumsal "sponsorlar" tarafından olduğu kadar bireyler tarafından da uygulanabilmektedir.

Belli başlı insansal davranışları açıklayan temel güdü, maddi mallara yönelik arzudur. Bu ilk bakışta fazla da eleştirel olmayan bir nokta gibi görülebilir, ancak onun önemi abartılmamalıdır. Nerde olursa olsunlar insanlar "önemli" olmak isterler. Tüketim maddeleri ve imgeleri de kültürü yönlendirmek ve değiştirmek için gerekli kaynaklardır. Bourdieu tarafın-

30 ERDOĞAN-ALEMDAR, a.g.e., s. 114.

dan kuramlaştırılan kültürel alışkanlıkları yaratan toplumsal pratikler ve konumlar, büyük ölçüde ticari pazarın maddi ve sembolik kaynaklarından doğarlar. Bu kaynaklar tümüyle şekilsiz olmamakla birlikte tam anlamıyla belirgin de değiller. Tercihlerin, fikirlerin, alışıldık beğenilerin biçimlenişinde, toplumsal aktörlerin farkına vardıkları şey, "dünyanın, herhangi eski bir yöntem içinde inşa edilme yetisi ve gereksiniminden tümüyle yoksun, salt bir kaos olarak sunulmadığıdır. Ancak bu dünya kendisini tümüyle yapılanmış olarak ya da kendisine özgü yapının ilkelerini herkese empoze etme yetisine sahip olarak da sunmaz.[31]

Kitle iletişim araçları kişilerin ruhsal çalkantıları ve çatışmaları üzerinde etkilidir. Bu etki iki şekilde olabilir: kitle iletişim araçları, bazen kaosa yol açabilir, bazen de kaos ortamını azaltabilir. Örneğin beğendiği politikacıyı eleştiren bir yazı okuyan kişi, daha sonra o politikacının lehinde yayımlanan yazılara dikkat çekebilir ve böylece ona ilişkin tutumunu güçlendirmeye çalışabilir.

Kitle iletişim araçlarının bireyler üzerindeki etkilerini araştıran Klapper 5 genel sonuç çıkarmıştır. Bu etkiler nihai değil açıklayıcı olduğunu savunmaktadır. Bunlar:[32]

1. Kitle iletişim araçları bireyler üzerinde tek başına etkili değildir. Etkinin zorunlu ve yeterli nedeni olarak görev yapmaz. Zira kitle iletişim araçları araya giren etki ve etmenlerle birlikte görev görür.

2. Kitle iletişimde araya giren bu etmenler var olan koşulları destekleyen tek faktör değildir. Oy verme, suç işleme, suça teşvik, hayatın sorunlarına karşı genel bakış vb. gibi konularda bireysel ve toplumsal etkiler, tutum ve davranışları değiştirme şeklinde değil, mevcut olanları destekleme şeklinde gerçekleşir.

3. Kitle iletişimin değişim hizmetinde görev yapabilmesi için kitle iletişim araçları dışındaki etkenlerin çalışmaması ve kitle iletişim araçlarının yanı sıra diğer etkenlerin de değişimi onaylaması gerekir.

4. Kitle iletişim bazı durumlarda belli psikolojik görevlere hizmet ediyor ya da etki üretiyor gibi görünür.

5. Kitle iletişimde araçlar ve iletişim durumu da etkilidir.

Klapper'e göre kitle iletişim araçlarının bireyi başka bir kişi yapmaya gücü olmadığı, aktif pasif, pasif kişiyi de aktif yapamayacağı bireyin her

31 GÖKÇE, a.g.e., s. 175.
32 IŞIK, a.g.e., s. 18,19.

verilen iletiyi almayıp kendi hoşlandığı, beğendiği ve kendisinin ilgisini çeken iletileri seçici olarak alacağı sonucuna ulaşmıştır.[33]

Uyarılar bireylerin toplumsal ve psikolojik yapısından kaynaklanan engelleyici faktörleri aşabildikleri ölçüde tutumları ve kanaatleri güçlendirici ya da değiştirici etki edebilmektedirler. Bunlarda genelde bireyin toplumsal yapısında ve psikolojisine bağlıdır.

2.3. Türkiye'de Yayın Denetimi

Ulusal-Ticari bir yayın sistemine sahip olan TRT toplumsal yapıda üstlendiği sorumluluğun bir ifadesi olan 2854 sayılı yasasının 9. maddesinin "e" bendinde yer alan hüküm gereğince; haber, bilim, sanat, eğlence gibi benzeri türlerde eğitici, aydınlatıcı ve eğlendirici nitelikte her türlü yayını yapmakla sorumlu tutulmuştur.[34]

Aynı şekilde ticari bir yayın sisteminde yer alan bağımsız radyo ve televizyonlar da 3984 sayılı yasanın 45. maddesinin "p" ve "u" bendi ile 31. maddesinde yer alan; yayın ilkeleri, reklamlar ve üst kurulun görevlerini düzenleyen hükümlerinde TRT ile aynı türdeki yayınları yapmakla sorumlu tutulmuşlardır.

Bunların yanı sıra TRT ile bağımsız radyo televizyonları aynı üst kurul altında toplayan 1984 sayılı yasa da TRT'nin de özel ya da bu çalışmada benimsenen adı ile bağımsız radyo ve televizyonların aynı yayın ilkelerini uygulamakla sorumlu tutulmaları, farklı nitelikteki bu iki kurumun aynı amaçlara hizmet ettiklerini ortaya koymaktadır. Her iki yasa maddelerinden ve yapılmakta olan yayınlardan hareketle, Türkiye'de yapılmakta olan yayın türlerinin İngiltere ve Amerika'da yapılmakta olanlardan farklı olmadığını söyleyebiliriz. Ülkemizdeki yayın politikaları ve denetimi, rolleri, aşağıda sıralanmıştır.[35]

A- Yayının siyasi rolü

Devlet yönetiminde çoğulcu klasik demokrasi rejiminin benimsenmesi; birçok maddesi ile TRT'nin ilişkilendirildiği, bugün yayın alanını düzenleyen 3984 sayılı yasanın 4. maddesinin "e" bendinde, anlatım özgürlüğüne, iletişim ve çoğulculuk, "ı" bendinde tarafsızlık; "s" bendinde, demokratik kurallar çerçevesinde kamunun siyaset beklentisine, demokratik gruplar ve siyasal partiler arasında eşitlik ilkesine uygun yayın yapılmasının emredilmesi ve hepsinden önemlisi, çoğulcu bir yayın sisteminin yasal olarak

33 OSKAY, a.g.e., s. 223.
34 BAL, a.g.e., s. 167.
35 VURAL, a.g.e., s. 118,119,120,121.

uygulamaya konulması, Türkiye'de yayının "dördüncü kuvvet" niteliğinde siyasi bir role sahip olduğunu göstermektedir.

Kuvvetler ayrılığı ilkelerine göre yönetilen çoğulcu-klasik-demokrasi rejimlerinde dördüncü kuvvet niteliğinde bir yayın ise, siyasal, ekonomik ve toplumsal güç odaklarını denetleyen, bu odakların çalışmalarını halka rapor eden bir yayındır.

B- Eğitim Rolü

Yasanın 31. maddesinde bağımsız radyo ve televizyon kuruluşlarına üst kurulun saptayacağı oranda eğitim ve kültür programı yapması emredilmektedir. Hem 2954 sayılı yasanın bir kısım maddelerinin yürürlükte olması hem de 3984 sayılı yasanın birçok maddesinin emredici olması, aynı zamanda bir kamu kurumu olması nedeniyle TRT'nin eğitim ve kültür yayınlarına özel yayın örgütlerine göre daha çok önem vermesi ve zaman ayırması gerekmektedir. Çünkü eğitim kalkınmanın bir aracı ve en önemli bir aracıdır. Bu nedenle toplumsal yapıda eğitim yayınları, yayının öteki rollerine ön gelen bir role sahiptir. Kuşkusuz Türkiye'nin kalkınma ve demokratikleşme sürecini yaşayan bir ülke olması nedeniyle yayın aracından, bu çalışmada incelenen ülkelerden daha çok eğitim yayını yapılması beklentisi içinde olması ve yapması doğaldır.

C- Yansıtma Rolü

Toplumun değişik kesimlerinde meydana gelen olayları, günün değişik saatlerinde izleyicilerine duyurmak, yayının bir başka rolü olan haber verme ya da yansıtma rolüdür. Kuşkusuz, TRT ve Bağımsız radyo ve televizyonlar bu rollerini, toplumsal güç merkezlerinde meydana gelen olayları öteki kesimlere, öteki kesimlerde meydana gelen olayları güç merkezlerine yansıtma şeklinde sürdürerek, toplumdaki iletişim halkasını kurmaktadırlar.

Hem toplumun kendi içinde hem de toplumlararası iletişim halkasını kuran ve bu rolüyle insanları bilinçlendiren yayın, halkın yaşam biçimini belirlemede özgür iradesini kullanarak, kendi yöneticilerini seçmesine yardımcı olmaktadır. Böylece yayının yansıtma rolü siyasi rolü ile çakışmakta ve Türkiye'deki yayın örgütleri önemli bir kamu hizmetini gerçekleştirmektedirler.

D- Kültürel Rolü

2954 sayılı yasanın 9. maddesinin E bendinde 3984 sayılı yasanın 4. maddesinin H, P, S ve U bendleri ile 31. maddesinde emredici bir hüküm olarak kültür yayınının yer alması; TRT'nin plan belgelerinde kültür yayınlarından ayrıntılı olarak söz edilmesi; uygulamada drama, belgesel gibi program tür-

leriyle geçmişten bugüne değin toplumun iyi ve kötü yanlarının, paylaşılmış değerlerinin yayın pazarında sergilenmesi, Türkiye'deki yayın örgütlerinin, yayında kültürel bir role sahip olduklarını göstermektedir.

3. BÖLÜM

RADYO VE TELEVİZYONUN ÇOCUKLARIN GELİŞİMİNE ETKİSİ

3.1. Kitle İletişim Aracı Olarak Radyo ve Televizyon

Televizyonu bir kitle iletişim aracı olarak incelemek, televizyon üzerine bir çalışma gerçekleştirebilmenin ön şartıdır. Gündelik yaşamımızın vazgeçilmez bir parçası olan televizyon halkın neredeyse hepsine ulaşarak günlük rutin iletişimden farklı bir iletişim şeklini her an kişiler arasında yaygınlaştırmakta ve bugüne kadar insanlığın hiç karşılaşmadığı bir ilişki biçimini su yüzeyine çıkarmaktadır. Bu ilişki biçimi öncesinde kurgulanmış, yapay, simgesel ancak toplumların vazgeçemeyeceği bir ilişki biçimidir. Bu ilişki televizyonun kendisine ait özellikleri olan bir kitle iletişim aracı olmasından dolayıdır. Zaman içerisinde televizyonla olan rekabette başarısız olan radyonun bugün için ise, eğlence unsurunu ön plana çıkardığı söylenebilir.[36]

Televizyonun fonksiyonları özelliklerinden dolayı diğer kitle iletişim araçlarının işlevleriyle örtüşmektedir. Fakat televizyonun, kendisini diğer kitle iletişim araçlarından farklılaştıran, doğasından kaynaklanan farklı yönlere sahiptir. Televizyon, izler kitlesine kesintisiz bir şekilde enformasyon taşımaktadır. Siyasi, sosyal ya da ekonomik içerikli bir ileti topluma ulaştığında topluma ulaşan enformasyondur, dolayısıyla televizyonun esas fonksiyonu, topluma enformasyon taşımasıdır. Kitle iletişim araçları sosyal yaşantının devamını sağlamada, yeniliklerin kabul edilmesinde önemli roller üstlenmişlerdir. Kültürün sürdürülmesinde de televizyon ve radyo önemli bir rol üstlenmiştir. Toplumların geçmişten bugüne süregelen kültürlerinden hangi ögelerin günümüze kadar devam ettirilmesi, hangi ögelerin modern yaşamda dışlanması gerektiğine dair mesajlar da radyo ve televizyon kanallarınca izler ve işitsel kitleye iletilebilir. Ayrıca televizyon aracılığıyla taşınan kültürün ağırlıklı olarak kitle kültürüne has ögeler içermesi, yerel kültürlerin hayatiyetlerini sürdürmelerin zorlaşması ve yerel kimliklerin yok olması da üzerinde çokça durulan konuların başında gelmektedir. Eğlendirme ve gündelik yaşamın sıkıntılarından uzaklaştırmada televizyon ve radyonun sosyal fonksiyonları içerisine girmektedir.[37]

36 VURAL, a.g.e., s. 122.
37 KARAHAN, a.g.e., s. 19.

Bütün kitle iletişim araçları toplumun ortak siyasi kanaatlere ulaşmasında önemli bir rol oynamaktadır. Öyle ki günümüzde sıradan bir bireyin siyasal sürecin işleyişinden haberdar olabilmesi, kitle iletişim araçlarının siyasi filtrelerine bağımlı hale gelmiştir. Diğer bir ifade ile televizyon, radyo ve diğer kitle iletişim araçları gerçekçiliği yeniden tanımlamakta ve topluma yansıtmaktadır. Kitle iletişim araçları toplumun iktisadi hareketliliğinde de rol oynamaktadır. Pazarda yer alan ve tüketiciye yönelik mal ve hizmet üreten belli bir büyüklüğe ulaşmış firmaların pazarlama faaliyetlerinin önemli bir kısmı kitle iletişim araçlarına verilen reklam ve tanıtım programları aracılığıyla yürütülmektedir.[38]

3.1.1. Televizyon ve Toplum

Günümüzde özellikle televizyon konusunda yaşanan büyük ve hızlı gelişmeler günlük yaşantımızda önemli değişikliklere neden olmaktadır. İletişim devriminin yaşanmasıyla insanlık bilgi çağına girmiş ve hayatımızın hemen hemen bütün safhalarında önemli değişiklikler olmuştur. Televizyon seyretme olayının izleyiciler üzerinde çeşitli sosyo-psikolojik etkileri olmaktadır. Örneğin televizyona aşırı derecede düşkün olmak dönem dönem saldırganlığı artırmaktadır.[39] Bunun yanında günlük yaşamda insanları genel olarak pasifleştirdiği ve yaratıcılığı körleştirdiği görülmektedir. Bu farklı etkiler bir çelişki gibi görünse de günlerini televizyon karşısında geçiren kişilerin ne kadar uyuşuk davrandıklarını, fakat bazen de nasıl birden asabileştikleri sık görülen bir durumdur. Kendileri rahat koltuklarında otururken etrafındaki hızlı problem çözümlemelerine alışmış kişiler kendi problemleriyle savaşarak onların üstesinden gelme yeteneklerini ve her şeyden önce mücadele azimlerini kaybedebilmektedirler. Bu durumdan çocuklar yetişkinlere kıyasla daha fazla etkilenmektedirler.[40]

Öte yandan televizyon seyretmenin sürekli yeni şeyler öğrenmek demek olduğu unutulmamalıdır. Özellikle belgeseller ve tartışma programları izleyicilere pek çok konuda ve davranış biçimleri hakkında bilgi vererek kültürel birikimlerine katkıda bulunabilmektedir. Özellikle televizyon yayınlarının insanlar üzerinde etkilerini araştırılırken unutulmaması gereken nokta toplumda ailenin önemidir. Televizyon izleme eylemi ve bu eylemin getirileri aile çerçevesi içerisinde incelenmelidir. Çünkü televizyon seyretmek bir aile etkinliğidir. Televizyon izlemek özellikle bizim toplumumuzda tam bir aile etkinliğidir, erişimin ücretsiz olması da ayrıca cazip noktasıdır. Burada aile fertlerinin psikolojik durumları, sosyo demografik özellikleri gibi değişkenlerin içine girmesiyle seçilen programları izleyebilmesi farklı bir etkileşimi beraberinde getirmektedir.

38 IŞIK, a.g.e., s. 10,11.
39 ŞİRİN, a.g.e., s. 118.
40 Şaban KIZILDAĞ, **Medya Çocukları, Şehir Yayınları**, İstanbul, 2001, s. 9.

Her gün yenilerini yaşadığımız teknolojik gelişmeler bireyler açısından olduğu gibi kitle iletişimi açısından da birtakım yenilikler getirmektedirler. Kitle iletişim araçlarının en önemlilerinden olan televizyon, kanal sayısının çok fazla artması sonucunda kitleye hitap etme özelliğini bir ölçüde yitirmeye başlamaktadır. Eskiden sadece devlet televizyonu varken halkımızın çok büyük bir bölümünün izlediği programlar, bugün çok sayıda televizyon kanalı arasından seçim yapabilme sayesinde çok daha az kişiye ulaşabiliyor. Böylece kitlenin küçük parçalara bölünmesi gündeme gelebiliyor. Televizyonun insanlar ve davranışları üzerindeki etkileri hakkında çok araştırma yapılmıştır. Kimileri televizyonun karşı koyulmaz etkilerinden bahsederken, kimileri bu etkinin abartıldığı ve göründüğü kadar güçlü olmadığı görüşündedir. Bu tartışma hararetli bir şekilde sürüp gitmektedir.[41]

İzleyicilerin televizyon programlarından kendilerini eğlendirmelerinin dışında en önemli beklentileri bilgidir. Kendi yaşamlarını düzenlemeleri için etraftaki gelişmeler hakkında bilgiye ihtiyaç duymaktadırlar. Bunun yanında diğer insanları daha iyi anlamalarına yardımcı olması bakımından başka insanların hayatları hakkında bilgiye de ihtiyaç duyarlar, çünkü giderek hepimiz günlük hayatımızda daha fazla değişik insanla ilişkiye girmekteyiz. Kısacası televizyon, mühim bir enformasyon kaynağı olarak izleyicilerine hayatın tüm seviyelerinde hakkında bilgi vermek durumundadır.[42] Yetişkinler konu olduğunda bilginin insanlara zararlı olması söz konusu olamaz, yalnızca kültür seviyelerini arttırmalarına, daha fonksiyonlu olmalarına, merak duygularını gidermelerine ek olarak hoş vakit geçirmelerine sebep olabilir. Televizyon artık en önemli enformasyon kaynağı olarak toplum hayatımızda yerini almıştır.[43]

3.1.2 Televizyon, Çocuk ve Aile

Televizyon son yüzyılın en modern hastalıklarından biridir. Her ne kadar son yıllarda internet ve sosyal medya televizyonun önüne geçmiş gibi görünse de internete erişimin her yerden olmaması ve belli yaş gruplarının beceremeyecekleri endişesi ile temasa geçmemesi hasebiyle hala popülerliğini korumaktadır.

Çünkü televizyon okuma yazma gerektirmeden bilgi gerektirmeden herkesin eşitlendiği, hiyerarşinin sıfırlandığı bir iletişim aracı kabul edilmektedir. Bu anlamda hem çok cazip bir meditasyon aracı hem de bazen birer maşa, sopa ile bizi şiddete maruz bırakan bir aygıttır.

41 BAL, a.g.e., s. 50.
42 VURAL, a.g.e., s. 138.
43 ERDOĞAN-ALEMDAR, a.g.e., s. 91.

Televizyon izleyici ile hayatı her daim ilişkide tutması yanında çok cazip görünse de her türlü konuyu bir eğlence aracı olarak sunması nedeniyle değer erozyonuna sebep olabilmektedir. Haberlerde pek çok konu abartılı bir şekilde dramatize edilerek kan dondurucu sahneler defalarca izlettirilerek verilirken hemen ardından spiker gülen yüz ifadesiyle ile bir magazin haberine geçiş yapabilmektedir.

Televizyonun çocuklarda ciddi bir alışkanlığa neden olmasının temel sebeplerinden biri kolayca ulaşabilmesidir. Televizyon alışkanlığının tutkuya dönüşmesi ise anne-babaları tedirgin etmeye başlar. Televizyon, aileler için bu noktadan itibaren tehlikeli oyuncak ilan edilir ve televizyona karşı savaş ise evde medya kavgalarının gündemini oluşturur.[44]

Ailede televizyon kavgasının nedeni çocuk değil yetişkindir. Hangi medyayı ne oranda, hani sürede ve nasıl kullanacağını çocuğa öğretmekten yetişkin sorumludur. Çocuğun aşırı medya tüketicisi olmasına ailenin medya kullanma bilinci ve alışkanlığı yön verdiği ise ya bilinmez ya da genellikle unutulur.[45]

Çocuk ve televizyon arasındaki münasebeti sadece çizgi film ve bir pazarlama stratejisi olan reklamlar açısından bakmak belki de konuyu azımsamak demektir. Çünkü çocuk için televizyon bir meşgale, kendisini oyalayan bir araçtır. Kumandaya sahip olma hürriyeti, rengarenk dönen bir ekran ve eğlenceli melodiler onun dünyasında birer lunapark imgesi yaratabilir.

Çocuk ile yetişkinin televizyonu izleme sebepleri ve biçimleri birbirinden farklı olsa da ekranda her şeye herkes ulaşabilir. Çocuk yalnızca çocuk programı izlemez, yetişkin gibi televizyonu sabah erken saatlerde izlemeye başlayıp gece geç saate kadar izleyerek zaman geçirme alışkanlığına sahiptir. Sürekli kanal değiştirme yarışından hoşlanmaktadırlar. Televizyonu görsel bir oyuncak gibi kullanmak günlük ilgileri arasında yer alır. Bu arada ilgisini çeken her şeye bakar. Modern ifşa aracı olan televizyondan dolayı yetişkinlerin hayatı hakkındaki bütün sırlarını öğrenir. Yetişkinlere izlemesi için olan programları izleyen çocuklar kendilerinin büyüdüğünü düşünmeye başlamaktadırlar. Bundan dolayı ile televizyon, çocukla yetişkin arasındaki düzey farkını ortadan kaldırır.[46]

Şayet yetişkinlerin çocuklar üzerinde ilgileri fazla değil ise, televizyon çocuk için bakıcı görevini üstlenmektedir. Televizyonun dadı görevini yerine getirmesi ise ailede çocuğa gösterilen ilginin azlığından kaynaklanır. Bu gibi durumlarda televizyon daha çok etkili olur. Çocuk bu durumda te-

44 Emir TURAM, **Ekranaltı Çocukları**, İrfan Yayınevi, İstanbul, 1996, s. 7.
45 Mustafa Ruhi ŞİRİN, **Televizyon, Çocuk ve Aile**, İz Yayıncılık, İstanbul, 1998, s. 60.
46 GÖKÇE, a.g.e., s. 183.

levizyon ile ve neredeyse televizyon sayesinde sosyalleşmesini gerçekleştiriyor diyebiliriz. Bu da çocuğun kişilik modeli seçme ve geliştirmesinde azımsanmayacak bir durumdur.

Televizyona bakıcı rolünün verilmesi ile aileden sonra okulun rolünü de zayıflatabileceği ileri sürülmektedir. Ailede televizyon kavgasını önlemek için ailenin medya kullanma alışkanlıklarını gözden geçirmesi gerekir. Yasak, çözüm olmadığı gibi daha da tehlikelidir. Yasaklama çocukta merak etme duygusunu kamçılar. Yasak yerine birlikte televizyon izlemek sorunun çözülmesini kolaylaştırabilir. Böylece çocuk neleri izleyeceğini öğrendiği gibi seçici davranma bilincine de ulaşma çabası içine girmiş olur.[47] Çocuğa getirilen her türlü yasaklama ondaki merak duygusunu artırır. Burada özgür seçimini gerçekleştirebileceği alternatifler sunmak gerekir. Nitekim peygamber efendimiz de hırsızlık yapan bir çocuğu görmüş ve ona buradan almayı yasaklıyorum dememiş. Hurma ağacını gösterip yerden düşenleri alabilirsin demiştir.

Medyanın oluşturup şekillendirdiği ardından da yansıttığı çocuk kültürü dünya çocuklarının da dönüşümünü sağlayan en büyük etken görünmektedir. İletişim bilimciler çocuğun dünya medyasında hak ettiği yeri sağlıklı ve denetlenir şekilde yer alması gerektiği konusunda ise hemfikir olmaktadır.

En büyük televizyon tüketicisi çocuk olduğuna göre televizyonun çocukları üzerindeki etkilerini düşünerek çocuğa yönelik dikkat fikrinin yetişkin programlarına yansıtılması ile, çocuk duyarlılığının televizyona yansımasına katkıda bulunmadıkça televizyonun çocukluğu tüketişi önlenemez. Televizyon çocuk hareketini çocuk programları ile sınırlandırmadan, televizyonu bir bütün olarak değerlendirmek bu bakımdan zorunludur.[48]

Televizyonun çocuklar üzerine etkisinin çocuk programlarının toplamının etkisinden daha büyük ve kapsayıcı olmasının nedeni ise çocukların aynı zamanda yetişkin programlarını izlemesinden kaynaklanmaktadır. Yetişkin izleyicinin enformasyonu ile beslenen televizyon çocuğu, yetişkinlerin dünyasına yaklaşırken diğer yandan çocuklukta hızla uzaklaşmış oluyor.[49]

Yeni çocukluk, "televizyon çocuğu" olarak adlandırılıyor dünyada. Daha bebekken ekrana bakan, beş-altı yaşında televizyon izlemeyi öğrenen "televizyon çocuğu", yetişkinle aynı ekrana bakarak, aynı dizileri, eğlence programlarını, haberleri, reklamları, şiddet ve korku filmlerini izler. Ço-

47 KARAHAN, a.g.e., s. 17.
48 ŞİRİN, a.g.e., s. 17.
49 Ümit Meriç YAZAN, **Türkiye Kanatlarınızın Altında**, İz Yayıncılık, İstanbul, 1997, s. 146.

cuk, televizyonun, yetişkinler imparatorluğun büyük medyası olduğunu ise bilmez. Yanılgının nedeni şudur: çocuk ve yetişkin, televizyona kolaylıkla ulaşır. Televizyon yaşa, eğitime, herhangi bir sınıfa bakmaksızın herkesin çok çabuk ulaşabildiği herkesin bir anlamda sıfırlandığı bir iletişim aracıdır.

3.2. Çocukların Televizyon ve Radyodan Kaynaklanan Bazı Problemleri

GELİŞİMSEL DÖNEMLERE GÖRE YAŞANAN SORUNLARDAN BAHSEDEBİLİRİZ

Televizyon ve radyonun çocuklara zararlarının toplumumuzda önemli bir tartışma konusu haline gelmiştir. Çocukların yayınlardan uğrayabilecekleri zararın esas kaynağını şiddet ögeleri oluşturmakla birlikte, başka unsurlar da etkili olabilmektedir. Televizyon yüzünden küçük zihinlerinin kaldırabileceğinden çok daha büyüklere yönelik unsurla karşı karşıya kalan çocuklar birtakım problemler yaşamaktadırlar. Kimisi genel olarak içine kapalı ve çekingen bir kişiliğe bürünmekte, kimisi daha atak ve saldırgan olmakta, kimisi karşılaştığı yeniliklere karşı korku duymakta veya herhangi bir programda gördüğü bir şey yüzünden farklı fobiler geliştirebilmektedir.[50]

Çekingen olmak, saldırgan olmak veya daha başka karakter değişiklikleri televizyon ve radyo programlarındaki şiddet yüzünden uzun vadede ortaya çıkan genel eğilimlerdir. Anne ve babaların durum daha bu seviyeye gelmeden çocuklarında birtakım değişiklikler olduğunu fark ederek gerekli önlemleri almaları gerekmektedir. Başlangıçta küçük değişiklikler zamanında farkına varılarak giderilmedikleri takdirde yukarıda belirtilen daha kapsamlı karakter değişikliklerine doğru bir yöneliş söz konusu olabilmektedir. Böyle bir karakter değişikliği söz konusu ise vakit geçirmeden profesyonel yardım aramak doğru olacaktır.[51]

Yaşanan problemlerin bazıları televizyon ve radyo öncesi devirlerde pek rastlanmayan yeni problemler olarak, bazılar da önceden var olan problemlerin daha şiddetli hale gelmeleri şeklinde ortaya çıkmaktadırlar. Her çocuğun kendi şahsından kaynaklanan kişisel birtakım korku ve şüpheleri olabilmesine rağmen, bazı korkuların genel özellikler taşıdıklarını da görmekteyiz.[52]

---

50 Michael PARANTI, **Kirli Gerçekler; Politika, Medya, İdeoloji, Komplo Kuramı, Etnik Yaşam ve Sınıf Gücü Üzerine Düşünceler**, Çev: Ali Tartanoğlu, İmge Kitabevi, Ankara, 1997, s. 27.

51 TURAM, a.g.e., s. 129,130.

52 Bülent ÇAPLI, **Medya ve Etik**, İmge Yayınevi, Ankara, 2002, s. 28.

3.2.1 Uyku Problemleri

Küçük çocukların çoğu uykuyla ilgili birtakım problemler yaşarlar. Genel olarak uykusuzluk, uykuda konuşma ve daha ender görülse de uyurgezerlik gibi problemlerin iç huzursuzluklardan kaynaklandığını biliyoruz.

Televizyon ekranında seyredilen bazı korkutucu programların bu tür uyku problemlerini arttırıcı etki yaptıkları bilinmektedir. Yorumlamakta zorlanacakları şiddet dolu programlar ve hatta korku filmleri izleyen küçük çocukların bir süre sonra uykuyla ilgili problemler yaşamaya başladıkları sık sık görülmektedir.[53]

Çocuk sağlığının dünyadaki önce gelen uzmanlarından olan ve bu alandaki ünü 40 yıldır eskimeyen Dr. Benjamin Spock, duygusal yapıları veya normalden daha geniş hayal güçleri nedeniyle gerilim filmleri seyrettikten sonra uyumakla ilgili problemler yaşayan çocukların üzerine gidilmemesini, onlara nedenleri anlatıldıktan sonra bu tür programları seyretmelerine izin verilmemesini savunmaktadır.[54]

Bunların başında çocuğun yatma zamanı geldiğinde kendisini huzursuz hissedip yatma saatini mümkün olduğunca geciktirmeye çalışması, sonunda yatağına yatırıldıktan sonra da anne veya babanın odadan çıkmalarına bir türlü izin vermek istememesi şeklinde ortaya çıkan uykudan korkma problemidir. Çocuk genelde odasında yalnız kalmaktan korkmakta, kendisini güvensiz hissetmektedir.[55]

Uzmanlar televizyonun çocuklar için eşsiz bir eğlence aracı olduğunu genel olarak kabul etmekte, fakat bazı çekinceler getirmektedirler. Gelişmekte olan çocuklar için yatmadan önce bir büyükle birlikte geçirilecek birkaç sakin dakikanın çok önemli olduğu düşünülmektedir. Bu sürede çocuğun sıcak ve güvenli bir atmosfer içerisinde hayal gücünü çalıştırması için bir hikâye okunabilir veya bir masal anlatılabilir. Esas olan çocuğun günün ve televizyonun keşmekeşinden uzakta, sakin ve güvenli bir ortamda kendisiyle baş başa kalarak hem kendine güvenini, hem de hayal gücünü geliştirecek ortamı bulabilmesidir. Bunun sonucunda uykuya geçiş de rahat olacaktır.[56]

Kötü düşüncelerin rüya ve kâbuslardan ayırt edilmeleri önemlidir. Bir kere çocuk tamamen uykuya geçmiş değildir. Uykuyla uyanıklık arasındaki o ince çizgide gündüz yaşadığı olayları bir dereceye kadar bilinçli olarak aklından geçirmektedir. Bu durumda çocuğun kendisi uyanıp olup olma-

53 KARAHAN, a.g.e., s. 33.
54 ŞİRİN, a.g.e. s. 102,107.
55 BAL, a.g.e., s. 51.
56 Ignocio RAMONET, **Medyanın Zorbalığı**, Çev: Aykur Derman, Om İletişim Yayınevi, İstanbul, 2000, s. 88.

dığının ve dolayısıyla gördüklerinin gerçek olup olmadığının bilincinde değildir. Yatmasından uzunca bir sessizlik süresi geçtikten sonra (ki siz bu arada onun uyuduğunu düşünmektesiniz) ya ağlamaya başlar ya da sizi çağırarak uyuyamadığını söyler. Kafasından kötü düşünceleri kovamamakta ve uykuya geçememektedir.[57]

Bazı durumlarda çocuğu neyin rahatsız ettiğini öğrenmek için konunun deşilmesi iyi sonuç vermekte; çocuk anlatarak rahatlayabilmektedir.

Kötü rüya ve kabuslardan farklı olarak kötü düşünceler direkt olarak çocuğun yaşadığı bir olaydan, gördüğü bir filmden, veya dinlediği bir hikayeden kaynaklanır. Çocuk olayı veya filmi kafasında yeniden yaşamaktadır ve uykuya geçme süresine girerken zihinsel kontrol mekanizmaları zayıfladığı için hayal gücü düşüncelerinin kontrolünü ele geçirerek hikâyeleri değiştirebilmektedir.[58]

Çocuğun yaşadıkları ve bu arada televizyonda seyrettikleri mümkün olduğunca kontrol edilmeli, sakınca doğuracak programlar varsa kafasındaki kuşku ve korkuları ortadan kaldıracak şekilde çocukla konuşulmalıdır.[59]

3.2.2 Felaket Korkusu

Küçük çocuklar hayal ile gerçeği pek ayırt edemedikleri gibi her yaptıkları işe hayal güçlerini karıştırırlar. Bu durum onların sonu gelmeyen "acaba"lar içeren korkularla baş başa kalmalarına yol açmaktadır. Örneğin emekleme devresindeki çocuk kaybolma korkusunu hiç yaşamazken, okul öncesi dönemi yaşayan bir çocuk büyük bir parka götürüldüğünde kendi küçücük gövdesine bakarak böylesine uçsuz bucaksız bir parkta kaybolmanın nasıl bir şey olacağını düşünür.

Çocukların bu tür düşünceleri böylesi nispeten masum düşüncelerden çok daha karmaşık ve korkunç olasılıklara kadar uzanır ve ancak hayal güçleriyle sınırlıdır. Doğal olarak daha önce görmedikleri şeyleri zihinlerinde canlandıramazlar. Televizyon programlarının bu tür düşüncelere büyük ölçüde katkıda bulundukları ve çocukları olumsuz etkiledikleri belirlenmiştir. Çok fazla televizyon seyreden çocukların gerçekleşmesi pek de olası olmayan evlerinin yanması, anne veya babalarının ölmesi gibi olasılıklardan her an gerçekleşecekmiş gibi korktukları ve bu korkuların sonucunda karamsar bir kişiliğe büründükleri görülmüştür.

57 OSKAY, a.g.e., s. 321.
58 Murat Sadullah ÇEBİ, **Medya Etki Araştırmaları, Alternatif Yayınları**, Ankara, 2003, s. 6,9.
59 TURAM, a.g.e., s. 133.

3.2.3 Yaralanma Korkusu

Çocuk çok erken yaşlarda vücudunun farkına varır ve buna paralel olarak kısa zamanda da vücudunun ne kadar narin olduğunu, ne kadar kolay yararlanabileceğini ve canının ne kadar kolay yanabileceğini öğrenir. Kendisinin diğer insanlardan ayrı bir kişilik olduğunu ve ayrı bir vücudu olduğunu görür. Bu şekilde bilinçlenmesiyle birlikte yaralanmaktan korkmaya başlar.[60]

Yaralanmak ve vücutlarının zarar görmesi hissi ilk olarak küçüklerin cinsiyet farklılıklarının bilincine varmalarından sonra kendilerinden bir şey kopacakmış hissi çerçevesinde gelişir. Erkek çocukların kız çocuklara nazaran cinsel organlarının farklı olması, uzmanlara göre kız çocuklarda ilk başlarda bir eksiklik hissi yaratmaktadır. Vücutlarıyla ilgili bilinçlenme ve kendilerini koruma duygusu yaş büyüdükçe gelişir ve kuvvetlenir. Büyüdükçe ve vücudunun korunmadığı takdirde yaralanabileceği ve bunun acı vereceği düşüncesi, televizyon programlarındaki şiddetle körüklendiğinde çocuklar içinden çıkılması imkânsız bir problem halini alabilir. Ekranda yaralanan ve acı çeken insanların ve özellikle de küçük çocukların görüntüleri bu aşamayı geçirmekte olan çocukları çok etkiler ve bu tür geçici endişeleri çok daha derin yaşamalarına sebep olabilirler.[61]

3.2.4 Ergenlik Dönemi ve Televizyon

Ergenlik dönemi zorlu bir süreçtir. Bu dönem ne çocukluk ne yetişkinlik olarak kabul edilir. Bireyin kişiliği, hayattan beklentileri tam netleşmediğinden kendini ve hayatın anlamını çözme sorunları arasında bir kimlik bulma arayışı ile olumsuz davranış biçimlerini de maalesef örnekseyebilmektedir. Biyolojik olarak bedenlerinde oluşan değişikliklerin yanında geçirdikleri ruhsal değişimlere uyum sağlamak hiç de kolay değildir ve birçok sorun oluşturabilmektedir. Bugün bu süreci göğüsleyemeyen ve bu yüzden birçok problem yaşayan gençlerin sayısı az değildir. Öncelikle yaşları nispeten büyümüş de olsa ergenlik çağındaki çocukların içinde bulundukları ruh hali dolayısıyla dış etkenlere açık oldukları, ekranda görebilecekleri bazı örnekleri üzerlerinde fazla düşünüp taşınmadan benimseyebilecekleri unutulmamalıdır. İşte tam da bu nedenle ekranda neye maruz kaldıkları konusu üzerine daha fazla eğilmeli ve olası olumsuz etkiler konusunda bilgilendirip gerekli yönlendirmeler yapılmalıdır.

Henüz kimlik arayışını tamamlamış olan ergen üzerinde bizim zararsız diye görebileceğimiz bir program, bir yarışma ruhunda zaten gelgitler yaşayan birey için patlamalara fırtınalara sebep olabilir. Televizyonda gördüğü tüm ışıltılı hayatları gerçek sanıp kendi hayatını ailesini küçüm-

60 ÇAPLI, a.g.e., s. 29.
61 PARANTI, a.g.e., s. 31, 43.

seyen uzaklaşan intihara sürüklenen veya evden kaçan gençlerin haberini çokça duymaktayız. Farklı bir konuda ergenlere seyredecekleri programlar üzerinde tavsiyelerde bulunmanın bile ters sonuçlar vermesi ihtimalidir. Ergenleri idare etmek kolay değildir ve anne babalar genellikle ergenlik dönemine giren çocuklarını tanıyamamaktan söz ederler. Bu dönemi yaşayan gençlerin ekranda neleri seyrettiklerini kontrol etmek, hem bu girişimlerinizi özgürlüklerini kısıtlamak olarak görüp şiddetle karşı çıkacakları için, hem de değişen davranış kalıplarıyla birlikte evden ve sizin kontrolünüzden uzakta daha fazla zaman geçirmeye başlayacakları için her zamankinden de zor olacaktır.[62]

Ergenlik dönemi bireylerin kendi kimliklerini bulmaya çalıştığı, hayatın anlamını aradığını, ben kimin? Bu hayattaki amacım nedir ne için varım sorularına cevap aradığı bir süreçtir. Çocukluk ve yetişkinlik arasında geçen bu dönem ne çocuk ne yetişkin olması hasebiyle kişiliğin tam oturmadığı rol modellerin takip edildiği bir özellik taşır. Bunun içindir ki ünlü yıldızlar, aktör ve aktrisler büyük bir hayranlıkla izlenir, saçları makyajları giysileri taklit edilir. Buraya kadar her şey beklenilen bir seyir halindedir. Ancak bundan sonraki kısım tehlike arz edebilmektedir. Medyada gördüğünü taklit eden bunu hayal gücü ile zenginleştirip deneyimlemek isteyen genç kendini kanıtlama çabası içinde de yer alıyor ise eğer olumsuz pek çok vakaya sebep olabilmektedir.

İşte bu karmaşa açmaz ve kimlik bunalımları içinde uygun bir iletişim ortamı içinde değilse, sağduyulu bir aile atmosferinde bulunmuyorsa, zaten kendini ispat içinde olan bir sürecin içinde olan ergen kendisine sunulan çizgi film, oyun veya tv karakterinin olumlu olumsuz her yönünü örnekseyebilmektedir.

Çizgi Filmlerin Çocuklar Üzerindeki Şiddet ve Saldırganlık Etkilerinin İncelenmesi

Çocuklar, çizgi filmlerde gördükleri kahramanları rol model olarak alarak, onların davranışlarını taklit edebilirler. Ülkemizde de çocukların kahramanları rol model alarak olumsuz olaylara sebep verdiği durumlar mevcuttur. Örneğin Milliyet Gazetesi'nin 30.10.2000 tarihli haberine göre, 4 yaşındaki F., Pokemon adlı çizgi filmden etkilenerek evinin bulunduğu 7. kattan uçabileceğini düşünerek bunu denemeye kalktığında yaralanmıştır. İHA'nın 15 Ağustos 2011 tarihli yaptığı bir habere göre de Kayseri'de kendini Örümcek Adam zanneden 7 yaşındaki M., pencereden atlayarak yaralanmıştır. Aileler, çizgi filmleri çocukların vakit geçirmesi için bir kurtarıcı olarak görmektedirler. Ebeveynler, çocukların hangi çizgi filmleri

62 KIZILDAĞ, a.g.e., s. 29, 64.

tercih ettiklerini bilmelerine rağmen, çocukların bu çizgi filmler ile hangi içeriklere maruz kaldıklarını her zaman kontrol edilemeyebilir.[63]

Çizgi filmler şiddet kavramını normalleştirme yoluna gitmekte, dakika içinde defalarca şiddet karelerine maruz kalan çocuklar için bu durum sıradan olmaya başlamaktadır. Maalesef ki bu durum yetişkin bireyler olduklarında da şiddete meyilli, öfke kontrolü olmayan, sorunları çözmede kullanılabilecek normal bir yol gibi bir duruma da zemin hazırlamaktadır.

Şiddet kavramı görsel ve sesli efektlerle beraber kullanılmaktadır. Örneğin; karakterin başını vurduktan daha sonra kafasının etrafında yıldızların dönmesi, uçurumdan yere düşerken düşme efektinin verilmesi veya bir yere çarptığında çarpma efekti verilmesi gibi. Bu kullanım çizgi filmlerdeki şiddet sahnelerini daha masum, komik ve sempatik hale bürümektedir. Çizgi filmlerdeki masum, komik ve sempatik sahnelere çocuklar çok gülmektedir. Aslında yapılan bu sahneler normalmiş gibi gösterilmesi çocukları derinden etkilemektedir. Tom ve Jerry çizgi filminde Tom'un eline geçen ev eşyalarıyla Jerry'i kovalaması buna karşın Jerry'nin kurnaz fikirleriyle Tom'u alt etmeye çalışması çocukları eğlendirmenin ve güldürmenin yanı sıra sempatik şiddet unsurlarına da maruz kalmasına neden olmaktadır. Çizgi filmler sempatik şiddet bağlamında incelendiğinde en fazla orana sahip olan çizgi filmler; Cille, Keloğlan Masalları ve Kuzucuk çizgi filmleridir.[64]

Şiddet içerikli çizgi filmlerin çocuklara verilen en önemli mesaj "kendini, dünyanın düzenini korumak için kötüleri öldürebilirsin, onları yok edebilirsin ve bunları yaparken her türlü şiddeti kullanabilirsin" . Eron ve Huesmann'ın yapmış olduğu çalışmada 8 yaşında şiddet içerikli program izleyen çocukların izlemeyen çocuklara göre daha fazla saldırgan davranışlarda bulunduğu ve aynı çocukların 11 yılın ardından 19 yaşına geldiklerinde de, şiddet içerikli programı izlemeyenlere oranla daha fazla saldırgan oldukları sonucuna varılmıştır. Bu çalışmanın sonucundan yola çıkarak son yıllarda okullardaki saldırganlık, akran zorbalığı gibi olaylarının artmasının sebeplerinden birisi de küçükken izlenen bu tarz içerikli yapımlar olabileceği söylenebilir. Maalesef evde bu tarz yapımların izlendiği, çevresinde olayların böyle de çözülebileceğini örnekseyen büyüklerin olduğu bir ortamda çocukların da bunu benimsemesi kaçınılmaz olmaktadır.

Ebeveynler televizyonu anne babanın bir iş ile uğraşırken çocuklarının oyalanması için gördükleri çizgi filmleri çocukları yalnız izlemektedir ve birçok şiddet içeriği gibi olumsuz etkilere sahip olacak görüntülere maruz

63 YILDIZ, **3-6 Yaş Çocuklarının Tercih Ettikleri Çizgi Filmlerdeki Şiddet İçeriklerinin Analizi,** Bolu 2016, s.5.

64 ATİK-EBREN, **Çizgi Filmlerde Sempatik Şiddet Olgusu: TRT Çocuk Televizyonu Örneği**, Erzurum,2016,s.9

kalmaktadırlar(Middleton ve Vanterpool, 1999; Peters ve Blumberg, 2002; Wilson ve ark., 2002; Jordan, Hersey, Mcdivitt ve Heitzler, 2006; Cesur ve Paker, 2007 ; Temel ve ark., 2014).

Başka bir çalışmada ise çocukların sadece %4lük kısmının anne-babasıyla birlikte çizgi film izlediği (Peters ve Blumberg, 2002; Temel ve ark., 2014), başka bir çalışmada da ebeveynlerin %73'ünün çocuklarının ne izlediğini bilmedikleri, çizgi filmlerde şiddet ögesi olmadığına inandıkları ve çocuklarının çizgi filmlerdeki şiddetten etkilenme düzeylerinin yüksek olmasına çok şaşırdıklarını iletmişleridir. [65]

Ülkemizde ise şiddet içerikli oyunların ve videoların tıklanma rekoru kırdığı bilinen bir gerçektir. Çalışmamızı yürüttüğümüz tarihlerde gençler arasında en yaygın olan şiddet içerikli oyunlar şunlardır: pubG, Flight Simulator,Return to Castle Wolfenstein,Silent Scope,Sleeping Dogs, Max Payne, The Punisher, The Walking Dead, Outlast, Prototype, Manhunt, God Of War, Postal, Amnesia, Sniper Elite.

Buradaki oyunlardan bir kısmı incelendiğinde insanların kafaları koparılmakta, hayvanlar dövüştürüpüp parçalanmakta, kendini yaradan kabul edip evreni yarattığını iddia etmekte, oyunda öldür onu öldür onu diye çığlıklar atıp kendinden geçmektedir.

Çizgi Filmlerin Olumsuz Etkilerin Hakkında Türkiye'deki Haberler

Meb Personel haber sitesinde Doğan Ceylanın kaleminden;

Çocuların saldırganlık ve şiddet davranışlarının sebebinin altında yatan sebepleri. Çizgi filmlerde ve oyunlarda arabalar defalarca takla atıp, aracı parçalandıktan sonra kazanın hiçbir etkisi olmamış gibi aynı araçla oyuna yeniden başlayan çocuklar mental açıdan algılama yeteneğini kaybediyor. Ya da her gün yükseklerden düşen, patlayan, vurulan, yanan, ezilen, parçalanan ama hiç ölmeyen sanal oyun veya çizgi film karakterlerini izleyen çocukların gerçeklik algısı zayıflatmaktadır. Çizgi film ve oyunların etkisinden dolayı çocuklar yapacakları şeyin sonuçlarını düşünmeden hareket etmektedir. Olumsuz etkilerin azaltılması için ne yapılmalı?

Çalışmamızda Pokemon gibi çizgi filmlerden dolayı çocukların kendine zarar verdiği bilgisine yer vermiştik. O zamana ait haber kuponu (https://www.webtekno.com/sosyal-medya/kendini-pokemon-zannedip-7-kattan-asagi-atlayan-ferhat-simdi-ne-yapiyor-h16694.html 19 Haziran 2019 tarihinde erişildi) ;

65 Temel,M., Akgün Kostak, M. ve Çelikkalp,Ü. **Çocuk Kanallarında Yayınlanan Çizgi Filmlerdeki Şiddetin Belirlenmesi**, 2014.

Çocukların izlememesi gereken çizgi filmleri yasemin adlı web sitesi şu şekilde sıralamıştır:[66]

1. Avatar
2. Süngerbob
3. Barbıe
4. Batman
5. Ben 10 Omniverse
6. Örümcek Adam
7. Nınja Kaplumbağalar
8. Şeker Kız Candy
9. Wınx Club
10. He-Man

Sabah gazetesinin web sayfasındaki 08.10.2010 tarihli habere göre Çizgi filmlerdeki şiddet içerikleri çocuklarda sinir yaptığı yazmaktadır. Habere göre Seattle Çocuk Hastanesi Araştırma Enstitüsü'nden Dr. Christakis ve Frederick Zimmerman tarafından 330 çocuk üzerinde yaptıkları araştır-

66 (http://www.yasemin.com/annecocuk/haber/2633137-cocuklarin-kesinlikle-izlememesi-gereken-cizgi-filmler 19 Haziran 2019 tarihinde erişildi).

mada, Okul öncesi dönemde şiddet içerikli programlar izleyen çocuklar, ileride yaşıtlarına göre üç kat daha agresif olduğu sonucu ortaya çıkmıştır.[67]

Sonuç ve Tartışma

Çağdaş kitle iletişimi araçlarının ortaya çıkışından beri, onların bireyler, gruplar ve toplum üzerindeki etkileri hakkında konuşulmakta, araştırmalar, betimlemeler ev analizler yapılmakta; konu ulusal ve uluslararası düzeydeki pek çok bilimsel toplantıda çeşitli yönleriyle enine boyuna tartışılmaktadır. Aslında, iletişim araştırmaları alanının tarihi incelendiğinde gerçekleştirilen kuramsal çalışmaların çok önemli bir bölümünün medya etkileri konusuna yoğunlaştığı kolaylıkla belirlenebilir. İletişim çalışmaları alanında kitle iletişimi araçlarının etkilerinin belirlenmesi, ölçülmesi, analiz edilmesi ve betimlenmesine yönelik araştırmaların kesafet kazanması, söz konusu araçların bireyler, gruplar ve toplum üzerinde göreli de olsa bazı etkilere neden olduğu varsayımından kaynaklanmaktadır. Kitle iletişimi araçlarının mikro bireysel ve makro toplumsal düzeyde yol açtığı değişiklikler ile ilgili öne sürülen bu varsayımın doğrulanması veya çürütülmesi gereği ve isteği, son tahlilde doğal olarak iletişim çalışmaları alanında çalışan bilim adamlarının dikkat ve ilgisinin büyük ölçüde medya etkileri problemi üzerinde toplanmasın neden olmuştur.

Modern iletişim araçları bize bilginin anında ulaşmasının sağladığı yararlar dışında bazı davranış kalıpları, modellemeler, eğilim ve beklentiler de sunar. Henüz kişilik gelişimi tam oturmamış olan çocuklarda ise model alma ve örnekseme davranışı çok yaygın olduğu için oradaki kahramanlar gibi davranmaya hatta sorunlarını onlar gibi güç göstererek çözmeye çalışabilirler.Çizgi filmlerin bu gücünü keşfeden reklam ve pazarlama dünyası da bunu kullanmaya ayrı bir kazanç elde etmeye başlamıştır. Karlar kraliçesi Elsa, Vinx, My Little Ponny, Pepee, Niloya, Bakugan,Kaju gibi çizgi film karakterleri çocuk ürünlerinin neredeyse tamamında (yiyecek içeçecek, giysi, aksesuar, okul malzemeleri vs) yer almaktadır.

Televizyon ve radyoda şiddet içerikli programlar taklit eğilimini arttırabilir ve şiddete yöneltebilir. Bunun sonucu olarak da çocuklar bu durumu normalleştirebilir, bu konulara duyarsızlaşır ve konu hakkında farkındalığı azalabilir. Şiddeti model alan çocuklar kavgacı, haşarı, geçimsiz, uyumsuz veya problemlerini şiddet kullanarak çözme eğiliminde olabilir. Yapı olarak daha hassas içe kapanık bir çocuk ise şiddet içeren unsurlarla karşılınca daha da içe dönebilir, kâbuslar görebilir. Unutulmaması gererken nokta şudur ki her insan fıtrat gereği içerisinde şiddet ögesi barındırır. Ancak bu

67 (https://www.sabah.com.tr/galeri/yasam/cizgi_filmlerdeki_siddet_cocukta_sinir_yapiyor/319 haziran 2019 tarihinde erişildi).

şiddeti canına, malına, namusuna, vatanına kast edildiği zaman kullanma yönünde törpülenmesi gerekmektedir.

Televizyon ve genelde medyanın olumsuz özelliklerini çocukta suç şekkinde ortaya çıkarması ancak çevresel faktörlerin de olumsuzluğuna bağlı olmaktadır. Nitekim aynı çizgi filmleri izlediği halde ailesi, okulu tarafından bu konuda bilinçlendirilen bir çocuk hiçbir suça karışmayabilir de. Bugün için özellikle çocukların televizyonun bazı zararlarından korunmaları bağlamında problemler yaşamakta olduğumu doğrudur. Fakat Türkiye'nin televizyon alanında çok büyük gelişmeleri kısa bir zaman sürecine sığdırmak zorunda kalması dezavantaj olmuştur. Toplumun daha duyarlı davranmaya başlamasıyla birlikte televizyon ve radyolardaki düzenlemelerin daha iyi bir işlerliğe kavuşacağı ve yayınlardaki birtakım aşırılıkların törpülenecek programların kabul edilebilir seviyelere oturacağı böylece yayıncının iyi yönde gelişeceği söz konusudur.

Okul Öncesi dönemindeki çocukların çizgi filmlerdeki saldırganlık ögeleri ile reel dünya arasındaki farkını bilmediğinden dolayı bir çizgi filmin onun zerinde yaratacağı olumsuz etkinin farkında olamayacağı aşikârdır. Bu durumda öğretmenlere ve ebeveynlere büyük rol düşmektedir. Ebeveynler çocuklarının ne izlediklerine dikkat etmelidirler, hatta çizgi film çocuğa izletilmeden önce izlenilmeli yahut çocuklarla beraber izlenilmesinin daha doğru olacağını düşünmekteyiz. Öğretmenlerin ise sınıf ortamında açacağı çizgi filmlerin öneminin büyük olmasından dolayı öğretmenlere çizgi filmlerin çocukların üzerindeki etkisi hakkında bilgilendirme yapılmalıdır.

Kitle iletişim araçlarının ve de özellikle çizgi filmlerin çocuklara olan olumsuz etkisinden kurtulabilmek veya en aza indirilmek için ebeveynler mutlaka medya okuryazarı olmalıdır.

Çizgi filme yek olarak karşı çık ak yerine eğitimciler ile anne babaların konuyu denetlemesi ve eğitimsel değeri yüksek olan çizgi filmlere yönlendirmeleri daha uygun olacaktır.

Çizgi filmi bakıcı/dadı olarak görmek yerine birlikte etkinlik yapmaya gayret gösterilmelidir.

Çizgi filmin etkisini olumlu yönde kullanarak milli manevi değerleri, evrensel kavramları, öğretmek için de kullanılması teşvik edilmelidir

Okul öncesi çocukların medyaya en fazla ve en savunmasız maruz kalan kesim olduğu hesaba katılırsa bu konu daha fazla önem arz etmektedir.

Ergenlik dönemindeki çocukların da bu konudaki duyarlılığını artırmak adına da okullarda medya okuryazarlığı dersi 2007-2008 eğitim öğretim

döneminde başlanmıştır. Bu dersin önemi anlatılıp yaygınlaştırılmalıdır. Bununla birlikte "Çocuk Hakları ve Medya" isimli ders de konuyla ilgili tarafların tüm okullarında okutulmalıdır.

Günlük hayatta pasif, sorunlarını çözmekte kendini yetersiz gören bireylerin bu mecrada kendini ifade ettiğini düşünmesi sebebiyle ilgi toplayan bu oyun ve filmlerin; ebeveynler, öğretmenler tarafından çocukların kendilerini özgürce ifade edebilecekleri bir ortam yaratmaları durumunda azaltılabilir.

Sempatik şiddet olarak da adlandırılan çocukların hoşuna giden ancak alt metinlerde saldırganlık ögeleri içeren çizgi filmlerin denetimi de artırılmalı, şiddete karşı duyarsızlaşan bir nesil yetişmesine izin verilmemelidir.

Devletimize düşen görev ise Türk dizilerine tanınan imkânların çizgi filmleri destekleme konusunda da tanınmasıdır. Nitekim batıdan olduğu gibi çevrilen çizgi filmlerdeki ögelerin bize uymayan ögeler barındırması kaçınılmazdır. Bu sebeple milli değerlerimizi içeren, destekleyen, çocuk ve gençlerin duyuşsal, zihinsel, ruhsal ve bedensel gelişimlerine uygun yapımların ortaya çıkarılması teşvik edilmelidir.

Bu anlamdaki yasal boşluklar da doldurularak şiddet içeren yapımlara gerekli yaptırımı uygulayacak mevzuatlar yayınlanmalıdır. Burada son zamanlarda çokça duyduğumuz çocuk dostu medya düzeni kavramı karşımıza çıkmaktadır. Bu noktada medyaya erişimi sınırlama değil ama zararlı etkilerinden koruma fikri ön plandadır.

Gelişen teknolojide çocuklarımızın karşısına çıkabilecek olası tehlikelerden korumak ebeveynin/velinin sorumluluğudur. Çocuk izleyiciler için açıldığı düşünülen ama yöneticisi olmayan kanallara çocukların eşimi ve buradan alışabilecek linkler konusunda dikkatli olmak gerekmektedir.

Medyanın sosyalleşmeye etkisi de düşünülürse çocukların izledikleri oyunlar ve çizgi filmlerin etkisiyle bir çocuk kültürü oluşturduğu gerçeği karşımıza çıkmaktadır. Sosyal öğrenme kuramının da desteklediği nokta üzerinden kişilik gelişimi üzerinde medyanın etkisi konusunda ve gelişimi etkileyen diğer faktörler hususunda ebeveynler/eğitimciler bilgilendirilmelidir.

Radyo Ve Televizyon Üst Kurulu ile Televizyon Yayıncılar Derneği tarafından bir süre devam ettirilen "İyi Uykular Çocuklar Projesi" gibi projeler desteklenmeli, çocuklara erken saatlerde yatma ve gece geç saatlerde olan programlardan koruma çalışmaları teşvik edilmelidir.

RTÜK tarafından oluşturulan iletişim merkezine gelen görüş ve öneriler dikkate alınmalı, caydırıcı cezalar uygulanmalı veya yayından kaldırılmalıdır.

BM Çocuk Hakları Komitesi çocuklara fikirlerini sağlama imkânı vermektedir. Bu anlamda medyada çocukların katılımı sağlanmalı onların pasif izleyici değil aktif katılımcı olması desteklenmelidir. Bu anlamda dünyadaki örnekleri izlenip Türkiye de modeller geliştirilmelidir. (Almanyadaki Radio Jojo, Mozambikteki Voices Of Youth radyosu veya Amerikadaki Youth News Network gibi. Çocuklarımıza imkânlar verildiğinde harika projeler ürettiklerini görebiliyoruz. Bu anlamda da desteklenmeleri önem arz etmektedir.

KAYNAKÇA

Arhan, F, Medya Eleştirisi, Ya da Hermes'i Sorgulamak, Özgür Üniversite Kitaplığı, Ankara, 1998.

Atik, A.,Ebren, Ö., Çizgi Filmlerde Sempatik Şiddet Olgusu: Trt Çocuk Televizyonu Örneği ,2015.

AYMAZ, Göksel, İletişim Araçlarının Toplumsal Tarihi İçin Bir Giriş Global Media Journal TR Edition, 8 (16) Bahar/Spring 2018.

Bal, H., İletişim Sosyolojisi, Süleyman Demirel Üniversitesi Yayın No:42, Isparta, 2004.

Bilgiç,E. (08 Kasım 2010). Çizgi filmlerdeki şiddet çocukta sinir yapıyor.19Haziran2019, https://www.sabah.com.tr/galeri/yasam/cizgi_filmlerdeki_siddet_cocukta_sinir_yapiyor/3tarihinde erişildi.

Can, A., Çocuk ve Çizgi Film ,Öz Eğitim Yayınları, Konya

Cansu Yıldız, 3-6 Yaş Çocuklarının Tercih Ettikleri Çizgi Filmlerdeki Şiddet İçeriklerinin Analizi,2016.

Çaplı, B., Medya Ve Etik, İmge Yayınevi, Ankara, 2002.

Çebi, M.S., Medya Etki Araştırmaları, Alternatif Yayınları, Ankara, 2003.

Ceylan,D.(14 Mart 2019). Yeni nesil neden düşünmeden hareket ediyor ?. 19 Haziran 2019, https://www.webtekno.com/sosyal-medya/kendini-pokemon-zannedip-7-kattan-asagi-atlayan-ferhat-simdi-ne-yapiyor-h16694.html

Çocukların kesinlikle izlememesi gereken çizgi filmler!.(09 Haziran 2018). http://www.yasemin.com/annecocuk/haber/2633137-cocuklarin-kesinlikle-izlememesi-gereken-cizgi-filmler. 19Haziran2019.

Ekici, F.Y. Çizgi Filmlerin Çocuklar Üzerindeki Etkilerine İlişkin Çok Boyutlu Bir Değerlendirme,2015.

Erdoğan, İ., İletişimi Anlamak, Erk Yayınları, Ankara, 2002.

Erdoğan, İ. , Alemdar K., İletişim Ve Toplum; Kitle İletişim Kuramları Tutucu Ve Değişimci Yaklaşımlar, Bilgi Yayınevi, Ankara, 1990.

Gökçe, O., İletişim Bilimine Giriş, Turhan Yayınları, Ankara, 2002.

Işık, M. İletişimden Kitle İletişimine, Turhan Yayınları, Ankara, 2002.

Karahan Uslu, Z., Televizyon Ve Kadın, Alfa Yayıncılık, İstanbul, 2000.

Kızıldağ, Ş., Medya Çocukları, Şehir Yayınları, İstanbul, 2001.

Lull, J., Medya, İletişim, Kültür, Çev: Nazife Güngör, Vadi Yayınları, Ankara, 2001.

Oksay, Ü., Kitle İletişiminin Kültürel İşlevleri, Der Yayınları, İstanbul, 1993.

Parantı, M., Kirli Gerçekler; Politika, Medya, İdeoloji, Komplo Kuramı, Etnik Yaşam Ve Sınıf Gücü Üzerine Düşünceler, Çev: Ali Tartanoğlu, İmge Kitabevi, Ankara, 1997.

Postman, N. , Çocukluğun Yok Oluşu, Çev: Kemal İnal, İmge Kitabevi, İstanbul, 1995.

Ramonet, I., Medyanın Zorbalığı, Çev: Aykut Derman, Om İletişim Yayınevi, İstanbul, 2000.

Şirin, Mustafa Ruhi, Televizyon, Çocuk Ve Aile, İz Yayıncılık, İstanbul, 1998.

Temel,M., Akgün Kostak, M. ve Çelikkalp,Ü. Çocuk Kanallarında Yayınlanan Çizgi Filmlerdeki Şiddetin Belirlenmesi,2014. http://www.deuhyoedergi.org/index.php/DEUHYOED/article/viewFile/99/350.

Tokgöz, O., Televizyon Reklamlarının Anne Çocuk İlişkilerine Etkileri, Siyasal Bilgiler Fakültesi Ankara Üniversitesi, Yayın No: 501, Ankara, 1982.

Turam, E. , Ekran altı Çocukları, İrfan Yayınevi, İstanbul, 1996.

Üre.Ö., Eğitime Yeni Bakışlar-1, Mikro Yayınları, Ankara, 2002.

Vural, S. , Kitle İletişiminde Denetim Stratejileri, Özışık Matbaacılık, Ankara, 1994.

Yazan, Ü. M., Türkiye Kanatlarınızın Altında, İz Yayıncılık, İstanbul, 1997.

Ekici Y, F. Çizgi Filmlerin Çocuklar Üzerindeki Etkilerine İlişkin Çok Boyutlu Bir Değerlendirme, Türk İslam Dünyası Sosyal Araştırmalar Derneği, 2 (5). , 2015

ŞIRNAK, CİZRE VE SİLOPİ MUHİTİNDE GAYRİMÜSLİMLERİN MARUZ KALDIKLARI VAKALARA DAİR BİR DEĞERLENDİRME

Bilal ALTAN[1]

1 Dr. Öğr. Üyesi, Şırnak Üniversitesi Rektörlüğü, Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi Bölümü, altanbil@gmail.com, Şırnak/Türkiye

ŞIRNAK, CİZRE VE SİLOPİ MUHİTİNDE GAYRİMÜSLİMLERİN MARUZ KALDIKLARI VAKALARA DAİR BİR DEĞERLENDİRME

Bilal ALTAN[1]

GİRİŞ

Bu araştırmada, XIX. yüzyıl sonları ve XX. yüzyıl başlarında Şırnak, Cizre ve Silopi muhitinde değişik kesimler nezdinde gayrimüslimlerin maruz kaldıkları vakaları arşiv belgeleri ışığında tespite çalışmak ve vakalar karşısında Osmanlı Devleti'nin merkez ile taşradaki mülki makamlarının tepkisini belirlemek amaçlanmıştır.

Kur'an-ı Kerim, yaratılışın gayesini Allah'a iman ve O'nun iradesine uygun yaşama şeklinde belirlemiştir ki bu beşeri sorumluluğu kabul veya redde bağlı olarak insanları inananlar ve inanmayanlar diye iki gruba ayırmaktadır. Bu bağlamda gayrimüslim ifadesi İslam dinine inanmayan bütün grupları kapsamaktadır (Özel, 1996).

Müslüman-gayrimüslim ilişkilerinin tarihsel arka planı Hz. Muhammed döneminden itibaren başlamıştır. İslam hukukuna göre, Müslümanlarla sulh yapan ve İslam Devleti'nin hâkimiyetini kabul eden gayrimüslimlere zimmi adı verilir. Hz. Muhammed döneminde zimmet antlaşmaları ve benzeri uygulamalarla gayrimüslimler dini ve hukuki temele dayalı kültürel kimliklerini muhafaza etmişlerdir. Yine gayrimüslimlerin can ve mal güvenlikleri taahhüt edilerek İslam toplumunun içinde yaşama imkânına kavuşmaları sağlanmıştır. İslam tarihi boyunca devam edegelen bu uygulama, Osmanlı Devleti'ndeki millet sistemiyle en geniş ve gelişmiş biçimini bulmuştur (Akgündüz, 2008; Bozkurt, 1989; Erkan, 2012; Özel, 1996; Aydın, 1994; Eryılmaz, 1990).

Esas itibari ile İslam hukukuna dayanan millet sistemi, Osmanlı Devleti'nin hâkimiyeti altındaki toplulukları din ya da mezhep esasına göre örgütleyerek yönetmesi anlayışıdır (Eryılmaz, 1990). Millet sistemi, Osmanlı Devleti'nin yöneticileri tarafından idare kolaylığı sağlama amacıyla geliştirilerek orijinal bir kurum haline dönüştürülmüştür (Bozkurt, 1989). Osmanlı Devleti'nin gayrimüslim cemaatlere uyguladığı ve muhafazakâr-korumacı bir içeriği de sahip "Millet Sistemi", uzun yıllar cemaatlerin kendi dini ritüel ve teşkilatlarını devam ettirmelerine olanak sağlamıştır (Özcoşar, 2008).

1 Dr. Öğr. Üyesi, Şırnak Üniversitesi Rektörlüğü, Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi Bölümü, altanbil@gmail.com, Şırnak/Türkiye

Osmanlı Devleti'ndeki millet sistemine yön veren din, bir farklılaşma aracı işlevi görmüştür (Quataert, 2016; Akgündüz, 2088). Osmanlı Devleti'ndeki gayrimüslimler, din ve mezhep aidiyetlerine göre gruplanmış ve yönetilmişlerdi. Osmanlı Devleti, Müslümanları tek bir millet, gayrimüslimleri ise din veya mezheplerine göre farklı farklı milletler olarak tanımlayıp siyasal, yönetsel ve sosyal organizasyonlarını bu ayrım temelinde geliştirmişti (Sofuoğlu & Akvarup, 2012).

Millet sisteminde, kendi cemaati tarafından seçilen her dinin en yüksek rütbeli yetkilisi kendi grubunun işlerini düzenlemek, hukuki işlerini yürütmek ve idare etmekle görevliydi. Dini şefe devlet tarafından verilen bir berat ile şefin cemaati üzerindeki hukuki ve idari yetkileri belirlenirdi. Dini şefler, topluluğun malını idare etme görevinden başka, dini ayinleri, dini işleri yürütmekle ve cemaatlerinden miktarı belli olan vergileri toplamakla da görevliydiler. Devlet, dini şefi kendisine muhatap alarak bir anlamda idareye karşı sorumlu saymış ve milletlerin denetimini mercek altına almayı kolaylaştırmıştır. Bu şekilde, gayrimüslim vatandaşlar belli bir serbestlik içinde yaşama imkânı elde etmişlerdir (Konan, 2015). Konjonktürel ve dini istisnalar dışında mutlak bir iskân özgürlüğüne de sahip olan gayrimüslimler İslam şehirlerinde kendi mahallelerini kurmuşlardır. Dindaşlarıyla birlikte yaşadıkları mahallelerini dini geleneklerine göre teşkil etmişlerdir (Güneş, 2017).

Osmanlı idaresi hem kadı vasıtasıyla hem de en baştaki yönetici patriği muhatap alarak gayrimüslim cemaat üyelerini haksız uygulamalara karşı korumaya çalışmıştır. Gayrimüslim tebaanın esasında kendi cemaatinin denetiminde olması, gayrimüslimlerin Osmanlı Devlet idaresinin koruma ve denetimi dışında kaldığını göstermez (Şahin, 2015: 120). İç ve dış tehditlere karşı korunan gayrimüslimler, dini olmayan konularda hukuk önünde eşit muamele görmüştür (Güneş, 2017). Müslümanlar ile gayrimüslimler arasındaki uyuşmazlıklara kadı mahkemeleri bakmaktaydı. İslam hukukuna göre gayrimüslimler, aralarındaki davaları kadıya getirip getirmemekte serbest iken, bunların Müslümanlarla olan bütün davaları kadı tarafından şer'i mahkemelerde görülmüştür (Demir, 2018).

MUHİTİN İDARİ VE GAYRİMÜSLİM DEMOGRAFİK YAPISI

Şırnak ve çevresindeki bölge, tarih boyunca farklı etnik ve dini gruplara ev sahipliği yapmıştır. Şırnak ve çevresi bu yapısıyla kozmopolit bir hüviyete sahip olmuştur. Bölge, Müslümanların hâkimiyetine girdikten sonra da kozmopolit özelliğini muhafaza etmiş ve yüzyıllar boyunca Ermeniler, Yahudiler, Yezidiler, Süryaniler ve Keldaniler gibi değişik etnik ve dini gruba/mezhebe mensup insanları bünyesinde barındırmıştır (Ertaş, 2018).

Kendilerini Müslüman olarak görmeyen Yezidileri Osmanlı Devleti gayrimüslim tebaa içerisinde değerlendirmemiş ve onları İslam inanışının dışında bir topluluk olarak kabul etmiştir (Kılıç, 2011; Ortaylı, 2007).

XIX. yüzyılın tamamında ve XX. yüzyıl başlarında Şırnak, Cizre ve Silopi merkezleri ile bağlı kırsal kesimlerde yoğun bir Müslüman nüfus ikamet etmekteydi. Mezkûr dönemlerde yoğun Müslüman nüfusla iç içe, Müslümanlardan ayrı kendi mahallelerinde ya da sadece kendilerine ait karye veya köylerinde yaşayan hatırı sayılır bir gayrimüslim nüfustan da söz edilebilir. Şırnak, Cizre ve Silopi muhitinde birçok karyede yaşamış olan gayrimüslimlerin günümüze intikal eden ve buralarda yaşayan yerleşimleri ile sakinleri epey azalmıştır.

Silopi, Uludere ve Beytüşşebap'ı da kapsayacak şekilde Şırnak ve çevresindeki bölgede günümüzde Keldanilere ait 9 köy bulunmaktadır. Bunlar; Geznex (Cevizağacı), Hozi (Ayrım), Mehri/Meer (Kovankaya), İşşi (Onbudak), Bazyan/Baznaye (Doğan), Hassana (Kösreli), Bespin (Görümlü), Herbol (Aksu) ve Hertevin/Hertiv (Ekindüzü) köyleridir (Ertaş, 2016). İdil merkez ile Haberli (Basibrin) gibi bazı köylerinde Süryaniler yaşamaktadır. Yahudiler ve Yezidiler ise muhiti bütünüyle terk etmişlerdir.

Şırnak, Cizre ve Silopi'nin XIX. yüzyılın ikinci yarısı ve XX. yüzyıl başı idari yapısının şu şekilde olduğu görülmektedir. Osmanlı Devleti'nde Şırnak, idari taksimat olarak süreç içerisinde karye, köy, nahiye, kaza statüsü kazanmıştır. Şırnak, 1875'te Diyarbekir Vilayeti dâhilindeki Mardin Sancağı'na, 1880'de ise Bitlis Vilayeti dâhilindeki Siirt Sancağı'na bağlı bir kazadır (Salnâme-i Vilayet-i Diyarbekir, 1875; Sezen, 2006). Diyarbekir Vilayet Salnamesinin 1884 tarihli 11. basımında Mardin Sancağına bağlı, ancak bu defa nahiye konumunda olan Şırnak'ın, mezkûr salnamenin 1885 tarihli 12. basımında ise yine kazaya terfi etmiş olduğu görülmektedir (Salnâme-i Vilayet-i Diyarbekir, 1884; 1885). Şırnak, 1888'de tekrar Eruh kazasına bağlı bir nahiyeye dönüştürülmüştür (BOA, DH. MKT. 1565/12; DH. MKT. 1569/98). Şırnak, 1900'lü yılların hemen başında ise karye statüsündedir (BOA, DH. TMIK. S. 74/60). 23 Temmuz 1914 yılında birinci sınıftan bir kazaya tahvil olunan Şırnak, bu konumundan önce Bitlis Vilayeti dâhilinde ve nahiye konumundaydı (BOA, DH. EUM. LVZ. 20/92; A.) DVN. MKL. 58/100; İ. MLU. 7/56; İ. MMS. 184/2; BEO. 2892/216896/3). Cizre ise XIX. yüzyılın ikinci yarısı ve XX. yüzyıl başlarında genel olarak kaza statüsündedir. Eylül 1852 sürecinde Cizre, Musul Vilayetine bağlı bir kaza iken, 1855-1865 tarihleri arasında liva, 1866 yılından itibaren Diyarbekir Vilayetine tabi Mardin Sancağının bir kazasıdır (BOA, A. DVN. MHM. 9/A/89; Sezen, 2006; Salnâme-i Vilayet-i Diyarbekir, 1869; 1891; 1898; 1905; Tüzün, 2014). Silopi de 14 Mart 1888 tarihinden önce nahiye statüsü kazanmış olup Diyarbekir Vilayetinin Mardin Sancağına bağlıdır.

1889'da Cizre'nin nahiyesi konumundaki Silopi, Osmanlı Devleti'nin yıkılışına kadar bu idari yapısını sürdürmüştür (Salnâme-i Vilayet-i Diyarbekir, 1891; 1905; Sezen, 2006; BOA, DH. MKT. 1642/81/1; Gülenç, 2018).

Cizre kaza merkezinde 1871 yılında 238 gayrimüslim yaşamaktaydı. Nahiye ve kurâlarla birlikte toplam gayrimüslim nüfusu 3.095'tir (Salnâme-i Vilayet-i Diyarbekir, 1871). 1877 yılında kaza gayrimüslim nüfusu 328'dir (Salnâme-i Vilayet-i Diyarbekir, 1877). 1882 yılında ise nahiye ve kurâlarla gayrimüslim toplam nüfusu 2.020'dir (Salnâme-i Vilayet-i Diyarbekir, 1883).

1890'lı yılların ortalarında Cizre merkez ve bağlı yerlerde yaşayan gayrimüslim nüfusun cemaatlere/dini topluluklara göre dağılımı şu şekildedir: Ermeni nüfusu (zükûr 26, inâs 27) 53; Ermeni Katoliği nüfusu (zükûr 599, inâs 514) 1.113; Kadim Süryani nüfusu (zükûr 555, inâs 475) 1.030; Protestan nüfusu (zükûr 19, inâs 16) 35; Yahudi nüfusu (zükûr 58, inâs 68) 126; Yezidi nüfusu (zükûr 25, inâs 23) 48'dir. Toplam gayrimüslim nüfus 2405'tir (İzgöer, 1999). Muhitte gayrimüslimlerin önemli bir kesimini oluşturan Keldani nüfusa yer verilmemiştir. Ancak 1870'li yılların başında Cizre merkezde 150 Keldani'nin yaşadığı bilinmektedir (BOA, C. MF. 90/4455). 27 Mayıs 1913 yılına ait ve Şeyh Abdülaziz imzasını taşıyan bir telgrafta 3.355 Süryani nüfusun Cizre ve çevresinde yaşadığına yer verilmektedir (BOA, DH. İD. 144-2/26/16). 1914 yılı Osmanlı nüfus sayımına göre Cizre'de 268 Ermeni, 234 Yahudi, 90 Protestan, 3009 Süryani, 2753 Keldani, 1022 Yezidi bulunmaktadır (Karpat, 2010: 372). 1890'lı yılların ortaları, 1913 ve 1914 yıllarında Silopi nahiye statüsüyle Cizre'ye bağlı olduğundan Silopi ve karyelerinde yaşayan gayrimüslim nüfus da sayıya dâhil olmaktadır. Şırnak ise genelde Bitlis Vilayeti dâhilinde ve Eruh kazasına bağlı bir nahiyedir. Dolayısıyla bu yöre gayrimüslim nüfusu hariç tutulabilir.

Osmanlı ülkesinde bulunan Katolik, Ortodoks, Protestan ve Yahudi milletlerinin her biri, mahalle ve köylerde kendi din ve mezheplerine mensup temsilciler tarafından idare edilirlerdi. Hristiyanlar ve Yahudiler için bu yerleşim birimlerine kocabaşılar tayin edilirdi. Dahası aynı köy ve mahallede yaşayan farklı milletlerin de kendi inançlarına bağlı ayrı idareciler tarafından yönetilmeleri gerekirdi. Çünkü tüm ahalinin işleri yalnızca bir mezhebin idarecileri tarafından yürütüldüğü takdirde farklı mezheplere mensup halk mağdur edilebilirdi (Güneş, 2017). Gayrimüslim mahallerinin yönetiminin başında ise kocabaşı ve papaz bulunmakta idi (Özcan, 2011). Bu bağlamda Cizre'deki Hristiyan Keldani Cemaati Eylül 1852 itibariyle Rahip Bolas'ın, 1869 yılında Serpiskopos Pavlos Efendi'nin, 1877'de Matran Batris Efendi ve 1907-1909 sürecinde Matran Yakup'un sorumluluğunda bulunmuştur (BOA, A. DVN. MHM. 9/A/89; BEO.

3147/235952/1-3; DH. MUİ. 12/30/1-5; Salnâme-i Vilayet-i Diyarbekir, 1869; 1877). 1877'de Süryani milletini Murahhas Vekili Semun Efendi; Süryani-i Kadim milletini ise 1877'de Murahhas Vekili Abdülahad Efendi ve 1898 sürecinde de Matran Behnam temsil etmiştir (Salname-i Vilayet-i Diyarbekir, 1877; BOA, İ. TAL. 147/28/1-3). Gayrimüslimlerin muhitte maruz kaldıkları vakalar, ilgili mercilere genelde sorumlulukları altında bulundukları temsilcileri vasıtasıyla ulaşmaktaydı.

MUHİTTE MARUZ KALINAN VAKALARDAN ÖRNEKLER

İç içe ya da aynı muhitin farklı yerleşimlerinde birbirinden ayrı yaşayan Müslim ve gayrimüslim unsurların ilişkilerinin seyri, gündelik yaşam içerisinde çoğunlukla olumlu kimi zaman da olumsuz seyretmiştir. Can, mal ve mesken emniyeti açısından gayrimüslimler her türlü zina, saldırı, darp, hırsızlık, haneye tecavüz, küfür, hakaret gibi pek çok hususta kendi haklarını koruyabilmek için ilgili mercilere başvurabilmişlerdir (Özgökmen, 1996). Diğer bir deyişle gayrimüslimler, gerek kendi aralarındaki gerekse Müslümanlarla olan anlaşmazlıklarında, hukuki mercilere başvurarak hukuken gerekli şartları yerine getirmeleri durumunda haklarını elde edebilirlerdi (Yıldız, 2013).

Ferdi haklar açısından Osmanlı yönetimi gayrimüslim vatandaşlarını, Müslüman vatandaşlarından ayırt etmemiştir. En başta zimmilere, angarya ve zulüm yapan yöneticileri şikâyet hakkı verilmiştir. Arşivde yer alan arz-ı hal ve arz-ı mahzarlardan, gayrimüslim reayanın, yöneticiler hakkındaki yakınmalarını merkeze kolaylıkla iletebildikleri ve merkez tarafından da gerekli tedbirler alındığı anlaşılmaktadır (Konan, 2015). Gayrimüslim halka da arz-ı hal ve arz-ı mahzar yoluyla şikâyet haklarının verilmesi, haksız yere rencide edilmemeleri için hükümler çıkarılması adalet anlayışının göstergeleri sayılabilir (Güneş, 2015).

Şırnak, Cizre ve Silopi muhitinde gayrimüslimlerin Müslüman kesimden kaynaklı asayiş sorunlarına maruz kalabildikleri vakalardan söz edilebilir. Gayrimüslimlere yönelik vakalarda yoğunlukla cana ve mala karşı suçlar işlenmiştir. Başta Hristiyan Keldani, Süryani ve Ermeniler olmak üzere Yahudiler gibi gayrimüslim cemaatlerle Yezidilerin uğradığı muhtelif saldırıları epeyce örneklendirmek mümkündür:

1897 yılı sonlarında rahiplerin bulundukları kelek Cizre tarafından silahlı saldırıya uğramıştır. Vakaya dair Fransız konsolos vekilinin beyanı üzerine Musul Vilayetince Cizre ve Zaho kaymakamlıklarına saldırganların kanuni takibatının yapılması ve tehlike altında olanların geçişlerinin güvenli bir şekilde sağlanması için gerekli tebligat yapılmıştır (BOA, HR.

TH. 204/87/1). Yine aynı yıl içerisinde Cizre kazası dâhilinde Miran Aşiret Reisi Mustafa Paşa'nın emriyle oğulları İbrahim, Abdülkerim ve beraberindeki silahlı adamları Zaho ve Cizre kazalarının sınırları arasında çadırlarda yaşayan Yezidi taifesine saldırarak çok sayıda Yezidi'nin ölümüne yol açmışlar ve hayvanlarını da gasp etmişlerdir. Asayişi ihlal ve tehdit eden böylesi vakaların genişlemesine meydan verilmemesi için Mardin Sancağı dâhilindeki seyyareden acilen bir bölüğün zabit refakatinde sevki ile gasp edilen malların iadesi, zarara uğrayan Yezidilerin teskinine çalışılması Diyarbekir Vilayetince Mardin Mutasarrıflığından istenmiştir (BOA, DH. ŞFR. 218/22). 1901 yılı sonlarında da Mustafa Paşa maiyetindeki silahlı altı yüz askerle Cizre civarında mevcut Hristiyan karyelerine saldırmak suretiyle bu karyeler ahalisinden otuz kırk kişinin ölümüne ve yaralanmasına sebep olmuştur. Vaka üzerine, Hristiyan cemaat reisleri de Mustafa Paşa'nın muhakeme edilmesi için ilgili makamlara müracaat etmişlerdir (BOA, BEO. 1769/132/6320). Miran Mustafa Paşa'nın maiyetindeki Tahir ve Fettah ağaların teşvik ve tahriki ile Cizre'de Hristiyan mahallesine saldırılması Hristiyan ahalisinde büyük bir paniğe yol açmıştır. Asayişin muhafazası için gerekli tedbirler alınmaya çalışılmış, hatta Tahir ve Fettah ağaların merkeze alınması emredilmiştir (BOA, DH. ŞFR. 272/47). Öyle anlaşılıyor ki Şırnak, Cizre ve Silopi muhitinde Hristiyan cemaatlerinin muzdarip oldukları ve şikâyette bulundukları önemli bir şahıs Miran Aşireti Reisi Mustafa Paşa ve maiyetindekilerdir.

Bitlis Vilayetine bağlı Şırnak'ın Kürt ağaları tarafından Diyarbekir Vilayeti dâhilindeki Cizre'nin Silopi nahiyesinde yerleşik Keldanilere baskı uygulandığı, Hazak Karyesi Muhtarı Hana Danyal Efendi'nin öldürüldüğü, hayvan ve mallarının gasp edildiği Keldani karye papaz, muhtar ve ileri gelenlerinin imzalarıyla 1889 yılı yazında İstanbul Keldani Patrik Vekiline bildirilmiştir. Keldani Patrik Vekilinin şikâyeti üzerine Dâhiliye Nezareti, Bitlis Vilayetinden vaziyetin soruşturulup saldırganlar hakkında kanuni işlem yapılması, gasp edilen malların alınarak sahiplerine iade edilmesi talimatını vermiştir (BOA, DH. MKT. 1642/81/1).

4 Kasım 1899 yılında Keldani Patriki Naib-i Umumisi el-Matran Yusuf'tan Dâhiliye Nezaretine gönderilen telgrafta, eskiden beri yaylalardan dönerek, her sene Cizre'den geçip kış mevsimini ovada geçiren Tayan adındaki Hamidiye göçer aşiretinin son zamanlarda Dicle Nehri cihetinde ve ahalisi tamamen Keldani Patrikliğine bağlı bulunan Takyan, Nehrevan, Kerek Bedro ve Reha karyeler arazisine yayılıp araziyi yaylak olarak kullandıklarını, mallarını zorla aldıklarını, ahaliye eziyet ettiklerini yazmaktadır. Ayrıca Reşit, Kirfan ve Hacı adındaki aşiret reislerinin ikaz edilmelerini, kendi karyelerinin korunması için Diyarbekir Vilayetine emir buyurulmasını istirham etmiştir. Dâhiliye Nezareti de mevzunun soruştu-

rularak neticesinin acilen bildirilmesini talep etmiştir (BOA, DH. TMIK. M. 78/42/1-2). 30 Mayıs 1902 yılında Cizre'den Dâhiliye Nezaretine Nehrevan Muhtarı Davud, Kerek Muhtarı İsa ve Takyan Muhtarı Matlub imzalarıyla çekilen telgraftan, 1901'in sonlarında bölgeye bir bölük nizamiye sevk edilmesine kadar Keldanilerin büyük sıkıntılar yaşadıkları, hatta ahalinin ekseriyeti dağılmak suretiyle karyelerini tahliye etmek zorunda kaldıkları anlaşılmaktadır. Ancak eşraf ve aşiretler arasında vuku bulan çekişmeden dolayı, Nizamiyenin Cizre'ye kaldırılması kararına karşı mezkûr karye muhtarlarının müracaatıyla asayişin sağlanabilmesi için, Dâhiliye Nezaretince bir miktar asker bulundurulmasının uygun olacağı bildirilmiştir (BOA, TMIK. M. 125/24/1-4). Yine de Tayan aşiretinin yöre üzerindeki baskıları devam etmiştir. 1906 yazında Silopi'nin Takyan karyesi ahalisinden ve Keldani milleti efradından bazıları hakkında Tayan aşireti reislerinden Kervan Ağa'nın fazla öşür talebi olmuştur. Durumun Sadaret'e intikal etmesi üzerine Diyarbekir Vilayetinden bir an evvel soruşturma yapılarak, kanun haricinde para ve mahsul alınmasına izin verilmemesi hususunda kesin talimat verilmiştir (BOA, BEO. 2850/213679/1).

Dördüncü Ordu-yı Hümayun Müşiriyetinin aktarımına göre, 1901 yazında Cizre civarındaki bazı Ermeni köyleri Bedirhanpaşazadelerden Mehmed Bey'in telkiniyle Şırnaklılardan 700 kadar bir kalabalıkla talan edilmiştir. Cizre ve Siirt'ten birkaç bölük asker sevki ile saldırganların def edilmesine çalışılmıştır (BOA, Y. MTV. 218/54/).

Takyan karyesinde 1905 yılında vuku bulan asayiş sorununa binaen mezkûr karyeye askeri müfreze kaldırılmıştır. Takyan karyesindeki mevcut asayiş sorunu yörenin Niksan ağasının tehdidi altında bulunmasından kaynaklanmıştır. Takyan karyesindeki askeri müfrezenin kaldırılması Keldanilerde panik ve rahatsızlığa yol açtığından Diyarbekir Keldani Patriği, Diyarbekir Vilayetine müracaat ederek müfrezenin iadesini istirham etmiştir. Fransız Sefareti de bu hususta Hariciye Nezareti nezdinde gerekli girişimlerde bulunmuştur (BOA, BEO. 2637/197713/1; 2850/213679/1).

1906 yılı boyunca Keldani köylerine Tayan aşireti ile birlikte Şırnak aşiretlerinin de sık sık saldırıları devam etmiştir. Silopi nahiyesinde yerleşik Keldani Katolik ahalisinin tasarrufunda bulunan araziyi, Şırnak nahiyesi ağalarından Basret ile Cizre'nin Tayan aşireti ağalarından Mürşid, Kervan ve Şeref ağalar zapt edip tasarruflarına geçirmek istemişlerdir. Bölgede bulunan bir bölük nizamiyenin sekiz ay öncesinden Yemen ve Derne sevkiyatı nedeniyle kıtasına ilhak etmiş olması ağaları böylesi bir girişim için cesaretlendirmiştir. Diyarbekir Vilayeti yeniden askeri müfreze talebinde bulunmak dışında, mezkûr ağaların başka mahallere sevk edilerek uzaklaştırılmalarını Sadarete bildirmiştir. Umum-ı Erkân-ı Harbiye Dairesi Dördüncü Şubesinin görüşünü dikkate alan Sadaret, Diyarbekir Vilayetine

jandarmaya ait vazifelerde asakir-i şahanenin daimi bir şekilde istihdam edilmesinin uygun olmadığını, jandarma sevki ile Keldanilere saldıran ağaların faaliyetlerinin engellenmesi yoluna gidilmesini tavsiye etmiştir (BOA, BEO. 3223/241661/1-2; 2892/216896/1-4).

1906 yılı yazında Dergül-Dirgül Ağası Mahmud Musti'ye bağlı Batuyan Kürtlerinin Siirt dâhilinde Deyr-i Zir ve Bala ile Duhuk'ta Keldani karyelerini ve Cizre'de Musuri karyesini yağmaladıkları ve yaktıkları, bir rahip ile 16 kişiyi öldürdükleri Fransız Sefaretinden Hariciye Nezaretine ifade olunmuştur. Karyelerde asayişin temini ve gasp edilen malların sahiplerine iadesi için Sadaretin girişimiyle Diyarbekir Vilayetine gerekli tebligat yapılmıştır. Esasında vakadan üç ay önce Diyarbekir Vilayeti yaptığı soruşturmada Batuyan Kürtlerinin özellikle Musuri karyesi için tehlike arzettiğini tespit etmiştir. Diyarbekir Vilayeti Musuri noktasına bir askeri müfrezenin süratle gönderilmesini mahalli kumandanlığına ve fırkaya bildirmişse de mevkii kumandanlarının ağır davranmaları böylesi bir vakanın yaşanmasına yol açmıştır (BOA, BEO. 3137/235214/1-3).

16 Eylül 1907 tarihinde Keldani Matranı Yakup imzasıyla Sadarete bir telgraf çekilmiştir. Telgrafta, Batuyan ve Şırnak reislerinin bir süredir başkaldırdıkları, eşkıyalık yaparak vedîat-ullah (Allah'ın emaneti) olan mazlum ahaliye saldırdıkları, haklarında girişimde bulunulmadığından cesaretle Siirt Sancağına bağlı olup Cizre'ye civar bulunan Dirgül nahiyesinden Keldani karyeleriyle (Deyr-tahtani, Deyr-fevkani gibi) Cizre bağlı Keldani karyelerini (Hasane, Telkabin-i Cedid, Nehrevan gibi) yakıp otuz iki kişiyi öldürdükleri, eşya ve hayvanlarını yağmaladıkları, ahalinin perişan bir vaziyette bulundukları ifade edilmektedir. Matran Yakup, Keldani milletinin öteden beri devletin ve padişahın kanadı altında toplandıklarını, başkaca sığınacak yerleri olmadığından tedbir alınmasını istirham etmektedir. Diyarbekir Vilayeti, Sadaretten gelen emir üzerine gerekli tedbirleri alma cihetine gitmiştir. İki bölük nizamiye süvarisi ve jandarma ile saldırganlar def edilmiş, bir kısmı da hapsedilmiştir. Alınan tedbirlerle dağılmış olan aileler birleştirilip mahallin nizamı tekrardan sağlanmaya başlanmıştır (BOA, BEO. 3147/235952/1-3). Aynı süreçte Cizre'deki Keldani karyelerinin Kürdlerin saldırılarına karşı muhafazasının yanı sıra, Cizre'deki Fransız Katolik misyonerlerinin himayesi Fransa Sefaretinden talep edilmiştir. Buna karşılık gereğinin yapılması Sadaretten Diyarbekir Vilayetine havale edilmiştir (BOA, HR. TH. 353/5/1-2; BEO. 3147/236018-1; 3148/236036/1-2).

1907 yılı sonları ve 1908 yılı başlarında Cizre'nin içinde bulunduğu ahvalin karışık bir vaziyet aldığı Fransız Sefaretinden ifade olunmuştur. Sefaretin aktarımına göre, karışık vaziyet silahlı gezmekte olan Batuyan ağalarının mahalli Keldani rahibini hanesinde kuşatıp tehdit etmelerinden

ve yöredeki memurların asayişi sağlamakta yetersiz kalmalarından kaynaklanmıştır (BOA, BEO. 3225/241830/1). Hatta rahibin öldürüldüğü de iddia edilmiştir. Ancak Sadaretin talimatıyla vaziyeti soruşturan Diyarbekir Vilayeti, Keldani rahibinin öldürüldüğü ve memurların asayişi sağlayamadıkları bilgisinin asılsız olduğunu Sadarete bildirmiştir. Sadaret makamı da Hariciye Nezaretine Fransa Sefaretine vaziyetin esasını uygun bir şekilde izah etmesini istemiştir (BOA, HR. TH. 357/25/1; BEO. 3214/241014/1-3).

Cizre Keldani Matrani Yakup imzasıyla 16 Eylül 1909 tarihinde Dâhiliye Nezaretine çekilen telgrafta, Cizre'deki Keldani cemaatlerinin kilise ve mallarına Van Vilayetindeki başta Guyan aşireti olmak üzere Horan ve Zirkan aşiretlerinin saldırıda bulundukları, bu saldırılar esnasında 1360 tane koyunlarının gasp edildiği, üç çobanın öldürüldüğü ve dört kişinin de yaralandığı bildirilmektedir. Diyarbekir Vilayetinden belirtilen vakanın soruşturma neticesinde sahih olduklarının tespiti halinde, sorumluların yakalanarak adliyeye sevk edilmeleri, gasp edilen malların da alınarak sahiplerine iadesi talimatı verilmiştir (BOA, DH. MUİ. 12/30/1-5). Benzer şekilde Ermeni göçerlerinden Karabet oğlu Çoban Milki, Tayan aşiretinden Şeyhmus ve destekçileri tarafından öldürülmüş, koyunları da gasp edilmiştir. Vakaya dair 1 Kasım 1910 tarihinde Karabet oğlu Hürmüz, Varto oğlu Hürmüz ve Varto oğlu Misak imzalı telgrafla Dâhiliye Nezaretine bilgi verilmiştir. İmza sahiplerince gasp edilen koyunların geri alındığına yer verilmektedir, ancak sorumluların derdest edilmemelerinden yakınılmaktadır (BOA, DH. H. 31/3/1-2).

Cizre'ye bağlı Amudet karyesinde 1918 yılı başında birkaç Musevi, bozguncular tarafından öldürülmüştür. Soruşturma neticesinde vakaya karışanlardan on dört şahıs yakalanarak adliyeye sevk edilmiştir (BOA, DH. EUM. 6. Şb. 32/14). Tüm bu vakalarda görüldüğü üzere merkez nezdindeki talimatlar, Osmanlı devlet adamlarının gayrimüslimlerin muhtelif sorunlarına duyarlılıkla yaklaşıklarını ve sorunlara çözüm üretmeye çalıştıklarını göstermektedir.

Gayrimüslimlerin maruz kaldıkları ve kendilerini zor durumda bırakan münferit vakaların muhitteki cemaatlerin Müslümanlarla uzun yüzyıllara dayanan bir arada yaşama kültürüne halel getirdiği söylenemez. Çünkü tasvip edilemeyen vakalar Müslüman ahali ile gayrimüslim ahali arasında gerçekleşmemiştir. Devletin merkezi otoritesi dışında ve kanunlara aykırı hareket eden grupların yol açtığı vakalardır. Üstelik vakalar, Müslim ve gayrimüslim vatandaşlarda birbirlerine karşı kayda değer herhangi bir husumet oluşturmamıştır. Örneğin Mardin Mutasarrıflığınca, Cizre'ye bağlı Hezak ve Babek'in de aralarında bulunduğu, ahalisinin genelde Süryani Kadim milletinden olduğu karyelerin civardaki Müslim ahali ile yekvücut olduklarına dikkat çekilmektedir (BOA, DH. ŞFR. 299/9). Diyarbekir

Vilayetinde asayişin sağlanmasına dönük tedbir alınmasından bir an bile geri durulmaması gayrimüslimler nezdinde memnuniyetle karşılanmıştır. Gerek Miran aşiretinin gerekse diğer Kürtlerin asayişi bozucu faaliyetleri karşısında Müslümanlarla birlikte Ermeniler şükranlarını bildirmişlerdir (BOA, DH. ŞFR. 272/38/1). Yine Musevi Muallimi Şemoil, Süryani-i Kadimi Yakub, Katolik Murahhas Vekili Şemun ve Ermeni Murahhas Vekili Hakub Sadarete çektikleri telgrafta, Miran Mustafa Paşa ve arkadaşlarının işledikleri suçlar karşısında padişah buyruğu ile muhakeme edilecek olmalarının yöredeki gayrimüslim cemaatlerinin şükran ve duaları ile karşılık bulduğuna yer verilmektedir. İmza sahipleri, sağlanan asayişin pekişmesi adına Miran Mustafa Paşa ve arkadaşlarının Cizre'den çıkartılmalarını istirham etmişlerdir (BOA, DH. TMIK. M. 117/56).

Gayrimüslimlerden bazıları, yaşadıkları toplumda din ve ırk farkı gözetmeksizin kamu yararına bazı hizmetleri ya karşılıksız görmüşler veya resmi görevlerini layıkıyla icra etmişlerdir. Bunun neticesinde de çeşitli madalyalarla ödüllendirilmeleri için resmi makamlar tarafından girişimlerde bulunulmuştur (Yıldız, 2013). Cizre'deki gayrimüslim vatandaşların da taltif edilmeleri söz konusudur. Keldani Millet Patriki Yusuf, Cizre'de yerleşik Keldani muteberlerinden Hoca Musa'ya iyi hizmetleri karşılığında bir kıta nişan-ı Zişan verilmesi müracaatı uygun bulunmuş ve Hoca Musa, padişah tarafından 21 Ocak 1871 'de taltif edilmiştir (BOA, İ. HR. 247/14709/1-2). Süryani-i Kadim Milleti Patrikliğinin de Cizre Metropolidi Behnam'ın iyi hizmetleri ve sadakatinden dolayı üçüncü rütbeden bir kıta Mecidi nişan-ı Zişan ile taltifleri talebi 16 Ağustos 1898 tarihinde kabul edilmiştir (BOA, İ. TAL. 147/28/1-2).

SONUÇ

İlk İslam devletleri ve Osmanlı Devleti zamanında gayrimüslimlerin dini ve sosyal açıdan herhangi bir ciddi müdahaleye maruz kalmadan yaşamlarını idame ettirmelerine müsaade edilmiştir. Osmanlı Devleti, gayrimüslimlerin yaşamın olağan akışı içerisindeki veya tehlikelere maruz kaldıkları vaziyetteki talepleri noktasında oldukça ılımlı bir tutum sergilemiştir. Osmanlı Devleti'nin bu müsamahakâr yaklaşımının bilincindeki gayrimüslimler Şırnak, Cizre ve Silopi muhitinde olduğu gibi uğradıkları özellikle öldürme, yaralama, gasp vakalarında taşradaki mülki makamlar ile merkezi makamlara müracaat ederek haklarını arama yoluna gitmişlerdir.

Şırnak, Cizre ve Silopi muhitinde Keldani, Süryani, Ermeni Hristiyan kesimi hem nüfus yoğunluğunda hem de coğrafi dağılımda ağırlığı oluşturmuştur. Dolayısıyla bu gayrimüslim kesimin maruz kaldığı vakalar muhitteki Yahudiler ve Yezidilere nazaran daha fazla olmuştur. Hukuki süreçte muhitteki gayrimüslim matran ya da murahhas vekilleri, İstanbul merkezde bulunan dini yetkili ile himayesi altında bulundukları ilgili ülke konsoloslarını da bilgilendirerek kendilerinden gerekli girişimlerde bulunmalarını talep etmişlerdir. Vakalara dair şikâyetler mülki idare açısından en üst makamı teşkil eden Sadarete kadar ulaşmıştır. Gayrimüslimlerin yardım taleplerine Sadaret kayıtsız kalmamıştır. Sadaret tarafından taşradaki yetkililere gerekli talimatlar verilerek gayrimüslimlerin mağduriyetlerinin derhal giderilmesi sıklıkla talep edilmiştir.

İlgili makamlarca şikâyetlerin gereği yerine getirilmeye çalışılmışsa da, muhitin şartları, muhitteki yoğun aşiret yapısı ve ağalık sistemi kontrolü sağlamayı çoğu zaman zorlaştırmıştır. Neticede gayrimüslimler, devletin nizamına aykırı hareket edip devlet kontrolü dışına çıkan, başına buyruk davranan kimi güçlerin saldırılarına maruz kalmıştır. Saldırılar hatırı sayılır rakamlara varan ölüm ve yaralanmaların yanı sıra gasp vakalarını da doğurmuştur. Saldırılar, gayrimüslimlerin yaşadıkları mahalleri terk etmelerine de yol açabilmiştir. Münferit denilebilecek vakalar sadece gayrimüslimlere yönelik bilinçli bir girişim olmayıp, Müslümanlar da saldırılardan nasibini almıştır. En nihayetinde yaşananlar, gayrimüslimlerin devlete bağlılıklarına, itimadına ve şükranlarını sunmalarına halel getirmemiştir.

KAYNAKLAR

A. Akgündüz, Osmanlı Devleti'nde Gayrimüslimlerin Yönetimi, Timaş Yayınları, ISBN: 978-975-263-817-4, 2008.

A. Gülenç, "Devlet Salnameleri ve Arşiv Belgelerine Göre Silopi Nahiyesinin İdari Yapısı (1888-1915)," Üç Ülkenin Kavşağında Silopi (Uluslararası Sempozyum Bildirileri), 26-28 Ekim 2018, Silopi, Türkiye, 113-126, 2018.

A. Özgökmen, Konya Şer'iye Sicilleri Işığında Müslim Gayr-i Müslim Münasebetleri (1700-1800), Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1996.

A. Z. İzgöer, Diyarbakır Salnâmeleri Cilt: 4, Diyarbakır Büyükşehir Belediyesi Yayınları, 1999.

BOA (Başbakanlık Osmanlı Arşivi): A. DVN. MKL. 58/100; A. DVN. MHM. 9/A/89: BEO. 1769/132/6320; 2637/197713/1; 2850/213679/1; 2892/216896/1-4; 3137/235214/1-3; 3147/235952/1-3; 3147/236018-1; 3148/236036/1-2; 3214/241014/1-3; 3223/241661/1-2; 3225/241830/1; C. MF. 90/4455; DH. EUM. LVZ. 20/92; DH. EUM. 6. Şb. 32/14; DH. İD. 144-2/26/16; DH. H. 31/3/1-2; DH. MKT. 1565/12; 1569/98; 1642/81/1; DH. MUİ. 12/30/1-5; DH. ŞFR. 218/22; 272/47; 272/38/1; 299/9; DH. TMIK. M. 78/42/1-2; 117/56; 125/24/1-4; DH. TMIK. S. 74/60; HR. TH. 204/87/1; HR. TH. 353/5/1-2; HR. TH. 357/25/1; İ. HR. 247/14709/1-2; İ. MLU. 7/56; İ. MMS. 184/2; İ. TAL. 147/28/1-3; Y. MTV. 218/54.

B. Yıldız, Denizli Sancağı'nda Gayrimüslimler (1876-1923), Doktora Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Üniversitesi, 2013.

B. Eryılmaz, Osmanlı Devleti'nde Gayrimüslim Teb'anın Yönetimi, Risale Yayınları, 1990.

B. Konan, "Gayrimüslim Osmanlı Vatandaşlarının Hukuki Durumuna İlişkin Bir Değerlendirme," *AÜHFD*, 64 (1): 171-193, 2015.

D. Quataert, Osmanlı İmparatorluğu (1700-1922), İletişim Yayınları, ISBN: 13: 978-975-05-0093-0, 2016.

E. Demir, Osmanlı Toplumunda Gayrimüslimler Ayıntab Örneği (1785-1865), Doktora Tezi, Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2018.

E. Sofuoğlu, İ. N. Akvarup, "Osmanlı Devleti'nde Millet Sistemi ve Süryaniler," *Akademik İncelemeler*, 7 (1): 71-88, 2012.

G. A. Güneş, "Osmanlı Devleti'nin Gayrimüslimlere Bakışı ve Klasik Dönem Millet Sistemi," *Sosyal ve Kültürel Araştırmalar*, 1 (2): 1-30, 2015.

G. Bozkurt, Alman-İngiliz Belgelerinin ve Siyasi Gelişmelerin Işığı Altında Gayrimüslim Osmanlı Vatandaşlarının Hukuki Durumu (1839-1914), Türk Tarih Kurumu Yayınları, ISBN: 975-16-0166-5, 1989.

G. N. Şahin, Osmanlı Devleti'nde Gayrimüslim Tebaanın Hukuki Durumu, Yüksek Lisans Tezi, Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2015.

İ. Özcoşar, "Osmanlı Dönemi Mardin Ermenilerinde Dini Değişim," *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler*, 7(2): 427-440, 2008.

İ. Ortaylı, Osmanlı Barışı, Timaş Yayınları, ISBN: 978-975-263-516-6, 2007.

K. Ertaş, "Anadolu'da Bir Varoluş Mücadelesi: Beytüşebap'ta Keldaniler ve Sosyo-Kültürel Yaşantıları," *Yeni Türkiye*, 22 (82): 813-821, 2016.

K. Ertaş, "Dini, Tarihi ve Kültürel Boyutlarıyla Silopi Keldanileri," Üç Ülkenin Kavşağında Silopi (Uluslararası Sempozyum Bildirileri), 26-28 Ekim 2018, Silopi, Türkiye, 495-501, 2018.

K. H. Karpat, Osmanlı Nüfusu (1830-1914), Timaş Yayınları, ISBN: 978-605-114-141-1, 2010.

M. A. Aydın, "Osmanlı'da Hukuk," Osmanlı Devleti ve Medeniyeti Tarihi, Cilt: 1, İslam Tarih, Sanat ve Kültür Araştırma Merkezi (IRCICA), 375-440, ISBN: 92-9063-051-5, 1994.

M. Tüzün, Cizre Tarihi, Cilt: 1, Nûbihar Yayınları, ISBN: 978-605-5053-10-9, 2014.

N. Erkan, 18. YY'ın İlk Yarısında Üsküdar'da Müslim-Gayrimüslim İlişkileri – Şeriyye Sicilleri ve Müdevvel Kaynaklar Işığında-, Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2012.

Salnâme-i Vilayet-i Diyarbekir: Def'a 1, H./M. 1286/1869; Def'a 7, H./M. 1292/1875; Def'a 10, H./M. 1300/1883; Def'a 11, H./M. 1301/1884; Def'a 12, H./M. 1302/1885; Def'a 13, H./M. 1308/1891; Def'a 15, H./M. 1316/1898, Def'a 20, H./M. 1323/1905.

S. Kılıç, "Yezîdîlik ve Yezîdîlikte Harrânî İzleri," *Turkish Studies*, 6(3): 285-296, 2011.

S. Özcan, "XIX. Yüzyılın Ortalarında Sinop'taki Gayrimüslimlerin Sosyal ve Ekonomik Yapısı," *OTAM*, (30): 145-172, 2011.

TDV İslam Ansiklopedisi, Cilt: 13, "Gayrimüslim", Ahmet Özel, 418-427, 1996.

T. Sezen, Osmanlı Yer Adları, Başbakanlık Devlet Arşivleri Genel Müdürlüğü Yayın Nu: 21, ISBN:975-19-3945-3, 2006.

MENTAL İYİ OLUŞ VE DEVAMSIZLIK TUTUMU ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESI: TURİZM EĞİTİMİ ALAN ÖĞRENCİLER ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Bilal DEVECİ[1]

1 Dr. Öğr. Üyesi, Kırklareli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları

MENTAL İYİ OLUŞ VE DEVAMSIZLIK TUTUMU ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESI: TURİZM EĞİTİMİ ALAN ÖĞRENCİLER ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Bilal DEVECİ[1]

GİRİŞ

Psikoloji biliminin son yıllarda kişilerin olumsuz ve zayıf yönlerinden uzaklaştığı, olumsuz ve problemli davranışlara odaklanmak yerine, insanların olumlu ve iyi yönlerini ön plana çıkaran ve vurgulayan; pozitif psikoloji olarak adlandırılan yeni bir paradigmaya dönüştüğü görülmektedir (Reichard, Dollwet & Potgieter, 2014: 150). Bu duruma Seligman'ın 2000 yılında yapmış olduğu çalışmanın yol gösterici olduğunu söylemek mümkündür. Seligman, psikoloji biliminin sadece insan yaşamındaki olumsuzluklar ve onları ortadan kaldırma üzerinde durmaması gerektiğini; aynı zamanda insan yaşamı için olumlu niteliklerin oluşturulması gerektiğine dikkat çekmektedir. Aynı zamanda psikoloji biliminin, kişilerin güçlü yönlerini ve erdemlerini de incelemesi gerektiğini ifade etmektedir (Kanten & Yeşiltaş, 2013: 84).

Pozitif psikoloji; genel olarak olumlu duygulara, olumlu deneyimlere, olumlu kişilik özelliklerine ve olumlu sosyal etkileşimlere odaklanan bir disiplin olarak tanımlanmaktadır (Pietrowsky & Mikutta, 2012: 1067). Özellikle son yıllarda pozitif psikoloji alanında yapılan çalışmalarda önemli ölçüde artış olduğu görülmektedir. Araştırmacılar, artık sadece depresyon, tükenmişlik, kaygı bozukluğu gibi negatif psikolojik faktörlere odaklanmaktan ziyade; mutluluk, iyimserlik, öz saygı, iyi oluş gibi pozitif faktörler üzerine yoğunlaşmaktadırlar (Yalçın, 2015: 22). Pozitif psikolojinin temel amacı; mutluluğu ve iyi oluşu tüm yönleriyle analiz ederek olumlu ve olumsuz etkilerini incelemektir. Bu doğrultuda da karşımıza mental iyi oluş (psikolojik iyi oluş) kavramı çıkmaktadır (Kanbur & Kanbur, 2018: 244).

Kişinin kendi yetenekleri ve sınırlılıklarının bilincinde olarak pozitif ve öznel bir algıya sahip olması ve onları gerçekleştirme derecesi, hayata pozitif anlamlar yükleyebilmesi, kendini sınırlamadan özgürce davranabilmesi, çevresiyle sağlıklı ilişkiler kurabilmesi, etkileşim içinde olduğu çevrede pasif değil de aktif olması gibi anlamlar yüklenen "psikolojik iyi oluşun" (Yakut & Yakut, 2018: 1363); evlilik doyumu (Akdağ & Çankaya, 2015), benlik saygısı (Akdağ & Çankaya, 2015; Tangör & Curun, 2016),

1 Dr. Öğr. Üyesi, Kırklareli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları

akademik başarı (Ateş, 2016), sosyal destek (Aydın, Kahraman, & Hiçdurmaz, 2017; Kaya, Çenesiz & Aynas, 2019; Malkoç & Yalçın, 2015; Toker & Kalıpçı, 2018), düzenli egzersiz yapma (Başar & Sarı, 2018; Ersöz, 2017), güvenli bağlanma (Çelik, 2018), kendini bilme (Demirci & Şar, 2017), umut, yapılandırmacı düşünme (Demirtaş, Baytemir & Güllü, 2018), bilinçli farkındalık, duygusal zeka (Deniz, Erus & Büyükcebeci, 2017), yaşam doyumu (Doğan, Kaya & Eren, 2016; Kaya, Çenesiz & Aynas, 2019), dini yönelim (Göcen, 2013), mutluluk (Gönener, Öztürk & Yılmaz, 2017), empatik eğilim (Kapıkıran, 2011), psikolojik dayanıklılık (Karacaoğlu & Köktaş, 2016; Malkoç & Yalçın, 2015), akademik iyimserlik, başarı algısı, fiziksel öz saygı (Karaçam & Pulur, 2019), öz-yeterlik (Kılınç, 2017), affedicilik (Koç, İskender, Çolak & Düşünceli, 2016), örgütsel bağlılık (Koç & Keklik, 2018), duyguları fark etme ve ifade etme (Kuyumcu & Güven, 2012), stresle başa çıkma (Malkoç ve Yalçın, 2015), öz-anlayış (Sarıcaoğlu & Arslan, 2013), özgünlük (Tangör ve Curun, 2016) gibi olumlu olarak değerlendirebileceğimiz değişkenlerle pozitif yönlü ilişkisi; problemli internet kullanımı (Baş, Soysal & Aysan, 2016; Dağlı & Gündüz, 2017), saplantılı bağlanma (Çelik, 2018), yalnızlık (Dağlı & Gündüz, 2017), belirsizliğe tahammülsüzlük (Geçgin ve Sahranç, 2017), sosyal kaygı (Kermen, Tosun & Doğan, 2016), işyerinde siber zorbalık (Kanbur & Kanbur, 2018), etkileşim kaygısı (Kılınç, 2017), mobbing, örgütsel sinizm (Koç & Keklik, 2018), mutluluk korkusu (Sarı & Çakır, 2016), sürekli kaygı (Tangör & Curun, 2016) gibi olumsuz olarak değerlendirebileceğimiz değişkenlerle negatif yönlü ilişkisinin olduğu görülmektedir.

Devamsızlık da olumsuz olarak değerlendirebileceğimiz bir değişkendir ve yapılan literatür taraması sonucu psikolojik iyi oluş ve devamsızlık tutumu arasındaki ilişkiyi inceleyen herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Ayrıca devamsızlık ile ilgili çalışmaların daha çok ilköğretim ve ortaöğretim öğrencileri üzerinde yoğunlaştığı; yükseköğretim öğrencileri üzerinde yapılan çalışmaların kısıtlı olduğu görülmektedir. Bu hususta yapılan bu çalışmanın literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Mental İyi Oluş (Psikolojik İyi Oluş)

Mental iyi oluş Dünya Sağlık Örgütü tarafından, “bireyin kendi yeteneklerinin bilincinde olması, yaşamında var olan stres ile baş edebilmesi, iş hayatında üretken ve verimli olabilmesi ve yetenekleri doğrultusunda topluma fayda sağlaması” şeklinde tanımlanmaktadır. Yapılan bu tanım incelendiğinde ruh sağlığı yerinde olan bir kişinin, herhangi bir psikolojik rahatsızlığının bulunmamasının yeterli olmadığı, daha ziyade işlevsel

olabilmesinin altının çizildiği görülmektedir. Bu doğrultuda da pozitif psikoloji alanında çalışan bilim insanları, Dünya Sağlık Örgütü'nün yapmış olduğu tanımdan hareketle mental iyi oluş (psikolojik iyi oluş) kavramını ileri sürmüşlerdir (Demirtaş & Baytemir, 2019: 656; Kaya & Küçük, 2017: 23; Keldal, 2015: 104).

Psikolojik iyi oluş; hedonik ve eudaimonik yaklaşım olmak üzere iki şekilde ele alınmaktadır (Çankır & Çelik, 2018: 59; Demirtaş, Baytemir & Güllü, 2018: 318; Gönener, Öztürk & Yılmaz, 2017: 46; İlğan ve ark., 2015: 470; İşgör, 2017: 495; Kuyumcu, 2011: 104; Kuyumcu, 2012: 65; Meral & Bahar, 2016: 1119; Sarı & Çakır, 2016: 223). Hedonik yaklaşım; öznel iyi oluş olarak ifade edilmekte ve kişinin olumlu duyguları daha çok, olumsuz duyguları daha az yaşaması ve yaşam doyumunun yüksek olması şeklinde tanımlanmaktadır. Öznel iyi oluşun daha çok mutluluk üzerine odaklandığını söylemek mümkündür. Eudaimonik yaklaşım ise; kişinin kendini kabul etmesi ve özgürce yönetmesi, diğer insanlarla sağlıklı iletişim kurması, yaşamda anlam ve amaç bulması, çevresel imkanlardan yararlanarak kendi gelişimini sağlamasına odaklanmaktadır (Gönener, Öztürk & Yılmaz, 2017: 46; Kanbur & Kanbur, 2018: 244; Keldal, 2015: 104; Söner & Yılmaz, 2018: 61).

Psikolojik iyi oluş konusunda üzerinde daha çok durulan yaklaşımın hedonik yaklaşım olduğunu söylemek mümkündür. Hedonik yaklaşımın adı, Kahneman, Diener ve Schwarz'a ait "Well-being: The Foundations of Hedonic Psychology" (1999) isimli kitapta iyi oluş ve hedonik kavramların benzer anlamlarda kullanılmasına dayanmaktadır. Bu yaklaşım öznel iyi oluş, duygusal iyi oluş ya da mutluluk şeklinde de ifade edilmektedir (Ulu, 2018: 186). Hedonik yaklaşım, yaşamdaki temel amaç olarak acıdan kaçınma ve haz arayışında olma şeklinde tanımlanabilecek hedonist felsefenin bir uzantısıdır ve mutluluk ve iyi oluş konusunda yaratıcının değil de kişilerin kendisinin söz sahibi olması gerektiği inancı üzerine kurulmuştur (Gallagher, 2009: 1031).

Eudaimonik yaklaşım; iyi oluşun insan potansiyelinin gerçekleştirilmesine bağlı olduğunu, mutluluğun ve iyi bir yaşamın sadece iyi hissetmeye bağlı olmadığını, hayatta zevk ve tatmin duygularından fazlası olması gerektiğini, gerçek mutluluğun erdemli davranışlar sergilemeye ve sadece yapmaya değecek olan davranışların yapılmasına bağlı olduğunu ifade etmektedir (Hefferon & Boniwell, 2011: 77). Eudaimonik yaklaşım, hayatın temel amacının gerçek benlik olduğunu ve mutluluğun erdemli bir yaşam sürdürülmesiyle elde edilebileceğini belirten Aristo felsefi geleneğinin bir uzantısıdır (Demirci & Şar, 2017: 2712; Ryan & Deci, 2001: 145; Ryff & Singer, 2008: 13; Ryff, 2014: 11; Waterman, 1993: 678). Bu yaklaşım Maslow'un *kendini gerçekleştirme* kavramı, Rogers'in *tam işlevsel birey*

görüşü, Jung'un *bireyleşme* ve Allport'un *olgunlaşma* kavramları ile Erikson'un *psikolojik aşama modeli*, Buhler'in *temel yaşam eğilimleri* görüşü, Neugarten'in *yetişkinlik ve yaşlılıkta kişilik değişimi*, Jahoda'nın *zihinsel sağlık için olumlu kriterler* açıklamaları temel alınarak Ryff tarafından pozitif faaliyetler için bütüncül bir yaklaşım ortaya koymak adına geliştirilmiştir (Ryff, 1989: 1070).

Yapılan çalışmalar incelendiğinde psikolojik iyi oluş düzeyi yüksek olan kişilerin, psikolojik ve fiziksel sağlıklarının daha iyi ve yaşam kalitelerinin daha yüksek olduğu belirtilmektedir. Ayrıca psikolojik iyi oluş düzeyi yüksek kişilerin daha yaratıcı oldukları, bağışıklık sistemlerinin daha iyi olduğu, diğer insanlarla daha rahat ilişki kurabildikleri, daha uzun süre yaşadıkları ve iş yerinde daha verimli çalışabildikleri (Kanbur & Kanbur, 2018: 244; Keldal, 2015: 104; Lyubomirsky, King & Diener, 2005; Söner & Yılmaz, 2018: 61-62), daha sağlıklı beslendikleri, diyabet, hipertansiyon gibi hastalıklara daha az sahip oldukları (Kermen, Tosun & Doğan, 2016: 21) tespit edilmiştir. Aynı zamanda psikolojik iyi oluş düzeyi yüksek olan kişiler yaşamın anlamlı ve bir amaca bağlı olduğunu düşünmektedirler. Kendi kararlarını özgürce verebilmekte, kendi davranışlarını sergilerken sosyal baskı hissetmemekte, psikolojik, kişisel ve fiziksel gereksinimlerini karşılarken çevreye uyum sağlayabilmekte ve psikolojik olarak kendilerini iyi hissetmek için kendilerini geliştirmelerinin önemli olduğunu düşünmektedirler (Kaya, 2018: 64).

Devamsızlık Tutumu

Devamsızlık davranışı eğitim sisteminin başta gelen sorunlarından bir tanesidir (Gömleksiz & Özdaş, 2013: 107). Alanyazın incelendiğinde genel olarak devamsızlık; uzun süreli ya da belirli dönemlerde okula hiç gitmeme ve gün içinde bazı derslere veya hiçbir derse girmeme şeklinde tanımlanmaktadır (Aküzüm, Yavaş, Tan & Uçar, 2015: 169; Demirutku & Tekinay, 2016: 505-506). Mevcut çalışmalar incelendiğinde bu tanıma benzer olarak; dersleri düzenli olarak takip etmeme, herhangi bir yasal mazeret olmadığı halde okulda bulunmama, hastalık ve kaza gibi önemli gerekçeler dışında okulda bulunmama, izinsiz olarak okuldan uzaklaşma şeklinde de ifade edilmektedir (Akdemir, 2019: 395; Özkan, 2018: 54).

Devamsızlık davranışının tek bir nedeni bulunmamaktadır (Hoşgörür & Polat, 2015: 26). Öğrencilerin devamsızlık davranışları farklı sebeplerden kaynaklanmaktadır. Kişisel nedenler, ailevi nedenler, sağlıkla ilgili nedenler, okul iklimi, öğretmen ile ilişkilerden kaynaklı nedenler, maddi imkansızlıklar vb. devamsızlık davranışı sergilemenin sebeplerine örnek olarak gösterilebilir (Altınkurt, 2008: 130; Dağ, 2018: 176; Dalgılıç & Aydın, 2017: 547; Gül, Kıran & Nasirsi, 2016: 926; Gömleksiz & Özdaş,

2013: 108; Kula & Yıldız, 2014: 252; Sarıdere & Arslan, 2017: 343; Şanlı, Altun & Tan, 2015: 163; Usta, Şimşek & Uğurlu, 2014: 183; Şimşek, Uğurlu & Usta, 2016: 299).

Derse devamsızlık davranışının öğrenciler için olumsuz sonuçlar meydana getirdiğini söylemek mümkündür (Demirutku & Tekinay, 2016: 505). Çünkü devamsızlık davranışı öğrencilerin eğitimlerini devam ettirmelerine, ilerlemelerine, başarı elde edebilmelerine, iyi bir meslek sahibi olabilmelerine, toplumda iyi bir konumda olabilmelerine ve kendi öz saygılarının gelişmesine zarar verebilecek bir davranış olarak ifade edilmektedir (Önder, 2017: 362; Sağlam & Dönmez, 2016: 4). Bu yüzden öğrencilerin devamsızlık nedenlerinin araştırılması ve tespit edilmesi konusu önem arz etmektedir (Dalgılıç & Aydın, 2017: 547).

Devamsızlığın okul başarısını önemli ölçüde etkilediğini söylemek mümkündür. Devamsızlık nedenlerinin tespit edilmesi ve önlenmesi hususundaki öneri ve uygulamaların eğitim sisteminin niteliğinin ve kalitesinin artmasına katkıda bulunacağı ifade edilebilir. Devamsızlık nedenlerinin ortadan kaldırılması ile okulların toplumun ilerlemesi ve gelişmesi konusundaki rolü daha önemli hale gelecek ve sistemin nitelikli çıktılar ortaya koymasına katkı sağlayacaktır (Sarıdere & Arslan, 2017: 344).

Her sene çok sayıda öğrenci üniversiteye başlamaktadır. Gençlerin üniversite öğrenimleri boyunca birçok sorunla karşı karşıya kaldıklarını söylemek mümkündür. Bu sorunlardan bazıları şunlardır; ailesinin yanından ayrılıp geldiği üniversite ortamına adapte olma, kendi kararlarını alırken sorumluluk almak ve bunun sonuçlarını üstlenmek, beslenme ve barınma gibi temel ihtiyaçları karşılayabilmek, derslerde başarılı olabilmek. Bu ve benzeri sorunların üstesinden gelemeyen öğrencilerde depresif eğilim, davranış bozukluğu, başarısızlık, kişiler ile ilişki ve uyum sorunu gibi psikolojik sorunlarla karşılaşılmaktadır (Koç ve Polat, 2006: 3). Oysa ki üniversite dönemi, öğrencilerin geleceğe ilişkin kariyer planlaması yapması hususunda önemli bir süreci ifade etmektedir. Üniversite öğrencilerinin kariyer planlaması esnasında kendi yetkinliklerini nasıl değerlendirdikleri, planlamış oldukları kariyerin kendilerine ne gibi sonuçlar getireceğine ilişkin beklentileri onların mevcut ve gelecekteki sağlık durumlarını ve psikolojik iyi oluşlarını etkileyebilmektedir (Gönener, Öztürk & Yılmaz, 2017: 47).

Araştırma Yöntemi

Bu araştırmada; turizm eğitimi alan öğrencilerin mental iyi oluş ve devamsızlık tutumları arasındaki ilişki belirlenmeye çalışılmıştır. Çalışma grubu olarak Kırklareli Üniversitesi'nde lisans düzeyinde turizm eğitimi alan öğrenciler seçilmiştir. Bu araştırmada turizm eğitimi alan öğrencilerin

mental iyi oluş durumları ve devamsızlık tutumları ortaya konulmaya çalışılmıştır. Bu doğrultuda çalışmanın hipotezleri aşağıda sıralanmaktadır.

H^1= Turizm öğrencilerinin demografik özellikleri ile mental iyi oluşları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H^2=Turizm öğrencilerinin demografik özellikleri ile devamsızlık tutumu arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H^3= Mental iyi oluş ölçeğinin alt boyutları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H^4= Devamsızlık tutumu ölçeğinin alt boyutları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H^5=Turizm öğrencilerinin mental iyi oluş ve devamsızlık tutumları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Bu araştırmanın evrenini 315 lisans düzeyinde turizm eğitimi alan öğrenciler oluşturmaktadır. Elde edilen sayılar son dört yıla ait ÖSYS Yükseköğretim Programları ve Kontenjanları Kılavuzları ve birimin öğrenci işlerinden öğrenci sayıları alınarak belirlenmiştir. Araştırma anketinin birinci bölümünde katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik ifadeler, ikinci bölümde Keldal (2015) tarafından Türkçe'ye uyarlaması yapılan tek boyut 14 ifadeden oluşan Warwick-Edinburgh mental iyi oluş ölçeği ve Usta, Uğurlu & Şimşek (2016) tarafından geliştirilen 3 boyut 19 ifadeden oluşan devamsızlık tutum ölçeği bulunmaktadır.

Araştırmada kullanılan anket formunun yapısal geçerliliğini test etmek amacıyla katılımcılara 2018 yılının Mart-Mayıs aylarında uygulanmıştır. Toplamda 238 öğrenciye ulaşılmış ve elde edilen veriler SPSS 21.0 paket programı ile analiz edilmiştir. Araştırmada frekans analizleri, korelasyon analizi, bağımsız grup t testi, güvenilirlik analizleri, basit doğrusal regresyon analizi ve faktör analizi kullanılmıştır.

Bulgular ve Yorumlar

Turizm eğitimi alan ve araştırmaya katılan öğrencilerin %60,9'u erkeklerden, %39,1'i kadınlardan oluşmaktadır. Araştırmaya katılanların yaş aralıklarına bakıldığında %64,3'ü 20-22 yaş ve %35,7'si 23 yaş ve üzerindedir. %5,9'u 1. sınıf, %8,8'i 2. sınıf, %40,8'i 3. sınıf ve %44,5'i 4.sınıf öğrencilerden meydana gelmektedir. Araştırmaya katılanların %70,6'sı I. öğretim iken %29,4'ü II. öğretim öğrencilerden oluşmaktadır.

Tablo 1. *Demografik Özellikler İle Mental İyi Oluş Ölçeği Arasındaki Farklılık Analizleri*

		Mental İyi Oluş Ölçeği					
		n		SS	t/F	p	Fark
Cinsiyet	Erkek	145	3,92	,720	-,715	,475	Yok
	Kadın	93	3,98	,443			
Yaş	20-22	153	3,92	,569	-,571	,569	Yok
	23 ve üzeri	85	3,97	,721			
Öğretim Programı	I. Öğretim	168	3,94	,630	-,171	,864	Yok
	II. Öğretim	70	3,93	,621			
Sınıf	1.sınıf	14	3,93	,503	1,065	,365	Yok
	2.sınıf	21	3,83	,496			
	3.sınıf	97	4,02	,460			
	4.sınıf	106	3,89	,776			

Yukarıdaki Tablo 1'de demografik özellikler ile mental iyi oluş ölçeği arasında yapılan analiz sonuçlarına göre; turizm eğitimi alan öğrencilerin cinsiyet, yaş, öğretim programı ve sınıf değişkenleri açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Bu nedenle H1 hipotezi reddedilmiştir.

Aşağıdaki Tablo 2'de demografik özellikler ile devamsızlık tutum ölçeği arasında yapılan analiz sonuçlarına göre; turizm eğitimi alan öğrencilerin cinsiyet, yaş, öğretim programı ve sınıf değişkenleri açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık saptanamamıştır. Bu nedenle H2 hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 2. *Demografik Özellikler İle Devamsızlık Tutum Ölçeği Arasındaki Farklılık Analizleri*

		Devamsızlık Tutum Ölçeği					
		n		SS	t/F	p	Fark
Cinsiyet	Erkek	145	3,46	,536	-,748	,455	Yok
	Kadın	93	3,41	,354			
Yaş	20-22	153	3,43	,455	-,460	,646	Yok
	23 ve üzeri	85	3,46	,505			
Öğretim Programı	I. Öğretim	168	3,44	,488	,207	,836	Yok
	II. Öğretim	70	3,43	,439			
Sınıf	1.sınıf	14	3,33	,421	,358	,365	Yok
	2.sınıf	21	3,47	,649			
	3.sınıf	97	3,43	,482			
	4.sınıf	106	3,44	,434			

Mental iyi oluş ölçeğinin alt boyutları arasındaki ilişkinin tespit edilmesi ve H3 hipotezinin sınanması için korelasyon analizi yapılmıştır. Korelasyon analizi sonucunda alt boyutlar arasında ,878 ve ,920 β (beta) katsayıları elde edilmiştir. Bu katsayılar 0,01 düzeyinde çift taraflı öneme sahiptir ve boyutlar arasında pozitif yönlü güçlü ve anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Test edilen H3 hipotezi kabul edilmiştir.

Aşağıdaki Tablo 3'te mental iyi oluş ölçeğine ilişkin faktör analizi sonuçlarına, ifade ortalamalarına ve ifade standart sapmalarına yer verilmektedir. Mental iyi oluş ölçeği orjinalinden farklı olarak iki boyut altında toplanmıştır. Bu nedenle elde edilen boyutlarda toplanan ifadeler incelenerek çevresel boyut ve kişisel boyut olarak yeniden isimlendirilmiştir.

Elde edilen sonuçlara göre araştırmaya katılanların mental iyi oluş seviyelerinin iyi düzeyde olduğu belirlenmiştir. En yüksek ortalamaya sahip olan ($\bar{x}$4,47) "Kendi kararlarımı kendim verebiliyorum." ve en düşük ortalamaya sahip olan ($\bar{x}$3,17) ise "Kendimi rahatlamış hissediyorum." ifadesi olarak belirlenmiştir. En yüksek ortalama değerine sahip olan ($\bar{x}$4,14) kişisel boyut olduğu ortaya çıkarılmıştır.

Araştırmada güvenilirlik değerleri Cronbach Alpha katsayısı ile hesaplanmıştır. Mental iyi oluş ölçeğinin Cronbach Alpha değeri ,896 olarak tespit edilmiştir. Kullanılan ölçeğin iç tutarlılık düzeyinin iyi olduğu belirlenmiştir (Seçer, 2015: 219). Çevresel (α=,857) ve Kişisel (α=,841) boyutlarının güvenilirlik değerleri yeterli seviyededir.

Araştırmada yapı geçerliliğinin sağlanması için mental iyi oluş ölçeğine açıklayıcı faktör analizi (AFA) yapılmıştır. Ölçek orjinalinden farklı olmakla birlikte 2 boyutlu bir yapı göstermiştir. AFA sonucunda; KMO değeri= ,886, Bartlett Testi= 1456,292, df= 91, p<, 000 olarak belirlenmiştir. Mental iyi oluş ölçeğinin toplam açıklanan varyans değeri %53,948 olarak tespit edilmiştir.

Tablo 3. *Mental İyi Oluş Ölçeği Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları*

Mental İyi Oluş Ölçek İfadeleri	Çevresel	Kişisel	Ortak Varyans		S.S.
MİO İfade 1	,787		,647	3,56	1,198
MİO İfade 9	,732		,580	3,69	1,064
MİO İfade 3	,730		,540	3,17	1,060
MİO İfade 14	,703		,550	3,80	1,085
MİO İfade 2	,658		,539	4,05	,926
MİO İfade 12	,612		,529	4,05	,961

MİO İfade 4	608		,450	3,80	,970
MİO İfade 10		,805	,697	4,28	,834
MİO İfade 6		,789	,660	4,04	,870
MİO İfade 7		,729	,549	4,15	,907
MİO İfade 11		,706	,521	4,47	,761
MİO İfade 8		,573	,495	3,92	,942
MİO İfade 13		,559	,394	4,30	,838
MİO İfade 5		,537	,401	3,86	,965
Cronbach Alpha (Boyut)	,857	,841			
Cronbach Alpha (Ölçek)	,896				
Özdeğer	6,022	1,531			
Açıklanan Varyansın %	43,011	10,937			
Top. Açıklanan Varyans%	27,485	26,463			
Top. Açık. Varyans Ölçek%	**53,948**				
Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Ölçümü				,886	
Bartlett Küresellik Testi		Yaklaşık Ki-kare		1456,292	
	df			91	
	Sig.(Anlamlılık)			,000	

Devamsızlık tutum ölçeğinin alt boyutları arasındaki ilişkinin tespit edilmesi ve H4 hipotezinin sınanması için korelasyon analizi yapılmıştır. Korelasyon analizi sonucunda alt boyutlar arasında ,136 ,634 ve ,831 β (beta) katsayıları elde edilmiştir. Bu katsayılar 0,01 düzeyinde çift taraflı öneme sahiptir ve boyutlar arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Test edilen H4 hipotezi kabul edilmiştir.

Aşağıdaki Tablo 4'te devamsızlık tutum ölçeğine ilişkin faktör analizi sonuçlarına, ifade ortalamalarına ve ifade standart sapmalarına yer verilmektedir. Devamsızlık tutum ölçeği orjinal yapıda olduğu gibi üç boyut altında toplanmıştır. Sorumluluk boyutunun birinci ifadesi faktör yükünün ,50 altında kalması nedeniyle analize dahil edilmemiştir.

Tablo 4. *Devamsızlık Tutum Ölçeği Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları*

Devamsızlık Tutum Ölçeği İfadeleri	Gerek-lilik	Yüküm-lülük	Sorum-luluk	Ortak Varyans		S.S.
GER İfade 5	,694			,536	2,22	1,337
GER İfade 6	,687			,497	3,73	1,204
GER İfade 2	,662			,637	3,95	1,137
GER İfade 4	,651			,542	4,23	,930
GER İfade 3	,591			,634	3,60	1,181
GER İfade 1	,582			,525	3,91	1,212
YÜK İfade 5		,793		,663	3,34	1,133
YÜK İfade 4		,772		,705	3,44	1,303
YÜK İfade 2		,610		,490	3,39	1,412
YÜK İfade 6		,609		,623	3,59	1,281
YÜK İfade 3		,553		,300	3,63	2,399
YÜK İfade 1		,520		,456	3,66	1,313
SOR İfade 4			,851	,773	2,89	1,527
SOR İfade 7			,784	,696	3,17	1,501
SOR İfade 6			,732	,683	3,21	1,450
SOR İfade 5			,718	,639	2,92	1,386
SOR İfade 2			,648	,430	3,05	1,249
SOR İfade 3			,564	,571	3,27	1,462
Cronbach Alpha (Boyut)	,780	,803	,721			
Cronbach Alpha (Ölçek)	,761					
Özdeğer	7,225	1,932	1,241			
Açıklanan Varyansın %	40,140	10,734	6,895			
Top. Açıklanan Varyans%	21,456	18,446	17,868			
Top. Açık. Varyans Ölçek%	57,769					
Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Ölçümü				,891		
Bartlett Küresellik Testi		Yaklaşık Ki-kare		2107,739		
	df		153			
	Sig.(Anlamlılık)		,000			

Elde edilen sonuçlara göre araştırmaya katılanların devamsızlık tutum seviyelerinin (x̄3,40) orta düzeyde olduğu belirlenmiştir. En yüksek ortalamaya sahip olan (x̄4,23) " Önemli bir sorunum yoksa derse devam ederim." ve en düşük ortalamaya sahip olan (x̄2,22) ise " Her fırsatta devamsızlık yaparım." ifadesi olarak belirlenmiştir. En yüksek ortalama değerine sahip olan (x̄3,60) gereklilik boyutu olduğu ortaya çıkarılmıştır.

Araştırmada güvenilirlik değerleri Cronbach Alpha katsayısı ile hesaplanmıştır. Devamsızlık tutum ölçeğinin Cronbach Alpha değeri ,761 olarak tespit edilmiştir. Kullanılan ölçeğin iç tutarlılık düzeyinin orta olduğu belirlenmiştir (Seçer, 2015: 219). Gereklilik (α=,780), Yükümlülük (α=,803) ve Sorumluluk (α=,721) boyutlarının güvenilirlik değerleri yeterli düzeydedir.

Araştırmada yapı geçerliliğinin sağlanması için devamsızlık tutum ölçeğine açıklayıcı faktör analizi (AFA) yapılmıştır. Ölçek orjinaline uygun bir şekilde 3 boyutlu bir yapı göstermiştir. AFA sonucunda; KMO değeri= ,891, Bartlett Testi= 2107,739, df= 153, p<, 000 olarak belirlenmiştir. Devamsızlık tutum ölçeğinin toplam açıklanan varyans değeri %57,769 olarak tespit edilmiştir.

Tablo 5. *Çevresel Boyut İle Mental İyi Oluş Ölçeğine İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları*

MİO	β	*t*	Sig.	F	p	R^2
Sabit		14,111	,000	1301,669	,000	,847
Çevresel	,920	36,079	,000			

Tablo 5'te çevresel boyutun mental iyi oluş ölçeğindeki değişimi açıklama oranı %.847'dir. Çevresel boyut ve mental iyi oluş ölçeği arasında .05 anlamlılık düzeyinde pozitif yönlü güçlü bir ilişki (β=,920; t= 36,079; p= .000<,05) tespit edilmiştir.

Tablo 6. *Kişisel Boyut İle Mental İyi Oluş Ölçeğine İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları*

MİO	β	*t*	Sig.	F	p	R^2
Sabit		2,260	,025	797,141	,000	,772
Kişisel	,878	28,234	,000			

Tablo 6'da kişisel boyutun mental iyi oluş ölçeğindeki değişimi açıklama oranı %.772'dir. Kişisel boyut ve mental iyi oluş ölçeği arasında .05 anlamlılık düzeyinde pozitif yönlü güçlü bir ilişki (β=,878; t= 28,234; p= .000<,05) tespit edilmiştir.

Tablo 7. *Sorumluluk Boyutu İle Devamsızlık Tutum Ölçeğine İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları*

DT	β	*t*	Sig.	F	p	R^2
Sabit		27,436	,000	4,452	,036	,019
Sorumluluk	,136	2,110	,036			

Tablo 7'de sorumluluk boyutunun devamsızlık tutum ölçeğindeki değişimi açıklama oranı %.019'dur. Sorumluluk boyutu ve devamsızlık tutum ölçeği arasında .05 anlamlılık düzeyinde pozitif yönlü zayıf bir ilişki (β=,136; t=2,110; p= .036<,05) tespit edilmiştir.

Tablo 8. *Gereklilik Boyutu İle Devamsızlık Tutum Ölçeğine İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları*

DT	β	*t*	Sig.	F	p	R^2
Sabit		12,622	,000	158,645	,000	,402
Gereklilik	,634	12,595	,000			

Tablo 8'de gereklilik boyutunun devamsızlık tutum ölçeğindeki değişimi açıklama oranı %.402'dir. Gereklilik boyutu ve devamsızlık tutum ölçeği arasında .05 anlamlılık düzeyinde pozitif yönlü güçlü bir ilişki (β=,634; t=12,595; p=.000<,05) tespit edilmiştir.

Tablo 9. *Yükümlülük Boyutu İle Devamsızlık Tutum Ölçeğine İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları*

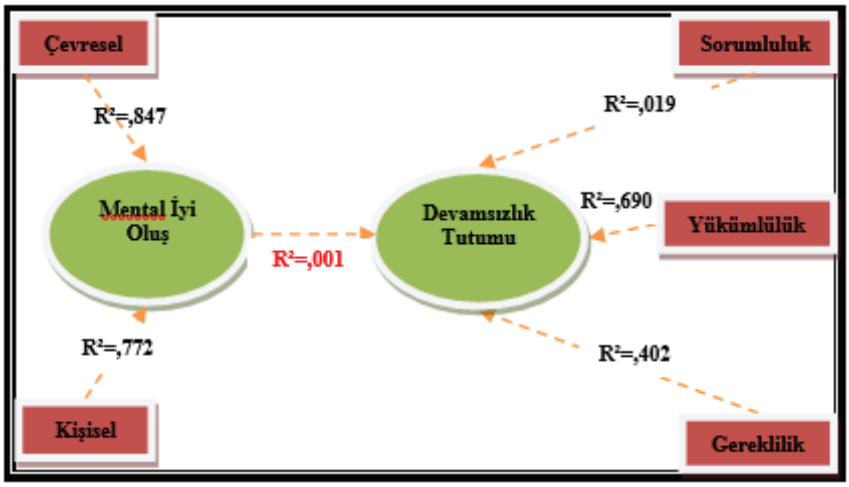
DT	β	*t*	Sig.	F	p	R^2
Sabit		35,706	,000	526,387	,000	,690
Yükümlülük	,831	22,943	,000			

Tablo 9'da yükümlülük boyutunun devamsızlık tutum ölçeğindeki değişimi açıklama oranı %.690'tır. Yükümlülük boyutu ve devamsızlık tutum ölçeği arasında .05 anlamlılık düzeyinde pozitif yönlü güçlü bir ilişki (β=,831; t= 22,943; p= .000<,05) tespit edilmiştir.

Tablo 10. *Mental İyi Oluş Ölçeği İle Devamsızlık Tutum Ölçeğine İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları*

	β	*t*	Sig.	F	p	R^2
Sabit		12,627	,000	,308	,580	,001
Devamsızlık Tutumu	,036	,555	,580			

Tablo 10'da mental iyi oluş ölçeğinin devamsızlık tutum ölçeğindeki değişimi açıklama oranı %.001'dır. Mental iyi oluş ve devamsızlık tutum ölçeği arasında .05 anlamlılık düzeyinde anlamlı bir ilişki (β=,036; t=,555; p=.580<,05) tespit edilememiştir. Bu nedenle H5 hipotezi reddedilmiştir.



Şekil 1. *Araştırmanın Sonuç Modeli*

SONUÇ VE ÖNERİLER

Araştırmada kullanılan mental iyi oluş ve devamsızlık tutum ölçeklerinde herhangi bir değişiklik yapılmadan orjinal forma sadık kalınarak uygulanmıştır. Sadece mental iyi oluş ölçeği iki boyutlu bir yapı sergilemiştir. Devamsızlık tutum ölçeğinden sadece bir ifade çıkarılarak analizler gerçekleştirilmiştir. Araştırma Kırklareli Üniversitesi Turizm Fakültesi ile sınırlandırılmıştır. Bunun temel sebebi devamsızlık konusunda öğrencilerin sorun yaşamalarının gözlemlenmesidir. Neden devamsızlık yaptıkları ve bunun mental iyi oluş durumlarıyla ilgili olup olmadığı belirlenmeye çalışılmıştır.

Kırklareli Üniversitesi Turizm Fakültesi'nde yapılan araştırmanın sonuçlarına göre; mental iyi oluş seviyeleri (x̄3,93) iyi olarak tespit edilmiştir. Araştırmaya katılan öğrenciler kendilerini psikolojik açıdan iyi olarak tanımlamaktadırlar. Kendilerine güvendiklerini, açık ve net bir şekilde düşünebildiklerini, kendilerinden memnun olduklarını, yeni şeylere karşı ilgili olduklarını, çevreleri tarafından sevildiklerini, farklı işlere zaman ayırabilme enerjilerinin olduğunu ve kendilerini yararlı, faydalı kişiler olarak değerlendirdikleri tespit edilmiştir. Yukarıda sıralanan ifadelerin ortalama değerleri (x̄4,00) ve üzerindedir. Devamsızlık tutum seviyeleri

($\bar{x}$3,40) orta olarak saptanmıştır. Devamsızlık yapma durumlarını ne gereklilik ($\bar{x}$3,60), ne sorumluluk ($\bar{x}$3,08) ne de yükümlülük ($\bar{x}$3,50) olarak değerlendirmektedirler. Nerdeyse bütün ifadelere biraz katıldıklarını ifade etmişlerdir. Önemli bir sorunları yoksa derse devam ettiklerini belirtmişlerdir. Bu ifadenin ortalaması ($\bar{x}$4,23) olarak tespit edilmiştir. Her fırsatta devamsızlık yaparım ifadesi ölçek içerisinde en düşük ($\bar{x}$2,22) ortalamaya sahiptir. Her fırsatta devamsızlık yapmadıklarını belirtmişlerdir. Ancak elde edilen bu sonuç dönem içerisinde gerçekleşen devamsızlık tutumuyla tezat oluşturmaktadır. Devamsızlık tutumu ile ilgili olarak yöneltilen ifadelere genellikle ortalama cevaplar verdikleri ortaya çıkarılmıştır.

Mental iyi oluş ölçeği alt boyutları ve devamsızlık tutum ölçeği alt boyutları arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla yapılan korelasyon analizi sonuçlarına göre; aralarında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Araştırmada alt boyutların ölçek üzerindeki etkisinin belirlenmesi ve en etkili alt boyutun hangisi olduğunu belirlemek için basit doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre; mental iyi oluş ölçeğinde en etkili boyutun çevresel boyut olduğu, devamsızlık tutum ölçeğinde ise yükümlülük boyutu olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Çevresel boyut, mental iyi oluş ölçeğinde meydana gelen değişimin %84,7'sini açıklamaktadır. Yükümlülük boyutunun devamsızlık tutum ölçeğinde meydana gelen değişimin %69'unu açıkladığı ortaya çıkarılmıştır. Mental iyi oluş ve devamsızlık tutumu arasındaki ilişkinin belirlenmesi, mental iyi oluşun devamsızlık tutumuna etkisinin olup olmadığının tespit edilmesi için basit doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Ancak iki ölçek arasında istatistikî açıdan anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir.

Turizm eğitimi alan öğrencilerin devamsızlık tutumları üzerinde etkili olan faktörlerin belirlenmesi için farklı değişkenler dahil edilerek araştırma genişletilerek yapılabilir. Araştırma sonuçları Kırklareli Üniversitesi ile sınırlıdır. Daha sonra yapılacak araştırmalara diğer üniversiteler dahil edilerek sonuçlar genellenebilir. Araştırmanın sonuçları fakülte yönetimi ile paylaşılabilir ve sorunların giderilmesi için önlemler alınabilir. Turizm fakültelerinde bulunan turizm işletmeciliği, turizm rehberliği, gastronomi ve mutfak sanatları ve rekreasyon yönetimi bölümleri araştırmaya dahil edilerek karşılaştırma yapılabilir. Böylelikle mental iyi oluş seviyelerinin ve devamsızlık tutumlarının farklı olup olmadığı tespit edilebilir.

KAYNAKÇA

Akdağ, F. G. ve Çankaya, Z. C. (2015). Evli bireylerde psikolojik iyi oluşun yordanması. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 11 (3), 646-662.

Akdemir, Ö. A. (2019). Öğretmen adaylarının okul yaşam kalitesine ilişkin algıları ile devamsızlığa yönelik tutumları arasındaki ilişki. *Atatürk* Üniversitesi Sosyal *Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23 (1), 393-406.

Aküzüm, C., Yavaş, T., Tan, Ç. ve Uçar, B. (2015). İlköğretim kurumu öğrencilerinin devamsızlık ve okul terki nedenleri. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8 (2), 167-192.

Altınkurt, Y. (2008). Öğrenci devamsızlıklarının nedenleri ve devamsızlığın akademik başarıya olan etkisi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20, 129- 142.

Ateş, B. (2016). Üniversite öğrencilerinde akademik başarının yordayıcısı olarak psikolojik iyi oluş ve sosyal yetkinlik. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 15 (59), 1203-1214.

Aydın, A., Kahraman, N. ve Hiçdurmaz, D. (2017). Hemşirelik öğrencilerinin algılanan sosyal destek ve psikolojik iyi olma düzeylerinin belirlenmesi. *Psikiyatri Hemşireliği Dergisi*, 8 (1), 40-47.

Baş, A. U., Soysal, F. S. Ö. ve Aysan, F. (2016). Üniversite öğrencilerinde problemli internet kullanımının psikolojik iyi oluş ve sosyal destek ile ilişkisi. İnsan ve Toplum Bilimleri Dergisi, 5 (4), 1035-1046.

Başar, S. ve Sarı, İ. (2018). Düzenli egzersizin depresyon, mutluluk ve psikolojik iyi oluş üzerine etkisi. İnönü Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi, 5 (3), 25-34.

Çankır, B. ve Çelik, D. S. (2018). Çalışan performansı ve mali performans: pozitif ses çıkarma, psikolojik iyi oluş ve çalışmaya tutkunluk ile ilişkileri ve otel işletmeleri örneği. İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 5 (2), 54-67.

Çelik, Ç. B. (2018). Bağlanma stilleri, psikolojik iyi oluş ve sosyal güvende hissetme: aralarındaki ilişki ne?. *Bayburt Eğitim Fakültesi Dergisi*, 13 (25), 27-40.

Dağ, A. (2018). Okul sosyal hizmeti bağlamında ilkokul ortaokul ve lise öğrencilerinin devamsızlık problemleri. *Akademik Hassasiyetler*, 5 (9), 171-194.

Dağlı, M. Ç. ve Gündüz, B. (2017). Üniversite öğrencilerinde yalnızlık ve psikolojik iyi oluş ilişkisinde problemli internet kullanımının aracı rolü. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 44, 339-357.

Dalgılıç, F. ve Aydın, Ö. (2017). Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi öğrencilerinin devamsızlık davranışlarını etkileyen faktörler. *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*, 7 (3), 546-553.

Demirci, İ. ve Şar, A. H. (2017). Kendini bilme ve psikolojik iyi oluş arasındaki ilişkinin incelenmesi. İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi, 6 (5), 2710-2728.

Demirtaş, A. S. ve Baytemir, K. (2019). Warwick-Edinburgh mental iyi oluş ölçeği kısa formunun Türkçe'ye uyarlanması: geçerlik ve güvenirlik çalışması. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 18 (70), 654-666.

Demirtaş, A. S., Baytemir, K. ve Güllü, A. (2018). Pedagojik formasyon öğrencilerinde umut ve mental iyi oluş: yapılandırmacı düşünmenin aracı rolü. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 14 (1), 317-331.

Demirutku, K. ve Tekinay, S. (2016). Beşeri değerler ile devamsızlık tutumları ve gerekçeleri arasındaki ilişkiler. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 31 (3), 505-519.

Deniz, M. E., Erus, S. M. ve Büyükcebeci, A. (2017). Bilinçli farkındalık ile psikolojik iyi oluş ilişkisinde duygusal zekanın aracılık rolü. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 7 (47), 17-31.

Doğan, U., Kaya, S. ve Eren, D. (2016). Lise öğrencilerinin risk alma davranışlarının yaşam doyumu ve psikolojik iyi oluş değişkenleri ile ilişkisi. *Turkish Studies*, 11 (3), 953-964.

Ersöz, G. (2017). The role of university students' general sel-efficacy, depression and psychological well-being in predicting their exercise behavior. *Journal of Education and Training Studies*, 5 (3), 110-117.

Gallagher, M. W. (2009). Well-Being. *The Encyclopedia of Positive Psychology*, In S. J. Lopez. (pp.1030-1031). Singapore: Wiley-Blackwell.

Geçgin, F. M. ve Sahranç, Ü. (2017). Belirsizliğe tahammülsüzlük ile psikolojik iyi oluş arasındaki ilişki. *Sakarya University Journal of Education*, 7 (4), 739-755.

Göcen, G. (2013). Pozitif psikoloji düzleminde psikolojik iyi olma ve dini yönelim ilişkisi: yetişkinler üzerine bir araştırma. *Toplum Bilimleri Dergisi*, 7 (13), 97-130.

Gömleksiz, M. N. ve Özdaş, F. (2013). Öğrenci devamsızlıklarının eğitim denetmenlerinin görüşlerine göre değerlendirilmesi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 12 (47), 106-124.

Gönener, A., Öztürk, A. ve Yılmaz, O. (2017). Kocaeli Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi öğrencilerinin mental (psikolojik) iyi olma düzeylerinin mutluluk düzeylerine etkisi. *Sportif Bakış: Spor ve Eğitim Bilimleri Dergisi*, 4 (1), 44-55.

Gül, S., Kıran, Ö. ve Nasirsi, H. (2016). Ortaöğretim (lise) öğrencilerinin devamsızlık nedenleri ve yeni orta öğretim kurumları yönetmeliğinin öğrenci devamsızlıkları üzerindeki etkileri (Atakum ilçesi örneği). *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9 (44), 925-933.

Hefferon, K. and Boniwell, I. (2011). *Positive Pyschology: Theory, Research and Applications*. London: The McGraw- Hill.

Hoşgörür, V. ve Polat, M. (2015). Ortaokul öğrencilerinin okula devamsızlık nedenleri (Söke ilçesi örneği). *Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2 (1), 25-42.

İlğan, A., Sevinç, Ö. S., Niron, D. G., Kılıç, A. ve Yumuşak, A. (2015). Lisans öğrencilerinin psikoloji iyilik hallerinin YGS puanları ve çeşitli değişkenler ile ilişkisi. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 11 (2), 469-486.

İşgör, İ. Y. (2017). Üniversite öğrencilerinin psikolojik iyi oluş düzeylerinin bazı değişkenler açısından incelenmesi. *Uluslararası Türkçe Edebiyat Kültür Eğitim Dergisi*, 6 (1), 494-508.

Kanbur, A. ve Kanbur, E. (2018). İş yerinde siber zorbalığın mental iyi oluş üzerindeki etkisinin incelenmesi. 3rd Eurasian Conference on Language ans Social Sciences Proceeding Book, (ss.241-251), (27-29 Haziran 2018), Antalya.

Kanten, P. ve Yeşiltaş, M. (2013). Pozitif örgütsel davranışlar üzerine kavramsal bir inceleme. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 4 (8), 83-106.

Kapıkıran, N. A. (2011). Üniversite öğrencilerinde empatik eğilim ve suçluluk ile psikolojik iyi olma arasındaki ilişkinin aracısı olarak pozitif ve negatif bilgiye odaklanma. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, 11 (3), 1133-1147.

Karacaoğlu, K. ve Köktaş, G. (2016). Psikolojik dayanıklılık ve psikolojik iyi olma ilişkisinde iyimserliğin aracı rolü: hastane çalışanları üzerine bir araştırma. İş ve İnsan Dergisi, 3 (2), 119-127.

Karaçam, A. ve Pulur, A. (2019). Beden eğitimi öğretmenlerinin başarı algılarında yordayıcı olarak akademik iyimserlik, psikolojik iyi oluş ve fiziksel öz saygı. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 27 (1), 209-219.

Kaya, M. ve Küçük, N. (2017). İbadetler ile hayatın anlamı ve psikolojik iyi olma arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Ondokuz Mayıs Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 42, 17-44.

Kaya, Ö. S. (2018). Romantik ilişkilerde problem çözme becerilerinin empati ve mental iyi oluş açısından incelenmesi. *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*, 8 (1), 62-72.

Kaya, Z., Çenesiz, G. Z. ve Aynas, S. (2019). Yabancı uyruklu öğrencilerin sosyal destek algıları ile psikolojik iyi oluş ve yaşam doyumlarının incelenmesi: Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi örneği. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 18 (70). 518-537.

Keldal, G. (2015). Warwick-Edinburg Mental İyi Oluş Ölçeği'nin Türkçe formu: geçerlik ve güvenirlik çalışması. *The Journal of Happiness & Well-Being*, 3 (1), 103-115.

Kermen, U., Tosun, N .İ. ve Doğan, U. (2016). Yaşam doyumu ve psikolojik iyi oluşun yordayıcısı olarak sosyal kaygı. *Eğitim, Kuram ve Uygulama Araştırmaları Dergisi*, 2 (2), 20-29.

Kılınç, M. (2017). Psikolojik iyi oluşun yordayıcıları olarak öz-yeterlik ve etkileşim kaygısı. *Uluslararası Eğitim Bilimleri Dergisi*, 13, 207-216.

Koç, M. ve Polat, Ü. (2006). Üniversite öğrencilerinin ruh sağlığı. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 3 (2), 1-22.

Koç, M. ve Keklik, İ. (2018). Hacettepe Üniversitesi'nde çalışan araştırma görevlilerinin psikolojik iyi oluş düzeylerinin yordanması. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, Advance online publication. Web: http://www.efdergi.hacettepe.edu.tr/upload/files/2584-published.pdf adresinden 31.05.2019 tarihinde alınmıştır.

Koç, M., İskender, M., Çolak, T. S. and Düşünceli, B. (2016). Investigation of the effect of intolerance of uncertainty and the effect of anger control on the relationship between forgiveness and psychological well-being through structurel equation modelling. *Sakarya University Journal of Education*, 6 (3), 201-209.

Kula, K. Ş. ve Yıldız, M. (2014). İlköğretim okulu 7. ve 8. sınıf öğrencilerinin devamsızlık nedenleri ile cinsiyet ve sınıf düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi,* 29 (1), 251-266.

Kuyumcu, B. (2011). Üniversite öğrencilerinin duygusal farkındalık, duyguları ifade etme, benlik kurgusu ve öznel iyi oluş durumları arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Uluslararası Sosyal Bilimler Eğitimi Dergisi*, 1 (2), 104-113.

Kuyumcu, B. (2012). Üniversite öğrencilerinin pozitif ve negatif duygu durumlarının psikolojik iyi oluşlarını yordama gücü. *Kuramsal Eğitimbilim Dergisi*, 6 (1), 62-76.

Kuyumcu, B. ve Güven, M. (2012). Türk ve İngiliz üniversite öğrencilerinin duygularını fark etmeleri ve ifade etmeleri ile psikoloji iyi oluşları arasındaki ilişki. *Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi,* 32 (3), 589-607.

Lyubomirsky, S., King, L. and Diener, E. (2005). The benefits of frequent positive affect: does happiness lead to success?. *Psychological Bulletin*, 131 (6), 803-855.

Malkoç, A. and Yalçın, İ. (2015). Relationship among resilience, social support, coping and psychological well-being among university students. *Turkish Psychological Counseling and Guidance Journal,* 5 (43), 35-43.

Meral, D. ve Bahar, H. H. (2016). Ortaöğretim öğrencilerinde problemli internet kullanımının yalnızlık ve psikolojik iyi oluş ile ilişkisinin incelenmesi. *Erzincan Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi,* 18 (2), 1117-1134.

Önder, E. (2017). Ortaöğretimde öğrenci devamsızlığı buna dönük okul uygulamaları ve önerilen politikalar. *Eğitim ve Bilim*, 42 (190), 361-378.

Özkan, U. B. (2018). Devamsızlık ve akademik başarı: seçilmiş ülkeler ve Türkiye arasında karşılaştırmalı bir değerlendirme. *Yaşadıkça Eğitim Dergisi*, 32 (2), 53-70.

Pietrowsky, R. and Mikutta, J. (2012). Effects of positive psychology interventions in depressive patients- a randomized control study. *Psychology*, 3 (12), 1067-1073.

Reichard, R. J., Dollwet, M. and Potgieter, J. L. (2014). Development of cross-cultural psychological capital and its relationship with cultural intelligence and ethnocentrism. *Journal of Leadership & Organizational Studies,* 21 (2), 150-164.

Ryan, R. M. and Deci, E. L. (2001). On happiness and human potantials: a review of research on hedonic and eudaimonic well-being. *Annual Review of Psychology*, 52, 141-166.

Ryff, C. D. (1989). Happiness is everything, or is it? explorations on the meaning of psychological well-being. *Journal of Personality and Social Psychology*, 57 (6), 1069-1081.

Ryff, C. D. (2014). Psychological well-being revisited: advances in science and practice. *Psychother Psychosom*, 83 (1), 10-28.

Ryff, C. D. and Singer, B. H. (2008). Know thyself and become what you are: a eudaimonic approach psychological well-being. *Journal of Happiness Studies*, 9, 13-39.

Sağlam, A. Ç. ve Dönmez, N. (2016). Meslek liselerinde öğrenci devamsızlığının nedenleri ve olası çözüm yollarına ilişkin yönetici ve öğretmen görüşleri. Çağdaş Yönetim Bilimleri Dergisi, 1, 1-9.

Sarı, T. ve Çakır, S. G. (2016). Mutluluk korkusu ile öznel ve psikolojik iyi oluş arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 5, 222-229.

Sarıcaoğlu, H. ve Arslan, C. (2013). Üniversite öğrencilerinin psikolojik iyi olma düzeylerinin kişilik özellikleri ve öz-anlayış açısından incelenmesi. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, 13 (4), 2087-2104.

Sarıdere, U. ve Arslan, Y. (2017). Eğitim fakültesi öğrencilerinin devamsızlık nedenleri. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi,* 19 (2), 341-351.

Seçer, İ,. (2015). *SPSS ve Lisrel ile veri analizi, Analiz ve raporlaştırma.* (2. Basım). Ankara: Anı Yayıncılık.

Söner, O. ve Yılmaz, O. (2018). Lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı ve psikolojik iyi oluş düzeyleri arasındaki ilişki. *Ufuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13, 59-73.

Şanlı, Ö., Altun, A. ve Tan, Ç. (2015). Okula devamsızlık yapan öğrencilerin devamsızlık sebeplerinin öğrenci görüşlerine göre değerlendirilmesi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 14 (55), 161-177.

Şimşek, A. S., Uğurlu, C. T. ve Usta, H. G. (2016). Üniversite öğrencilerinin devamsızlık eğilimlerinin belirlenmesi: ölçek geliştirme çalışması. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi,* 17 (1), 297-311.

Tangör, B. B. ve Curun, F. (2016). Psikolojik iyi oluşun yordayıcıları olarak bireysel farklılıklar: özgünlük, benlik saygısı ve sürekli kaygı. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 5 (4), 1-13.

Toker, B. ve Kalıpçı, M. B. (2018). Turizm öğrencilerinde sosyal destek ve psikolojik iyi-oluş arasındaki ilişkiler: Akdeniz Üniversitesi örneği. The Second International Congress on Future of Tourism: Innovation, Entrepreneurship and Sustainability, (ss.649-655), (27-29 Eylül), Mersin.

Ulu, M. (2018). İlahiyat fakültesi öğrencilerinin psikolojik iyi oluşları ile değer yönelimleri arasındaki ilişki. *Sakarya Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 20 (37), 183-215.

Usta, H. G., Şimşek, A. S. ve Uğurlu, C. T. (2014). Üniversite öğrencilerinde devamsızlık davranışları: nedenler ve tutum düzeyleri. *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi,* 4 (3), 182-190.

Yakut, S. ve Yakut, İ. (2018). Öğretmenlerde psikolojik iyi oluş ve iş yerinde dışlanma ilişkisi. *Turkish Studies*, 13 (18), 1357-1376.

Yalçın, İ. (2015). İyi oluş ve sosyal destek arasındaki ilişkiler: Türkiye'de yapılmış çalışmaların meta analizi. *Türk Psikiyatri Dergisi*, 26 (1), 21-32.

Waterman, A. S. (1993). Two conceptions of happiness: contrasts of personal expressiveness (eudaimonia) and hedonic enjoyment. *Journal of Personality and Social Psychology*, 64 (4), 678-691.

KOÇLUK BAKIŞ AÇISIYLA YÖNETİM VE İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİ

Cemile ÇETİN[1], Leyla BİLEN[2]

1 Dr. Öğretim Üyesi , Dokuz Eylül Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, E-posta : cemile.gurcay@deu.edu.tr
2 Uzman, Profesyonel Koç, Eğitmen, Yazar, E-posta : leylabilen35@gmail.com

KOÇLUK BAKIŞ AÇISIYLA YÖNETİM VE İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİ

Cemile ÇETİN[1], Leyla BİLEN[2]

GİRİŞ

Rekabetin yoğun hissedildiği piyasa koşullarında 'başarılı' olarak atfedilen örgütlerin en önemli özelliklerinin başında yönetime özen göstermeleri ve insan kaynaklarını geliştirmeye sürekli olarak dikkat etmeleri gelmektedir. Bu tür işletmeler gelişimi, performans değerlendirme, kurumsal eğitim ve ödüllendirme gibi unsurları içeren, geniş kapsamlı bir performans sisteminin parçası olarak ele almaktadırlar. Bu tür faaliyetler insan kaynağından en iyi şekilde yararlanabilmenin sadece dışarıdan en rahat görünen araçlarıdır. Kurum içerisindeki günlük iletişim ve etkileşim süreçleri, bu programlar kadar göze çarpmasa da bilgi ve becerileri pekiştirerek çoğaltma ve olumlu örgüt değerleri aşılama anlamında onlarla eşit öneme sahiptir. Söz konusu iletişim ve etkileşim etkinliklerinden kurumların mevcut gündemde en çok odaklandığı konulardan biri, koçluk yaklaşımıdır (Lueke, 2009: XI; Çetin, 2018:91-93).

Bilgi teknolojilerinin ve eğitimli personel sayısının artması bir yandan bilgisiyle birlikte beklentileri artmış çalışanların öte yandan yoğun rekabetle başa çıkma mücadeleleri kapsamında yöneticilerin rollerinde büyük farklılıklara sebep olmuştur. Bu bağlamda, 20. yüzyılın en popüler kavramı olan 'motivasyon', yeni nesil ve çağda yerini koçluk çalışmalarına bırakmıştır. Koçluk, değişen İnsan Kaynakları Yönetiminin (İKY) yeni bir fonksiyonu olarak düşünülmelidir. Nitekim bu fonksiyonun iyi çalışması durumunda insan kaynağı gelişecek, ilerleyecek, bireysel performansı kurum performansına dönüştürerek organizasyonel anlamda büyük bir rekabet üstünlüğü elde edecektir (Budak, 2016: 369).

1.KOÇLUK YAKLAŞIMININ ORTAYA ÇIKIŞı

Değişmeyen tek şeyin değişimin kendisi olduğu düşünüldüğünde, yönetim anlayışının zamanın ruhuna göre değişim göstermesi beklenen bir sonuçtur. Bu bağlamda emredici yöneticilikten başlayan yönetim anlayışları günümüzde yol göstericilik, liderlik yaparak gösterme, rehberlik ve paylaşımcılık gibi koçluk yaklaşımlarına evrilmeye başlamıştır. Bu nok-

1 Dr. Öğretim Üyesi , Dokuz Eylül Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, E-posta : cemile.gurcay@deu.edu.tr
2 Uzman, Profesyonel Koç, Eğitmen, Yazar, E-posta : leylabilen35@gmail.com

taya gelinene kadarki süreç içerisinde birçok farklı teoriden etkilenilmiştir (Tompkins, 1998'den akt. Çağlar, 2015: 55-56).

Etkilenilen teorilerden biri olan Evans'ın Yol Amaç Teorisi, yöneticilerin içinde bulundukları duruma en uygun yönetim tarzını tercih etmelerini önermektedir. Bu noktada hangi tip davranışın seçileceği konusunda astların kişilik özellikleri ve çevresel faktörler olmak üzere iki durumsal değişken söz konusudur. Teori, yeterli özgüvene sahip olmayan ve dış denetim odağına sahip olan çalışanların yönlendirilmeye daha çok ihtiyaç duyduğunu öne sürmektedir. Bu nedenle de özellikle bu tip kişilik özelliklerine sahip çalışanlar için koçluk ihtiyacı açıktır (Aslan, 2013: 137).

Koçluk yaklaşımının ortaya çıkmasında bir diğer önemli teori de 1957 yılında McGregor tarafından oluşturulan X ve Y Teorisi'dir. Teori, yöneticilerin davranışlarını belirleyen en önemli faktörün insan davranışı hakkındaki varsayımları olduğunu sürmektedir. Bu varsayımlar birbirine X ve Y teorisi altında gruplandırılmaktadır. X Teorisi'nde ortalama bir insanın çalışmayı sevmediği, mümkün olduğunca kaytarmaya çalıştığı, sorumluluk üstlenmek istemediği ve istekli olmadığı varsayılmakta ve bu tip insanları çalıştırmak için onları zorlamak ve ceza sistemi oluşturmak gerektiği ileri sürülmektedir. Y Teorisi ise bireyler için işin oyun ve dinlenme kadar doğal olduğunu, insanın doğuştan tembel olmadığını, uygun şartlar altında potansiyelini ortaya çıkarabileceğini ve bu nedenle de yöneticilerin çalışanların potansiyellerini ortaya koymak için tek yapması gerekenin çalışanlara uygun bir iş ortamı oluşturmak olduğunu öne sürmektedir (Selamoğlu, 2000'den akt. Tokol, 2015: 199).

Koçluk açısından değerlendirildiğinde, koçluğun bireylerin potansiyellerini ortaya çıkarmak konusundaki çabalar olduğu düşüncesinden hareketle koçların Y Teorisinin varsayımlarını benimsemesi gerektiği açıktır. İyi bir koç, cezalandırma korkusuyla iş yaptıran X Teorisi davranış ve düşüncesini değil, bireylerin potansiyelini ortaya koyacak Y Teorisininin davranış ve düşüncelerini benimsemelidir. Böylece hem bireylerin hem de organizasyonların bütünsel açıdan verimlilikleri artabilecektir (Koçel, 2015: 278).

2. KOÇLUK ve YÖNETİM

En temel anlatımla yönetim, planlama, organize etme ve kontrol etme işlevlerine ve bu işlevlerin örgütsel hedeflere ulaşmak için etkin ve verimli bir şekilde uygulanmasına ilişkin bir dizi ilkedir. Bununla birlikte farklı yönetim düşünürleri farklı yönetim tanımları yapmıştır. Peterson ve VanFleet yönetimi "bir ya da daha fazla hedefin peşinde koşarken kaynakların verimli ve etkin kullanılmasını sağlama işi" olarak tanımlamıştır. Yönetici

ise elindeki tüm kaynakları kurumsal hedefler doğrultusunda en verimli şekilde kullanan, yeni kaynaklar yaratan, kurumu sürdürülebilir kılan, yeni kurumsal hedefler ve stratejiler belirleyip geleceğe bakan ve görebilen kişidir (2004: 1298).

Modern yönetim yaklaşımlarına gelene kadar yönetici yalnızca karmaşık faaliyetleri düzene sokan ve sorun çözmesi gereken kişi olarak görülmüştür. Yöneticiler idare eden, devam eden, tekrar eden, sisteme odaklanan, denetleyen, kısa vadeli görüşler öne süren, bir işin nasıl ve ne zaman yapılacağı ile ilgilenen insanlar olagelmiştir (Erkutlu, 2014: 4). Günümüzde ise bu tip bir yönetim anlayışı ve yöneticilik tarzı demode kalmış durumdadır. Yeni yönetim anlayışında yöneticilerin, koçluk becerilerine sahip olması, çalışanları geliştirip performanslarını artırması ve organizasyonda sürekli gelişimi hâkim kılacak öğrenen organizasyon yapısını oluşturması gerektiği kabul edilmektedir (Sığrı ve Gürbüz, 2017: 381).

Geleneksel yönetim anlayışında koçlar yönetim esnasında motive ederek performansı artırmak, problem çözümüne odaklanarak desteklemek gibi roller üstlenmektedir. Günümüzün modern yönetim yaklaşımı, organizasyonlardaki yönetim kademesinin görevini "yönetici" olmaktan çıkarıp "koç" haline dönüştürmektedir. Koçlar, çalışanlara kılavuzluk edip onları cesaretlendirmek, otoriterliği bir kenara bırakarak onları daha fazla performans göstermek üzere motive etmekle görevlidirler (Koçel, 2015: 16-25).

Geleneksel yönetim anlayışında yöneticilerin teşvik etmek için kullandığı araçlar daha maddi iken, koçluk yaklaşımında teşvik için kullanılan araçlar daha fazla manevi nitelik taşımaktadır. Sorumluluk, geleneksel yönetim anlayışında zorla verilen bir şey iken, koçluk yaklaşımında sorumluluk yetki devri ile devredilen ve çalışanların üstlenmekten keyif aldığı bir uygulama haline dönüşmektedir (Kets de Vries, 2005: 65-67).

2.1. Yöneticilik Yeteneklerinin Geliştirilmesi

Organizasyonlarda başarılı bir koçluk uygulaması, örgütsel hedeflere ne ölçüde uyulduğu ile değerlendirilmektedir. Bu hedeflere ulaşmak konusunda yöneticilerin rolü elbette ki yadsınamamaktadır. Bu nedenle de yöneticilerin geleneksel yönetici formundan uzaklaşarak lider ve koç niteliği kazanmaları gerekmektedir. Bunun için yöneticilere koçluk eğitimi verilmelidir (Sebera, 2003; Koçel, 2003; Parsloe, 1997'den akt. Özbay, 2008: 78).

Organizasyonda yöneticilere verilecek koçluk hizmeti ve eğitimi, yöneticinin hedeflerini tanımlamasına, zorluklara en iyi şekilde yaklaşmasının yolunu anlamalarının yanı sıra iletişim tarzlarını geliştirmelerine yardımcı

olabilecektir. Yönetici yeteneklerini geliştirmeye yönelik düzenlenen koçluk eğitimine dayalı olarak istenen, yöneticinin kararlarında kendinden emin hissetmesini, çeşitli profesyonel problemlerle başa çıkabilmesini ve etrafındakileri de aynı şeyi başaracak şekilde güçlendirmesini sağlamaktır (Osatuke et al., 2017: 175).

Koçluk eğitimi sayesinde yöneticilerin deneyimlerini kendilerinden sonra gelenlere aktarmalarının önü açılmaktadır. Liderlik yetkinliklerinin gelişimini teşvik eden koçluk eğitimi sayesinde örgün öğretimden elde edilemeyen yetkinlikler kazanılabilmektedir. Yöneticilerin koçluk eğitimi alması, kötü performans gösteren astların performansının gelişimine ve motive edilmesine yardımcı olabilmektedir (Cavanaugh ve Cavanaugh, 2018: 23).

2.2. İşgören Yeteneklerinin Geliştirilmesi

Çalışanların bireysel olarak yeteneklerinin gelişmesinin bir anlamda örgütlerin de yeteneklerinin gelişimi olduğu düşüncesinden hareketle, istenen performans sonuçlarının ortaya çıkmasını sağlayan bilgi, tecrübe, davranış ve motivasyon gibi gözlemlenebilir özelliklerin geliştirilmesi gereklidir. Bu bağlamda öncelikle çalışanların yetkinliğinin değerlendirilmesi ve mevcut durumunun ortaya konulması gereklidir. İş için gereken yetkinlik düzeyi ile çalışanların sahip olduğu yetkinlik düzeyi arasında fark olması durumunda yetenek geliştirme sürecine geçiş yapmak gereklidir (Yalçın, 2018: 1207). Bu noktada yetkinlik artışı için organizasyonel hedefler ve stratejiler doğrultusunda bireylere ihtiyaç duyulan yetkinlikleri kazandırmak üzere koçlara ihtiyaç duyulmaktadır. Koçlar, mevcut durumu belirleyip geliştirilmesi gereken noktaları tespit etmekte ve çalışanların eksik yönlerini tamamlamalarına yardımcı olmaktadır (Akın ve Ulukök, 2017: 281).

2.3. Yöneticilikten Koçluğa Geçiş

Bir yöneticinin koç olarak dönüşümü kendini tanıma, serbest bırakma ve hedef belirleme aşamalarından oluşmaktadır. Kendini tanıma aşamasında koç adayı yöneticinin kendini tanıması, neyin kendisini motive ettiğini, neyden mutlu olduğunu, neye önem verdiğini ve neyi istediğini bilmesini sağlamaktadır. Yöneticiler, kendilerini tanıyabilmek için kendi hayat hikâyesini yazabilir, kendisi ile ilgili düşüncelerini kâğıda dökebilir ya da başkaları tarafından nasıl göründüğünü düşünebilir (Özbay, 2008: 81).

Koç olabilmenin ikinci aşaması çalışanların serbest bırakılmasıdır. Yöneticiler, çalışanları kontrol edip onların performanslarından kendilerini sorumlu tutmaktan vazgeçmelidir. Bu nedenle yöneticiler, yalnızca ihti-

yaç duymaları halinde çalışanlara yardım etmelidir. Koç olabilmenin son aşaması ise hedef belirlemedir. Gelişimin hedefleri belirlenmeli ve bunun için o anki performans durumu ve arzu edilen performans düzeyi tanımlanmalıdır. Hedefler tanımlandıktan sonra o hedefe yönelmek daha kolay olabilecektir (Marinescu, 2010: 11-12).

3.KOÇLUK KÜLTÜRÜ

Organizasyonda çalışanların bir arada bulunabilmeleri için kullanılabilecek yöntemlerinden biri koçluktur. Bu bağlamda koçluk kültürü, örgüte geliştirmeye yönelik bağlılığın kurum içerisindeki insanları geliştirmeye olan bağlılığın içine gömülü olduğu bir olgu olarak tanımlanmaktadır. Bir arada çalışma kavramı, çalışanların birbirleriyle olan ilişkilerinde, toplantılarında, gözden geçirme süreçlerinde ve birebir çalışmalarında koçluk beceri ve yetkinliklerini kullanmaları gerekliliğini kapsamaktadır. Bu durum hem bireysel hem de takım olarak koçluk çalışmalarının yoğun olduğu bir kültür ortamını ifade etmektedir. Örgüt kültürünün koçluk kültürüne uygun olabilmesi için bir organizasyonun iyi yönetim uygulamalarını, olumlu bir iş ortamını ve birçok koçluk faaliyetini bir araya getiren bir kültürel yapıya sahip olması gerekmektedir (Megginson ve Clutterbuck, 2005: 18-19).

Bir organizasyonda koçluk kültürünün geliştirilmesi için işe başlamadan öncelikle bazı ön değerlendirme çalışmalarının yapılması gerekmektedir. Bu kapsamda organizasyonda koçluğa ve koçluk kültürüne olan ihtiyacın tanımlanması, bir koçluk kültürüne sahip olmanın avantajlarının saptanması, çalışmalar sonunda varılmak istenen noktanın netleştirilmesi ve başarılı bir koçluk kültürü oluşturulduğunda elde edilecek çıktıların ve kazanımların neler olacağının hesaplanması gerekmektedir. Analizlerin ardından oluşturulacak olan koçluk kültürünün, üç temel ilkeye uygun geliştirilmesine özen gösterilmelidir. Bu ilkeler; ***sorumluluk,*** öz-inanç ve ***suçlamanın olmadığı ortam*** olarak tanımlanmaktadır. Koçluk kültürünün tüm bireyleri sorumluluk almaya teşvik eden bir yapıda, kendine inanan çalışanların bir araya gelerek hep birlikte başarabilecekleri güdüsüne sahip olmalarına olanak sağlayan ve şartlar ne olursa olsun, suçlamalara yer vermeden örgütsel birlik, beraberlik, motivasyon ve iş mutluluğuna önem vermeyi odağına alan tarzda oluşturularak geliştirilmesi hem bireylere hem de örgüte faydalar sağlayacaktır (Wilson, 2011: 408-409).

Koçluk kültürünün bir organizasyon ile etkileşimi, o örgüte ayrıcalıklı katkılar sunmaktadır. Koçluk kültürü bireysel farkındalığın, seçimlerin ve özgüvenin artmasını kolaylaştıracak nitelikte olumlu bir iş ortamının oluşmasına öncülük etmektedir. Hem bireysel hem de kurumsal gelişimi destekleyerek geleceğe yönelik büyük resimde herkesin en yüksek potansiyelini açığa çıkarmasını sağlamaktadır. Hiyerarşik olmayan bir iletişim

ve işbirliği atmosferinde yaratıcılığın, çözüm odaklılığının, objektif yaklaşımın, araştırma ve geliştirme faaliyetlerinin ön planda tutularak bütünsel gelişime hep birlikte ayak uydurulduğu bir yapıda çalışma ortamı yaratmaktadır. Koçluk kültürü, hem bireylerin hem de kurumların eğitim-geliştirme faaliyetlerinde bulunmalarını sağlayarak güçlü yönlerini artırmaya yönelik bir gelişim süreci sunmaktadır (Thorn ve Raj, 2012: 1482).

Örgüt kültürü ile koçluk kültürünün uyumlu bir biçimde etkileşime girmesi ile kurumsal ve bireysel koçluk faaliyetlerinin yönetim yapısının parçaları haline gelmesi, uluslararası literatürde ***organizasyonel koçluk kültürü*** modelinin geliştirilmesini sağlamaktadır. Bu modelin başlıca özellikleri aşağıdaki gibi özetlenebilir (Megginson ve Clutterbuck, 2005: 25-29):

- Örgütteki herkes, bireysel ve kurumsal başarı için öğrenmenin şart olduğuna inanmaktadır.
- Örgütteki yöneticiler, emir verici olmadan çalışma arkadaşlarına ve astlarına koçluk odaklı bir liderlik tarzıyla hareket ederler.
- Organizasyonel konularda karar verme faaliyeti gerçekleştirileceği zaman tüm bireylerin katılımını ön gören bir sistemde hareket edilerek herkese risk alma ve kendi hedeflerini koyma özgürlüğü verilir.
- Yöneticiler, gelişim ve geliştirme odaklı bir öğrenme ortamı oluşturmayı kendi sorumluluk alanlarından biri olarak görürler.
- Takım arkadaşları birbirlerine bilgi paylaşımı, tecrübe aktarımı, yardım etmek ve hem kendi hem de genel profesyonellik standartlarını yükseltmek için koçluk yaparlar.
- Bir mentora ya da koça sahip olmak, olumlu algılanır ve tüm çalışanlar kariyerlerinin çeşitli aşamalarında mentorluk ya da koçluk desteği almaya teşvik edilirler.

Organizasyonel koçluk kültürü modeline sahip olmak isteyen organizasyonlar, yedi aşamalı bir süreçten geçmek durumundadırlar. Koçluk kültürünün organizasyonlardaki evriminin, sırasıyla adımları şöyledir (Kalkavan, 2015: 151-155):

1. Organizasyon, bazı üst seviye yöneticileri için koçluk hizmeti ve/veya eğitimleri satın alır.

2. Organizasyon, etkin bir biçimde tüm koçluk girişimlerini destekler.

3. Organizasyon, koçluk alanında kendi kapasitesini geliştirir.

4. Koçluk faaliyetleri bireyler, takımlar ve tüm organizasyon için bir norm haline gelir.

5. Koçluk çalışmaları, örgütteki insan kaynakları ve performans yönetimi süreçlerinin içine yerleşik hale getirilir.

6. Koçluk, organizasyonun bütününde öne çıkan bir yönetim tarzı haline gelir.

7. Koçluk, organizasyonun tüm paydaşlarıyla 'iş yapma şekli' haline gelir.

Organizasyonel koçluk kültürü adımlarını başarılı bir biçimde gerçekleştiren örgütler, örgütsel işleyiş kapsamında çeşitli faydalar elde etmektedirler. En önemli fayda, koçluk kültürü kapsamındaki faaliyetlerin bir organizasyona az masrafla çok kazanım sağladığı yönündedir. Koçluk beceri ve davranışlarının örgüt kültürüne adapte edilmesiyle birlikte organizasyondaki herkes, öz kaynak olma niteliğinde potansiyelini açığa çıkartmaktadır. Böylece, kurumlarda birbirlerine yardım ederek, örgütsel önceliklere önem veren, doğru zamanda eyleme geçen ve bu sayede üretkenliğin, verimliliğin artmasına katkı sunan çalışanlara sahip olmaya başlamaktadır. Koçluğun örgüt kültüründe sosyal bir norm haline gelmesiyle tüm çalışanlar, birer koç olarak hareket eder ve aynı anda başarmaya odaklı hedefler geliştirir. Bireysel ve kurumsal gelişimi destekleyen koçluk kültürü, örgüt içinde motivasyonu, morali ve iş tatmin düzeyi yüksek bireylerin işbirlikçi ve birbirlerini destekleyen bir tarzda bulunmalarına olanak sağlar (Hart, 2003: 2).

4. KOÇLUK ve İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİ

Koçluk, her şeyden önce koç ile danışan arasında güvenin ve gizliliğin tesisini gerektiren bir ortaklık ilişkisini temel almaktadır. Karşılıklı sorumluluk ve istikrarlı bir çalışmayı gerektiren koçluk, danışanın vizyonunu geliştirmek ve koçluk süreci boyunca kendisine ayna tutmasını sağlamak amacıyla gerçekleştirilmektedir. Koçluk programı, koç ile periyodik yapılacak görüşmeler ve seans sonralarında alınacak kararlara dayanmaktadır. Her seansta önceki seansta alınan kararların sonuçları tartışılmaktadır. Böylece başarılar birlikte kutlanmakta, başarısızlıkların ise üzerine gidilmekte ve strateji güncellemesi yapılmaktadır (Uçkun ve Kılınç, 2007: 66). Koçluk, örgütlere, ekiplere, yöneticilere ve işgörenlere fayda sağlamakta ve onlarda değişime neden olmaktadır.

Başarılı koçluk uygulamaları sayesinde örgütlerde değişimler meydana gelmektedir. Her şeyden önce koçluk, örgütsel hedeflerin belirlenmesine ve onlara ulaşılmasına yardımcı olmaktadır. Daha motive ve işini seven çalışanlardan oluşan bir örgüt yapısını meydana getiren koçluk ile yaratıcılık geliştirilmekte ve daha dinamik bir yapı sağlanmaktadır. Çalışanların iş ve özel hayat dengesinin sağlanması ve kişiler arasındaki iletişime olan olumlu katkılarıyla huzurlu bir örgüt ikliminin yaratılmasına yardımcı olmakta, bu da az zamanda daha verimli işler ortaya konulmasını sağlamaktadır. Dolayısıyla örgütlerin verimliliğine katkı sağlamaktadır (Uçkun ve Kılınç, 2007: 67).

Koçluk, ***ekiplerde*** yarattığı değişim sayesinde başarıya yardımcı olabilmektedir. Koçluk uygulamaları, ekiplerin hedef ve sorumluluklarının netleşmesini sağlamakta, ekipte yer alan bireylerin performanslarını artırmaktadır. Ekip üyelerinin fikir, çalışma, karar alma ve değerlendirme gibi süreçlere katılımını, ekip üyelerinin arasındaki güven bağının gelişmesini, böylece iş birliği kalitesinin de artmasını sağlamaktadır. Ekip üyelerinin güçlü yönlerinin belirlenmesini ve bunları harekete geçirecek destekleyici ortamın yaratılmasına katkı koymaktadır (Kalkavan, 2015: 43).

Koçluk ile ***yöneticilerin*** hem profesyonel hem de kişisel hedefleri uyumlu hale getirilebilmektedir. Benzer şekilde yöneticiler astlarının profesyonel ve kişisel hedeflerini uyumlu hale getirmelerine yardımcı olabilmektedir. Koçun kendisine ayna tutmasını, böylece özeleştiri yapabilmesini sağlamaktadır. Koçluk uygulamaları sayesinde yöneticiler sübjektif sınırlardan ve cam tavanlardan kurtulmanın yollarını öğrenebilmektedir. Karar verme ve uygulama becerilerinin yanı sıra iletişim becerileri gelişmektedir. Daha esnek bir yönetim anlayışına geçiş yapabilmekte, önceliklerini belirleyip zamanını daha etkili yönetebilmektedir (Kalkavan and Katrinli, 2014: 1138).

Finans, kariyer, ilişkiler, sağlık, yaratıcılık, sosyal hayat, ifade yeteneği gibi konularda ***işgörenlerin*** ana hedeflerini belirlemelerine yardımcı olan koçluk ile işgörenler daha cesur olabilmekte, farklı bakış açılarından bakabilir ve yeni yollar keşfedebilir hale gelmektedir. Ayrıca koçluk, işgörenlerin daha hızlı sonuçlar almak için iyiye odaklanmasını, yaşamlarının dengeli, uyumlu ve anlamlı devem etmesini, hayatlarındaki tıkanıklıkları aşmalarını, hayatlarındaki engelleri ortadan kaldırmayı, hayatlarını dolu bir şekilde sürdürmelerini, eski kalıplardan kurtularak yeni düşünce sistemleri geliştirmelerini de sağlamaktadır (Kalkavan and Katrinli, 2014: 1139-40).

4.1. Potansiyeli Açığa Çıkarma

Koçluğun temelinde kişinin potansiyelinin önündeki engelleri fark etmesini sağlayıp bu engelleri yönetmesi ya da ortadan kaldırmasını sağlamak yatmaktadır. Koç, bireylerin kendi kendilerine öğrenmelerine izin vermelidir. Koçun danışanı başarısız bir birey olarak değil potansiyeli olan bir birey olarak kabul etmesi gereklidir. Koçluk ilişkisi içerisinde hem bireyin hem de koçun, danışanın potansiyeli açığa çıkarabilmesinin önünde engeller olduğunu fark etmeleri gereklidir. Böylece koç danışanın düşünce sistemini değiştirmesini sağlayabilir. Koç, danışanına bir şeyler öğretmeye ve onların sorunlarını çözmeye çalışmaksızın, kendi potansiyelini fark etmesini ve kendi sorununu kendisinin çözmesini sağlar ya da bunu başarabilmesine destek olur (Kalkavan, 2015: 84).

4.2. Organizasyonel Gelişim

Koçluğun insan kaynaklarında etkili bir şekilde kullanımı için koçluk yapılacak kişi ya da kuruma bireysel ve/veya kurumsal olarak farkındalığa yönelik gelişim uygulamaları yapılmalıdır. Bireysel farkındalığın organizasyonel gelişime dönüşebilmesi için her şeyden önce bireyin kendisini tanıması, kendi yeteneklerinin ve potansiyelinin farkında olması gereklidir. Bu noktada bireyin kendisinin farkında olup olmadığı, kendisini yeterince tanıyıp tanımadığı gibi konularda doğru sorular sorarak mevcut durum ortaya konulmalıdır. Bireyin psikolojik özelliklerinin neler olduğunu bilmesi, kendini tanıması, kendisini motive eden şeyleri bilmesi, bir hayat felsefesinin olması bireysel olarak kendisinin farkında olduğuna işaret etmektedir (Özdemir vd., 2016: 161).

Benzer bir durum kurumlar için de geçerlidir. Kurumların mevcut durumlarını belirlemeleri, kurumsal yeteneklerinin neler olduğunu, potansiyel olarak ne kadar büyüyebileceklerini bilmeleri gibi konular kurumsal olarak farkındalık sahibi olduklarına işarettir. Organizasyonel kapsamda bireylerin, takımların ve örgütlerin kendi içlerinde birbirleriyle en üst düzeyde iletişimde olarak gelişimlerini eş zamanlı yürütmeleri gerekmektedir. Bu sayede organizasyonlar, gelişim ve ilerleme süreçlerinde rakiplerinden daha iyi olma niteliği kazanabileceklerdir (Rosinski, 2011: 51-52).

4.3. Etkili İletişim Kurma

İnsan kaynaklarında koçluk uygulamalarının başarıya ulaşabilmesi için danışanlarla kurulacak iletişimin kalitesi önemlidir. İletişim ise her şeyden önce beden dili ile başlamaktadır. Koçun beden dili ve imajının pozitif olması durumunda koçluğun başarıya ulaşması daha yüksek bir ihtimaldir. Bunun için de koçun öncelikle farklı kültürel kalıplardaki davranışları

bilmesi, buna göre hareket etmesi gereklidir. Bir kültürde nezaketsizlik olarak karşılanan bir davranışta bulunmak, koçun imajını da yerle bir edeceğinden iletişim kazalarına karşı dikkatli olmak gereklidir (Avcı ve Tarakçı, 2013: 173).

Özellikle dinlemeden konuşma, kendini konuşmaya verememe, kendini yeterli sanma, bilgiyi aktaramama, önceliklerini sıralayamama, zaman yönetimi yapamama, yavaş düşünüp ağır davranma, empati kuramama gibi olumsuz davranışlara sahip danışanlar ile iletişime geçmek zor olabilmektedir. Bu nedenle etkili bir iletişim kurabilmek için danışandaki bu gibi olumsuz davranışları görebilmek ve önlem almak gerekir. Etkili bir iletişim kurabilmek için iletişim konusunda iyi bir yol haritası belirlemek gereklidir. Problemli davranışlara sahip danışanlarla iletişimi kesmek hatalı olacaktır. Koçların görevi danışanların davranışlarını değiştirmek değil iletişimi devam ettirmektir (Özdemir vd., 2016: 157-158).

4.4. Performans

Örgütsel performans, örgütlerin başarısını etkileyen en önemli unsurlardan biridir. Örgütsel performansın yükseltilebilmesi için tek tek bireysel performansın artırılması gereklidir. Performans için ise yetenek ve motivasyona, ön koşuldur. Bununla birlikte belirli bir işi yerine getirebilmek, yalnızca zihinsel ya da fiziksel açıdan yetenekli olmak yeterli değildir. Aynı zamanda motivasyon da gereklidir. Koçluk her iki değişkeni etkileyebilen bir yöntemdir. Buna göre uygun bir koçluk uygulaması, bireyin hem yeteneklerini hem de motivasyonunu geliştirebilir. Ancak koçun uygulayacağı yöntemlerin performans üzerinde farklı etkilere neden olabileceğini de göz ardı etmemek gereklidir. Koçluk uygulaması sayesinde bireysel olarak performans yükseltilebilir; bu da örgütsel performansın da yükselmesi anlamına gelecektir (Kalkavan, 2015: 118).

4.5. Çözüm Odaklılık

Koçluk uygulamasının başarıya ulaşabilmesi için çözüm odaklı yaklaşım tercih edilmelidir. Bu tip bir yaklaşım temeli sorunlara değil çözümlere odaklanmaktır. Zayıf yönlerden ziyade güçlü yönleri görmek, engelleri değil nasıl aşılabileceğine odaklanarak olumlu gelişime yönelmek temel hedeftir (Kışlalı, 2019: 184). Çözüm odaklı koçluk yaklaşımı geçmiş yaralanmaları gidermeyi, savunma mekanizmalarını ortaya çıkarmayı ve azaltmayı, bilişsel şemaları yeniden oluşturmayı veya karakter değişikliğini etkilemeyi amaçlamamaktadır. Aksine, danışanın kendi potansiyelini açığa çıkarmasını ve hedeflerine ulaşmayı arzu etmektedir. Hedeflerin belirlenmesi ile birlikte koç, danışanın tatmin edici bir sonuç elde etmesinin en basit yolunu bulmasına yardımcı olmaktadır. Bu noktada koç, örneğin

danışanın kişiler arası iletişim bozukluklarını ve sorunlarını yeniden dile getirmek yerine, bu sorunları nasıl aşılabileceği konusunda danışana yardımcı olmalıdır (Cavanagh ve Grant, 2014: 53).

4.6. Yetkilendirme

Yetkilendirme ya da diğer bir deyişle yetki devri, yapılması gereken görece önemsiz işleri başkasına devretmektir. Böylece daha önemli işlere odaklanmak mümkün hale gelmektedir. Yetki devri, çalışanların kendilerini daha güçlü hissetmelerini, sorumluluk duygusu kazanmalarını, yaratıcılıklarını geliştirmelerini ve beceri ve deneyim kazanmalarını sağlamaktadır (Doğan, 2006: 23). İş dünyasında liderlik tarzıyla da ilintili olmak üzere kimi zaman yönetici konumundakiler yetki devretmek istememekte, işler üzerinde tam bir kontrolünün olmasını isteyebilmektedir. Yetki devrinin yapılmadığı durumlarda her şeye yetişmenin mümkün olmaması nedeniyle görece önemli işlerde de problemler çıkabilmektedir (Bolat, 2008: 29). Başarılı bir koçluk uygulamasında yetki devri cesaretlendirilmelidir. Daha önemli konulara odaklanmak yoluyla bireysel ve sonuç olarak örgütsel performans artırılabilmektedir.

4.7. Personel Gelişimi

Koçlar, çalışanların yeteneklerinin farkında olmalı, yeni yetenek geliştirebilmeleri için fırsatlar yaratmalı, yeni roller üstlenip yeni sorumluluklar alması için kılavuzluk etmelidir. Uzun vadede gelişimini ve yapabileceklerini takip etmelidir. Destekleyici koçlar, özgüven oluşturup sorunun çözümünü kolaylaştırmalıdır. Bu nedenle de gelişimi sağlayabilmek için yeni çalışanlara işin stratejisini ve işe ilişkin kuralları açıklamalı, sorunun çözümünü çalışanların kendilerinin bulabilmeleri için onlara yol gösterip yardımcı olmalı, iyi yapılan bir iş için olumlu geri bildirim vermelidir (Minter and Thomas, 2000: 43-45). Koçluk yaklaşımı, İKY kapsamında personel geliştirme faaliyetlerinin planlı ve etkili gerçekleşmesine olanak sağlayan araçların başında gelmektedir. Bu bağlamda organizasyonlar, koçluk desteği alarak çalışanlarına kişisel gelişim planları hazırlayarak süreçteki ilerlemeyi bu göstergeler üzerinden takip etmektedirler. Bu göstergeleri çalışanlarla da paylaşarak kişilerarası iletişim ve etkileşimi desteklemektedirler (Beausaert, 2011: 29-30).

4.8. Değişim ve Dönüşüme Uyum Sağlamak

Belirsizlikleri kabul etme, hızlı değişen iş koşullarının yarattığı yeni durumlara uyum sağlayabilme, sorunlara farklı açılardan yaklaşabilme ve farklı görüşlerden yararlanma becerisidir. Değişim esnasında koçun danışana inanması, onu desteklemesi ve cesaretlendirmesi ile birlikte danı-

şanlarda oluşan belirsizlik hissi en aza indirilebilmektedir. Koç, danışanın geçmişe değil geleceğe odaklanmasına yardımcı olacaktır (Bıçakçı, 2015: 53). Değişen İKY süreçlerinin etkisiyle dönüşüme uyum sağlamayı tercih eden organizasyonlar koçluk desteği almaktadırlar. Koçluk, hem bireylerin ve takımların hem de bütünsel olarak örgütlerin değişim yönetimi yapabilmelerini katkı sunan faaliyetleri kapsamaktadır. Koçluk desteği sayesinde yöneticiler değişim ve dönüşüm faaliyetlerinde görevler alarak ve çalışanlarına da bu yönde liderlik yaparak uyum sürecine dâhil olmakta ve sorumluluğu paylaşmaktadırlar (Ulrich vd., 2012: 131-133).

5.KOÇLUK ve İNSAN KAYNAKLARI FONKSİYONLARI ETKİLEŞİMİ

İşgörenlerini en önemli kaynak olarak gören bir organizasyonda çalışanlar, daha iyi şeyler yapmak konusunda cesaretlendirilmekte ve kişisel gelişimleri teşvik edilmektedir. Böylece bu tür bir organizasyonda çalışanlar, ellerinden gelenin en iyisini yapmaya çalışmaktadır. Bu nitelikte bir organizasyon yaratabilmek için değişime ayak uydurabilecek çalışanların istihdam edilmesi ve koçluk yaklaşımı ile gelişime yönlendirilmesi gereklidir (Walker, 2004: 16).

5.1. Koçluk ve İnsan Kaynakları Planlama

İnsan kaynakları planlaması, örgütler açısından verimlilik ve dolayısıyla karlılığı etkileyen temel öğelerden biridir. Planlama sürecinde personel ihtiyacının tespiti, seçimi, personelin gelişimi ve yetiştirilmesi ve uyum sağlayamayan personelin işten çıkarılması gibi birçok farklı başlık bulunmaktadır. Haliyle planlama aşamasında koçların ve koçluğun müdahil olmasını gerektirecek aşamalar bulunmaktadır (Güney, 2014: 49).

İnsan kaynakları profesyonelleri, planlama aşamasında koç desteğine ihtiyaç duyabilmekte ya da kendileri koçluk görevi üstlenebilmektedir. Planlama aşamasında koçlar, eğitim programının oluşturulmasında ve yetenek gelişiminde yönetici ile birlikte çalışabilmektedir. Böylece yöneticilerin örgütsel büyüme için ihtiyaç duyduğu bireylerdeki davranışsal değişiklikleri yapmalarına yardımcı olabilmektedir. Ayrıca planlama aşamasında asgari yetkinlikleri belirleyerek, sonraki süreçte gelişimi ölçümlemelidir (Byars ve Rue'dan akt. Opoku, 2012: 24).

5.2. Koçluk ve İş Analizi

Organizasyonlarda iş analizi faaliyetleri ile işleri yapacak olan bireylerde bulunması gereken bilgi, beceri, yetenek ve yetkinlikler belirlenmeye çalışılmaktadır. İş ve görev tanımlarının yapıldığı bu fonksiyon diğer İKY

faaliyetleriyle yakından bağlantılıdır. Bu bağlamda, örgüt yapısı, insan kaynakları planlaması, işgören sağlanması, eğitim ve geliştirme faaliyetleri, ücret ve maaş yönetimi, performans değerlendirme ile iş sağlığı ve güvenliği etkinliklerinin düzenlenmesinde temel veri kaynağı olma özelliği bakımından önem taşımaktadır (Udoh, 2018: 1-2).

Planlı bir öğrenme ve gelişim süreci olan koçluk yaklaşımı, iş analizi fonksiyonu ile benzer öneme sahiptir. Koçluk çalışmalarında danışana uygun hedeflerin geliştirilmesi için bireyin, kendi özelliklerine uygun bir pozisyonda çalışıyor olup olmama durumu İKY kapsamında tasarlanmış olan iş analizlerine bağlıdır. Koçluk desteği alan İKY profesyonelleri, işin gereklerini ve işgören özelliklerini hem bireysel hem de kurumsal hedeflerle uyumlu olacak şekilde belirleyebileceklerdir. İş analizlerine uygun şekilde istihdam edilen çalışanlar, koçluk faaliyetlerinin de etkisiyle kişisel farkındalık kazanacak, yaratıcılıklarını işin gereklerine uygun biçimde kullanacak, yüksek performans göstererek hak ettikleri ücreti alabilecek ve gelişim süreçlerini etkili bir biçimde takip edebileceklerdir (El Achi and Sleilati, 2016: 138).

5.3. Koçluk ve Aday Toplama, Seçme ve Yerleştirme

Adayların doğru seçimi ve işe alımı, işletmenin çalışan kalitesini ve dolayısıyla da başarısını doğrudan etkilemektedir. Nitelikli, motive bağımsız çalışanların bulunması, işletmenin temel hedeflerinden biri olmak durumundadır. Bu noktada insan kaynakları profesyonelleri, adaylar arasından liderlik potansiyeli taşıyan, gelişime açık ve uyumlu olanları seçmek durumundadır. Kişilik profilleri, bireyin potansiyelinin tespiti, liderlik özellikleri gösterip göstermediği, öz yönetim becerisi, iletişim becerisi ve stresle başa çıkma gibi yetkinlikleri değerlendirilmelidir (Anderson et al., 2007: 2-3).

Kişisel yeteneklerin gelişiminde önemli bir rol üstlenen koçlar, niteliksel olarak yetersiz gördüğü çalışanların motivasyonunu artıracak konumda olmaları bakımından örgütün dinamik bir yapıya kavuşmasını sağlamaktadır. Örgütlerdeki nitelik artışını ve buna bağlı olarak verimlilik artışını sağlayan koçlar, bilgi ve tecrübesiyle çalışanları kendisine bağlayabilmektedir. Bu bağlamda koçluk yaklaşımının benimsendiği bir organizasyonda gelişime açık olan adaylar arasından seçim yapmak mümkün hale gelmektedir. Seçilen adayların doğru görev ve pozisyonlarda değerlendirilmesi de koçluk uygulamalarının organizasyonlar üzerine etkileri aracılığıyla başarılı şekilde gerçekleşebilecektir (Karaman, 2018a: 2154).

5.4. Koçluk ve Eğitim – Geliştirme

Çalışanların kendi yeteneklerini ve potansiyellerini açığa çıkarmak, yaratıcılığı teşvik etmek ve en iyi olma yönünde çaba sarf etmelerini sağlamak konusunda gösterilen faaliyetleri içermesi sebebiyle koçluk, organizasyonların eğitim ve geliştirme fonksiyonu ile yakından ilişkilidir. Kurumun değişim yönündeki çabaları ve çalışanların kariyerlerini geliştirmeye yönelik istekleri doğrultusunda mevcut durumu ortaya koyduktan sonra süreç içerisinde yer alan bir dizi aşama sonunda gelişim sağlanmaktadır. Süreç, mevcut durumu ortaya koymakla başlamakta; başarı için yol haritası belirlemekle devam etmektedir. Uygun çalışma çevresi yaratıldıktan sonra çalışanlarla doğru ve etkili iletişim kurularak eksikler giderilmektedir. Koçluk ise tüm bu sürecin koordinasyonunu farklı tekniklerin kullanımı ile sağlamaktadır (Karaman, 2018b: 303-304).

5.5. Koçluk ve Kariyer Yönetimi

Bu aşama, nitelikli ve yetiştirilmiş personelin elde tutulmasıdır. Bir çalışanı yetiştirmek işletme için masraflı olduğu kadar yetişmiş bir çalışanı elde tutamamak da ek maliyetlere neden olabilmektedir (Ensher et al., 2016: 115). Kariyer yönetiminin uygulandığı firmalarda uzun vadeli bir kariyer planlaması yapılarak yetişmiş çalışanların işletmeye bağlılığı sağlanabilmektedir. Koçluk, bu noktada devreye girerek çalışanların kariyerlerine odaklanmalarını sağlayabilmekte ve uzun vadeli planlarına destek olabilmektedir.

Yükselme olanağının ve kariyer gelişim fırsatlarının olduğu işletmenin bir parçası olmak çalışanlar için arzu edilen bir durumdur. Örgütlerin en önemli kaynağı olan insan kaynağının kariyer geliştirme amacına sahip, dinamik ve istekli bireylerden oluşturulması koçların görevleri arasındadır. Koçlar hem çalışanların kariyer hedeflerini gerçekleştirmelerini sağlamakta hem de çalışanlarla birlikte bir kariyer planlaması yaparak hem çalışanın hem de işletmenin geleceğini daha sağlam temellere oturtmaktadırlar (Damaş, 2010: 71-72).

5.6. Koçluk ve Performans Değerlendirme

Performans, çalışanların yetenek ve motivasyonu ile konsantrasyonunun işin gereklerini karşılama derecesinin göstergesidir. Nitekim performans değerlendirme ve yönetimi sayesinde çalışanların yetenekleri ve potansiyellerinin performansları ile karşılaştırılması sonucunda geliştirilmeye açık yönler bütünsel olarak ele alınabilmektedir (Pürçek 2004'ten akt. Karaman, 2018a: 303). Bu noktada koçluk becerileri önem kazanmaktadır. Özellikle performans koçluğu ile desteklenen süreçte, başlangıç

çalışma planları gözden geçirilerek ve hedefler belirlenip neler yapılması gerekliliği oluşturulabilmektedir. Koçluk aşamasında çalışanların performansı gözlemlenerek kaydedilmelidir. Koçluk çalışmasının sonunda çalışanın performansı gözden geçirilerek performansa ilişkin değerlendirme sonucu hazırlanmalıdır (Arısoy, 2017: 134).

5.7. Koçluk ve İş Değerleme ile Ücret Yönetimi

Çalışanların işletme içerisindeki görevlerini yerine getirmek karşılığında kendilerine ödenen her türlü maddi karşılık ücrettir. Ücret hem nitelikli çalışanları istihdam etmenin hem de elde tutmanın anahtarı olup yaşam standardını ve sosyal hayatını etkileyen belirleyicilerden biridir Planlı ve doğru biçimde yapılmış olan iş değerleme sonucu gerçekleştirilen ücret yönetimi, çalışanların moralini yüksek tutmak ve işletmeye olan bağlılıklarını artırmakta kullanılabilmektedir (Karacan ve Erdoğan, 2011: 115).

Etkili ve tutarlı bir ücret politikası ve ödüllendirme mekanizması, işletmenin ve çalışanların maddi çıkarlarına hizmet etmelidir. Böylece işletmelerin en önemli kaynağı olan insan kaynağı elde tutulacak, bununla birlikte işletmenin finansal açıdan zarar görmesinin de önüne geçilecektir (Öztürk, 2010: 2).

Koçluk, şirketlerin hedeflerine uygun, adil ve rekabetçi bir ücret politikasının oluşumunda yer almaktadır. Bu sistemin oluşturulması, yetenekli çalışanların tutulması, aidiyet ve çalışan memnuniyetinin arttırılması, şirkete yeni yeteneklerin kazandırılması ve marka algısının olumlu hale getirilmesi gibi birçok konuda fayda sağlamaktadır. Bu kazanımları elde etmenin yolu, doğru ücret sisteminin oluşturulma ve yürütülme kapsamını koçluk desteği almış insan kaynakları görevlilerinin hazırladığı iş değerleme sonuçlarına göre planlamaktan geçmektedir (Karaman, 2018b: 308).

5.8. Koçluk ve İş Sağlığı - Güvenliği

Güvenli bir iş ortamının oluşturulması, iş kazalarından ve meslek hastalıklarından mümkün olduğunca kaçınmak ve bu gibi olayların ve kayıpların önüne geçmek gibi konular işletmelerin önceliği olmak durumundadır. İş sağlığı ve güvenliği ile personelin bu gibi olumsuzluklara neden olabilecek davranışları da önlenebilmektedir (Öztürk ve Ulusoy, 2015: 57).

İş sağlığı ve güvenliğine yeterince önem verilmemesi durumunda bu olumsuzluklarda artış yaşanması kaçınılmazdır. Durumdan birinci derecede etkilenenler ise şüphesiz çalışanları ve aileleri olmaktadır. Çalışanlar gelirden mahrum kalabildiği gibi hayati risk altına da girebilmektedir.

Hayati tehlike olmasa bile sakat kalma ya da uzuv kaybı çalışanları psikolojik olarak zorlayabilmektedir (Karacan ve Erdoğan, 2011: 104).

Koçluk ile çalışanların iş sağlığı ve güvenliğini temel alacak davranışlarda bulunmalarını sağlamak konusunda etkili olunabilecektir. Koçluk uygulamaları ile çalışanların iş sağlığı ve güvenliğine daha fazla önem vermesi ile birlikte çalışanların katılımı sağlanacak, devamsızlığın önüne geçilecek, bağlılık ve aidiyet duygusu geliştirilecek ve maddi manevi zararların önüne geçilebilecektir.

5.9. Koçluk ve Endüstri İlişkileri

Çalışanlar ve işveren arasındaki ilişkiyi dengeleyen ve sürdürülebilirliğini sağlayan bir alan olarak endüstri ilişkileri, genellikle işçi ve işveren arasında bireysel olarak değil sendikalar aracılığı ile düzenlenmektedir (Öztürk ve Ulusoy, 2015: 57). Kurum içerisinde sendikaların güçlü bir şekilde örgütlenmesini zorlaştıran uygulamalar sonucunda çalışanlar için sendikaya mı yoksa kuruma mı bağlanmak gerektiği konusunda karar vermek güçleşebilmektedir (Argon ve Sipahioğlu, 2015: 319).

Koçluk uygulamaları ile çalışanlar ve işverenler arasındaki denge kurulabilir. İş mevzuatına ve kanunlara uymak konusunda hem işverenlere hem de çalışanlara yönelik koçluk uygulamaları ile tarafların iletişim ve etkileşimi, uzlaşma odaklı bir boyuta taşınabilir. Oluşabilecek anlaşmazlık ve uyuşmazlıkların çözümünde aktif rol alacak insan kaynakları yetkilileri koçluk eğitimi ile desteklenebilir.

KAYNAKÇA

Akın, A. ve Ulukök, E. (2017). Koçluk Yaklaşımı ile İşgören Geliştirme. *Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(2): 279-300.

Anderson, M. C., Brill, P. ve Lynch, J. (2007). The Utilization and Impact of Leadership Coaching in Organizations. *Results from the Second Annual Benchmark Study.* MetrixGlobal, LLC and Linkage Inc.

Argon, T. ve Sipahioğlu, M. (2015). Eğitim Sendika Yönetici ve Üyelerinin MEB *İnsan Kaynakları Yönetimi* Uygulamalarına İlişkin Görüşleri. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 11(2): 315-334. DOI: 10.17860/efd.05075.

Arısoy, B. (2017). Performans Yönetiminde Koçluk. *Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2(2): 132-136. ISSN: 2602-2486.

Aslan, Ş. (2013). *Geçmişten Günümüze Liderlik Kuramları (Sağlık Yönetimi Bakış Açısıyla).* Konya: Eğitim Kitabevi.

Avcı, N. M. ve Tarakçı, U. A. (2013). *Profesyonel Koçluk: Temelden Ustalığa.* İstanbul: Sokak Kitapları Yayıncılık.

Beausaert, S. A. J. (2011). The Use of Personal Development Plans in the Workplace: Effects, Purposes and Supporting Conditions. *The Netherlands: Datawyse, Maastricht.* ISBN: 9789461590749.

Bıçakçı, H. A. (2015). *Koçluğun Kitabı.* İstanbul: Eniyi Yayınevi.

Bolat, T. (2008). *Dönüşümcü Liderlik, Personel Güçlendirme ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı İlişkisi.* Ankara: Detay Yayıncılık.

Budak, G. (2016). *Yetkinliğe Dayalı İnsan Kaynakları Yönetimi.* 3. Basım. Ankara: Nobel Yayıncılık.

Cavanaugh, C. K., ve Cavanaugh, J. C. (2018). The Importance of Executive Coaching for Academic Administrations. *Journal of Higher Education Management,* 33(1).

Cavanagh, M. J. ve Grant, A. M. (2014). *The Complete Handbook of Coaching: The Solution-Focused Approach to Coaching.* Editors: Cox, T. Bachkirova and D. Clutterbuck. Second Edition, London: SAGE Publication Ltd. ISBN: 978-1-4462-7615-0.

Çağlar, İ. (2015). *Bireysel, Örgütsel ve Toplumsal Düzeyde Değişim ve Değişim Yönetimi.* Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

Çetin, C. (2018). *İş ve İş Dışı Yaşamda 3'ü 1 Arada Kariyer Hedef Koçluk.* KitapAna. Altın Nokta Basım Yayın Dağıtım Bilişim. İzmir. ISBN 978-605-9515-32-0.

Damaş, G. (2010). *Kariyer Geliştirme Aracı Olarak Koçluk ve Yönetim Becerilerini Geliştirmeye Yönelik Örnek Bir Koçluk Uygulaması.* Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Doğan, S. (2006). *Personel Güçlendirme (Empowerment).* İstanbul: Sistem Yayıncılık.

El Achi, S. ve Sleilati, E. (2016). The Effect of Coaching on Employee Performance in the Human Resource Management Field: the Case of the Lebanese Banking Sector. *International Journal of Trade and Global Markets,* 9(2): 137-169. DOI: 10.1504/IJTGM.2016.076321.

Ensher, E. A., Nielson, T. R. ve Kading, W. (2016). Causes of Career-Defining Moments: Development of a Typology. *Journal of Career Development,* 44(2): 110-126. DOI: 10.1177/0894845316635820.

Erkutlu, H. V. (2014). *Liderlik, Kuramlar ve Yeni Bakış Açıları.* Ankara: Efil Yayınevi.

Güney, S. (2014). *İnsan Kaynakları Yönetimi.* 3. Basım, Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

Hart, E. W. (2003). Developing a Coaching Culture.*Center for Creative Leadership,* pp. 1-15.

Kalkavan, S. (2015). *Koçluk: Etkilediği ve Etkilendiği Örgütsel Faktörler.* İstanbul: Artikel Yayıncılık.

Kalkavan, S. ve Katrinli, A. (2014). The Effects of managerila Coaching Behaviors On The Employees'nPerception of K-Jon Satisfaction, Organisational Commitment and Job Performance: Case Study on Insurance Industry in Turkey. *10th International Strategic Management Conference, Procedia – Social and Behavioral Sciences,* 150: 1137-1147.

Karacan, E. ve Erdoğan, Ö. N. (2011). İşçi Sağlığı ve İş Güvenliğine İnsan Kaynakları Yönetimi Fonksiyonları Açısından Çözümsel Bir Yaklaşım. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi (KOSBED),* 21: 102-116.

Karaman, D. (2018a). Kişisel Yetenek Gelişiminde Koçluk Eğitiminin Rolü: İşsizlikle Mücadele İçin Bir Model **Önerisi.** *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi,* 8(15): 2147-2174. ISSN:2528-9527, E-ISSN: 2528-9535.

Karaman, D. (2018b). Koçluk Eğitimleri ile Sürdürülebilir Bireysel Performans ve İstihdamın Sağlanması. *Sosyal Araştırmalar ve Davranış Bilimleri Dergisi,* 28-30 Nisan 2018, Antalya I. Uluslararası Sosyal Araştırmalar ve Davranış Bilimleri Sempozyumu Bildirisinin Geliştirilmiş Hali, ss. 300-310. ISSN:2149-178X.

Kets de Vries, M. F. R. (2005). Leadership Group Coaching in Action: The Zen of Creating High Performance Teams. *Academy of Management Executive,* February 2005, 19(1): 61-76. DOI: 10.5465/AME.2005.15841953.

Kışlalı, İ. (2019). Koçluk Hizmeti Alan Çalışanların Mutluluk Düzeyleriyle İşten Ayrılma Niyeti ve Yaşam Doyumu Arasındaki İlişki. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 15(1). ISSN:2147-9208, E-ISSN:2147-9194.

Koçel, T. (2015). *İşletme Yöneticiliği: Yönetim ve Organizasyon; Organizasyonlarda Davranış; Klasik, Modern, Çağdaş ve Güncel Yaklaşımlar.* 16. Baskı. İstanbul: Beta Basım Yayım.

Lueke, R. (2009). *İş Dünyasında Koçlar ve Mentorlar: Üstün Yetenekler Geliştirme ve Performans Güçlendirme Yolları.* Çev. Ümit Şensoy. 3. Baskı. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

Marinescu, P. (2010). Mentoring and Coaching on an Organizational Level. *Journal of Manager: Leadership, Mentoring, Coaching and Motivation.* 11: 7-13.

Megginson, D. ve Clutterbuck, D. (2005). *Techniques for Coaching and Mentoring*. Great Britain: Elsevier Butterworth-Heinemann. ISBN: 0 7506 5287 X.

Minter, R. L. ve Thomas, E. G. (2000). Employee Development Through Coaching, Mentoring and Counseling: A Multidimensional Approach. *Review of Business,* 21(1-2): 43-47.

Opoku, Y. (2012). *An Analysis of Human Resource Planning and Its Effect onOrganisational Effectiveness – A Case Study of Information Services Department, ACCRA Office.*Master Thesis of Business Administration. Institute of Distant Learning Kwame NkrumahUniversity of Science and Technology.

Osatuke, K., Yanovsky, B. ve Ramsel, D. (2017). Executive Coaching: New Framework for Evaluation. *Consulting Psychology Journal: Practice and Research*, 69(3): 172-186.

Özbay, Ö. (2008). *Koçluk Yaklaşımının Yönetici Üzerine Etkileri ve Bir Araştırma.* Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Denizli: Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Özdemir, S., Seyfi, Ü. Y. ve Cenat, R. (2016). *Bir Meslek Olarak Koçluk Sanatı ve İşletme Koçluğu.* İstanbul: Cinius Yayınları.

Öztürk, A. T. (2010). İnsan Kaynakları Yönetiminde Performansa Dayalı Ücret ve Teşvik Sistemi. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi,* 2(2). ISSN: 1309 -8039.

Öztürk, Z. ve Ulusoy, M. (2015). Bankalarda Operasyonel Risklerin Önlenmesinde İnsan Kaynakları Yönetimi İşlevlerine İlişkin Sistemin Varlığı Konusunda Banka Çalışanlarının Görüşleri. *Electronic Journal of Vocational Colleges,* 5(2): 54-65.

Peterson, T. O., ve VanFleet, D. D. (2004). The Ongoing Legacy of R. L. Katz: An Updated Typology of Management Skills. *Management Decision,* December 2004, 42(10): 1297-1308. DOI: 10.1108/00251740410568980.

Rosinski, P. (2011). Global Coaching for Organizational Development.*The International Journal of Coaching in Organizations (IJCO),* Issue: 30, 8(2): 49-66. ISSN: 1553-3735.

Sığrı, Ü. ve Gürbüz, S. (2017). *Örgütsel Davranış.* 4. Baskı. İstanbul: Beta Basım Yayın.

Tokol, A. (2015). *Endüstri İlişkileri ve Yeni Gelişmeler.* Gözden Geçirilmiş ve Genişletilmiş 6. Baskı. Bursa: Dora Basın-Yayın Dağıtım.

Thorn, P. M. ve Raj, J. M. (2012).A Culture of Coaching: Achieving Peak Performance of Individuals and Teams in Academic Health Centers.*Academic Medicine,* 87(11): 1482-1483.

Uçkun, G. ve Kılınç, İ. (2007). *Koçluk ve Mentorluk.* Ankara: Ürün Yayınları.

Udoh, U. (2018). Job Analysis and Design.*Introduction to Human Resources Management*, 2: 1-17.

Ulrich, D., Allen, J., Brockbank, W., Younger, J. ve Nyman, M. (2012). *İK Dönüşümü: İnsan Kaynaklarını Dışarıdan İçeriye Doğru İnşa Etmek. Çev. Emre Eren. İstanbul:* Humanist Kitap Yayıncılık.

Walker, S. (2004). The Evolution of Coaching: Patterns, Icons and Freedom. *International Journal of Evidence Based Coaching and Mentoring*, 2(2): 16-28.

Wilson, C. (2011). Developing a Coaching Culture. *Industrial and Commercial Training,* 43(7): 407-414. ISSN: 0019-7858.

Yalçın, M. (2018). Sürdürülebilir Rekabette Yetenek Yönetimi: Kurumsal İşletmeler Üzerine Bir Araştırma. *Journal of International Social Research*, Ekim 2018, 11(59): 1205-1215. ISSN: 1307-9581.

TÜRKİYE'DE ÇOK PARTİLİ SİYASAL YAŞAMA GEÇİŞ VE DEMOKRAT PARTİ DÖNEMİ (1946-1960)

Cengiz ŞAVKILI[1]

1 Dr. Öğretim Üyesi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi, Tarih Bölümü, savkili67@ksu.edu.tr, orcid.org/0000-0002-7083-7020

TÜRKİYE'DE ÇOK PARTİLİ SİYASAL YAŞAMA GEÇİŞ VE DEMOKRAT PARTİ DÖNEMİ (1946-1960)

Cengiz ŞAVKILI[1]

GİRİŞ

Mustafa Kemal Paşa, 1922 yılında Ankara gazetelerine verdiği bir demecinde barış sağlanınca, halkçılığa dayanan ve "Halk Fırkası" adını taşıyacak bir siyasal parti kurma kararında olduğunu açıklamıştı (Tunçay, 1989, 47). Mustafa Kemal, yeni devletin ideolojisinin biçimlendirileceği bir siyasal parti fikrinin halk üzerindeki tesirini yerinde görmek için bir yurt gezisine çıkmış ve gezi sonrasında yapılan çalışmalar sonucunda 9 Eylül 1923'te Halk Fırkası kurulmuştur (Kongar, 1998, 107). Kurulan Halk Fırkasının adına "Cumhuriyet" kelimesi 10 Kasım 1924'te eklenmiş; 9 Mayıs 1935'te ise partinin adı Cumhuriyet Halk Partisi olarak değiştirilmiştir (Atay, 2012, 458). Parti teşekkülünü tamamlayan CHP, 27 yıl boyunca ülke siyasetine yön veren yegâne aktör olmuştur (Akgün, 2002, 38).

Kurtuluş Savaşının hemen ardından yurdun yeniden inşası mücadelesi başlamış, her alanda inkılâp yapıldığı gibi siyasi alanda da devrimler yapılmaya çalışılmıştır. Bu devrimlerden biri de çok partili hayata geçiş denemesidir. CHP'nin yanında muhalefet partisi kurulması cumhuriyet rejiminin de gereğiydi. Nitekim Mustafa Kemal ile bazı fikir ayrılıkları yaşayan kadim silah arkadaşlarından Kâzım Karabekir, Ali Fuat ve Refet Paşaların öncülüğünü yapmış olduğu grup, 17 Kasım 1924'te Terakkiperver Cumhuriyet Fırkasını kurmuşlardı (Karpat, 2012, 45; Tunaya, 1995, 611). TCF, genel seçimlere katılacak kadar uzun ömürlü olamamış, parti sadece boşalan 13 milletvekilliği için yapılan ara seçimlere katılabilmiştir. Hükümet, Şeyh Sait İsyanı sonrasında çıkarttığı Takrir-i Sükûn Kanunu'na dayanarak TCF'yi 5 Haziran 1925 tarihinde kapatmıştır (Resmi Gazete, 1925, 207). Yalnız TCF'nin kapatılması ülkeyi yönetenlerin tek partili bir yönetim anlayışını benimsediği anlamına gelmemektedir. Cumhuriyetin kuruluşundan sonra devrimlere karşı tavırların ortaya çıkması ve Şeyh Sait İsyanı gibi nedenler, tek parti kontrolünde otoriter bir yönetimi ortaya çıkarmıştır (Uzun, 2002, 570).

Aslında Mustafa Kemal, 1930'lu yıllarda yaygınlaşan dikta rejimlerine ve monarşik yönetimlere asla sıcak bakmamıştır (Yılmaz, 1990, II). Atatürk'e göre ülkede çok partili sisteme geçilirse, toplumun huzuru artacağı gibi ve rehavet içerisindeki CHF'de hareketlenecektir (Zürcher, 1995, 259-260). Nitekim Atatürk'ün telkiniyle harekete geçen Ali Fethi Bey, on

1 Dr. Öğretim Üyesi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi, Tarih Bölümü, savkili67@ksu.edu.tr, orcid.org/0000-0002-7083-7020

beş milletvekilinin de katılımıyla Ağustos 1930'da Serbest Cumhuriyet Fırkasını kurmuştur (Okyar & Seyitdanlıoğlu, 2010, 71). Siyasi ömrü üç ay süren SCF'nin, TBMM içindeki çalışmaları gensorularla sınırlı kalmıştır. 1930'lu yıllardaki dünya ekonomik buhranında, hükümeti denetleme gayesi ile kurulan SCF, ülkede demokrasi kültürünün gelişmemesinin de bir sonucu olarak 17 Kasım 1930'da feshedilmiştir (Tabak, 2002, 1007; Kırdar, 1987, 79). SCF tecrübesi Mustafa Kemal Paşa'ya memleketin gerçek siyasi havası hakkında bir fikir vermiştir. Mustafa Kemal, ülkede devrimlerin tam olarak yerleşmediğini ve memleketin henüz demokratik bir hayata geçişe hazır olmadığını tespit etmiştir (Yılmaz, 86).

Çok Partili Siyasi Hayat ve Demokrat Parti'nin Kuruluşu

26 Aralık 1938'de toplanan CHP 1. Olağanüstü Kurultayı, CHP tüzüğünde bazı değişiklikler yapmıştı. Değişikliğe göre Atatürk, CHP'nin banisi ve ebedi başkanı; İsmet İnönü ise CHP'nin değişmez genel başkanı ve Türkiye'nin "milli şefi" ilan edilmiştir (Bila, 1979, 140-141). İnönü'nün ılımlı bir siyaset izlemesine rağmen 17 Nisan 1940 tarihinde Köy Enstitüleri Kanunu kabul edilirken oylamaya birçok üyenin katılmaması, CHP'nin içinden *"sessiz bir muhalefet"* ile karşılaştığını göstermekteydi (Uyar, 2012, 333). Diğer taraftan 11 Kasım 1942'de TBMM'de kabul edilen *"Varlık Vergisi Kanunu*" tek parti yönetiminin ulaşmış olduğu aşamayı göstermesinin yanı sıra dış siyasal ilişkilerde de olumsuz sonuçlar doğurmuştur (Yetkin, 1983, 203). II. Dünya Savaşı yıllarında ülke içinde sıkı bir polis rejimi kurulmuş; halk ezilmiş ve karaborsalardan yararlanan yeni bir zengin zümresi türemişti (Eroğul, 1990, 3). Doğal olarak da halk kötü gidişatın faturasını CHP'ye çıkarmıştır.

Meclis içinde muhalefetin canlanması ve örgütlenmesinde çok büyük bir rol oynayan "Çiftçiyi Topraklandırma Kanunu" Ocak 1945'te Meclis'e gelmişti. Bu yasa görüşülürken, Adnan Menderes ile Başbakan Şükrü Saraçoğlu arasında bir hayli tartışmışlar olmuş; Emin Sazak ile Refik Koraltan da bu yasayı şiddetle eleştirmişlerdi (Ekinci, 2002, 1315). Toprak Yasası'nın oylanmasından önce Bayar, Menderes, Koraltan ve Köprülü parti grubuna *"Dörtlü Takrir"* olarak bilinen belgeyi vererek, muhalefetlerinin yalnız bütçeye ya da Toprak Yasası'na olmadığını göstermek istemişlerdi (Albayrak, 2004, 43). Aslında "Dörtlü Takrir'i" veren bu milletvekilleri önergelerinde, açıkça Türkiye'de çok partili bir düzene geçilmesini istemekteydiler. Fakat bunu açıkça söyleyememişler sanki CHP içinde bunu gerçekleştireceklermiş gibi davranmışlardı (Goloğlu, 2012, 403). Buna mukabil İsmet İnönü parti içindeki muhalif seslere yönelik olarak ayrı bir parti kurarak mücadele etmeleri yönünde telkinde bulunmuştur (Toker, 1990, 67).

Menderes ve Köprülü, Parti Genel Başkanlık Divanınca CHP'nin hareket ve faaliyetlerine uymadıkları gerekçesiyle oybirliği ile partiden ihraç edildiler (Bozkurt, 1968, 56). Partiden bu çıkarılmalar üzerine Celal Bayar, 28 Eylül 1945'de CHP'den ayrılmadan İzmir milletvekilliğinden istifa etmiş, 27 Kasım'da ise Refik Koraltan CHP'den çıkarılmıştır. Aralık ayı başında Celal Bayar'ın yeni bir parti kuracağı haberleri basında yer aldı. Gerçekten de Celal Bayar, 3 Aralık'ta CHP'den istifa etti ve 7 Aralık 1945'te partinin kuruluşu ile ilgili başta kendisi olmak üzere Menderes, Köprülü ve Koraltan imzalı dilekçeyi İçişleri Bakanlığına verdi (Albayrak, 57). İçişleri Bakanlığına yapılan başvurunun olumlu sonuçlanması neticesinde Demokrat Parti, 7 Ocak 1946 tarihinde resmen kuruldu. DP'nin kuruluşu, demokrasiyi özleyenler kadar, Halk Partisi içindeki muhaliflerin ayıklanmasını isteyenleri de memnun etmiştir (Gülcan, 2001, 230-231).

DP'nin ilk zamanlarda karşılaştığı en önemli zorluk, CHP'den farklı bir parti olduğunu topluma inandırmak oldu. DP muhalefet yıllarında işçinin, köylünün haklarını savunmakla kalmamış, basın hürriyeti gibi birçok alanda özgürlüklerin savunucusu olmuştur (Yıldız, 1996, 482). DP'nin kuruluş yılındaki etkin çalışmalarının bir sonucu olarak TBMM, 1947'de yapılması gereken seçimleri öne alarak seçimlerin yenilenmesine karar vermiştir (Teziç, 1976, 259). Seçimlerin öne alınmasının gerekçesini İsmet İnönü iç ve dış politikadaki gelişmeler karşısında kararlı bir yönetim ortaya koymakla şeklinde izah etmişti (Fersoy, 1971, 131-132). Seçimler öncesi en ilginç gelişme ise Mareşal Fevzi Çakmak'ın DP'nin bağımsız milletvekilli önerisini kabul etmesi olmuştur (Albayrak, 85). DP'li yöneticiler yurt gezilerinde devlet işlerinde yolsuzluk vurgusu yapmışlar; CHP'liler de sert bir şekilde DP'yi eleştirmişlerdi. Bu sırada DP'nin seçim propagandası afişleri asılmış ve bu afişte havaya kalkmış bir el ve üzerinde *"Yeter, Söz Milletindir"* yazısı vardı (Yılmaz, 2010, 183). 1946 Milletvekili Genel Seçimlerinde CHP 395, DP 64, Bağımsızlar da 6 milletvekili çıkarmışlardı (Albayrak, 90; Karpat, 250).

Demokrat Parti İktidarının 1950-1954 Dönemi

1950 seçimlerinin iki önemli özelliği vardır. Bunlardan birincisi güvenilir bir seçim kanunu yapılarak ilk defa tek dereceli seçim sisteminin benimsenmesi, ikincisi ise politikacıların köylere giderek halkla yakın temas kurmalarıdır. Günaltay Hükümeti Dönemi'nde seçimlerin dürüst ve serbest bir şekilde yapılabilmesi için, "gizli oy açık tasnif" ve "adlî teminat" üzerinde durulmuş ve bu çerçevede 16 Şubat 1950'de 5545 sayılı kanun çıkarılmıştır (TBMM Zabıt Ceridesi, C. 24, 1950, 667-709; Resmi Gazete, 1950, 17801-17814). Kanun ile seçimlerin yargıç denetiminde olması ve partilerin seçim propagandalarında radyodan yararlanmaları sağlanmıştır

(Teziç, 262). Neticede gün geçtikçe halk, DP'ye ısınmış ve "Demokrat" kelimesini "Demirkırat" olarak telaffuz etmeye başlamıştır. DP'nin güç kazanmaya başlaması üzerine İnönü, tarafsızlığını bir kenara bırakarak, seçim kampanyasına bizzat katıldı ve seçime böylesine bir düello içerisinde girildi (Çavdar, 2004, 18-19). 14 Mayıs 1950 Milletvekili Genel Seçimi sonuçlarına göre; DP 408, CHP 69, MP 1, Bağımsızlar ise 9 milletvekili çıkarmıştır (TUİK, 2014, 110; Tuncer, 2003, 363). Seçim sisteminden dolayı CHP oyların %39'unu almasına karşın meclisteki sandalyelerin yalnızca %14,4'ünü elde etmiştir.

22 Mayıs 1950 tarihinde toplanan mecliste, DP adayı Celal Bayar 387 oy alarak Cumhurbaşkanı, İçel Milletvekili Refik Koraltan ise 385 oyla Meclis Başkanı seçilmiştir. Başbakanlık görevi ise Bayar tarafından Adnan Menderes'e verilmişti (Turan, 1999, 12). Menderes Hükümeti iktidarının ilk ayı içinde çok önemli kararlar alınmıştır. Öncelikle ordunun yüksek mevkilerinde değişiklikler yapıldı. Çok geçmeden valiler arasında da bir tasfiye hareketi başlatıldı. Meclis önce "Arapça ezan yasağını" kaldırdı, ardından 14 Temmuz 1950'de genel af kanunu kabul etti. Böylece Halk Partisi zamanında işlenmiş bütün suçlar affedildi (F. Ahmad & B.T Ahmad, 1976, 71-72). Genel af DP yandaşları tarafından "sosyal barış için atılan önemli bir adım olarak" yorumlanırken; karşı görüştekiler tarafından ise "DP siyasal amaçları uğruna hırsızları, katilleri affetti" şeklinde yorumlanmıştır (Turan, 30).

DP iktidarının hızı Kore Savaşı'nın patlak vermesi ile zirveye çıktı. DP Hükümeti 25 Temmuz 1950'de Kore'ye 4500 kişilik bir kuvvet gönderme kararını aldı (Erhan, 2004, 545). CHP, Kore'ye asker gönderme kararının bir anayasa ihlali olduğunu savunmuştur. Aslında CHP'nin olumsuz tavrının nedeni kararın alınış şeklineydi (Ulus, 28 Temmuz 1950, 1). Millet Partisi Genel Başkanı Yusuf Hikmet Bayur'da Kore'ye asker gönderilmesine karşı çıkanlardandı (Eroğul, 59). Tüm itirazlara rağmen Türkiye, Güney Kore'ye 5090 kişiden oluşan *"I. Türk Tugayı'nı"* Tuğgeneral Tahsin Yazıcı komutasında gönderdi. Kore Savaşı'nda Türk Tugayı'nın *"Kunuri"* çatışmalarındaki başarıları, Amerika tarafından övgüyle karşılanmıştır. Kore'deki savaşta 717 Türk askeri hayatını kaybederken, 527 asker de yaralanmıştı (Albayrak, 2002, 1592-1593). Türkiye, bazı iddialara göre Kore Savaşı'na asker göndermesinin bir sonucu olarak, savaş sürerken BM Güvenlik Konseyi'ne geçici üye olarak kabul edilmiştir (Gönlübol & Sar, 1973, 247). Batılı ülkelerin desteğini alan Türkiye'nin NATO'ya girişiyle ilgili karar, 17 Şubat 1952'de onaylanmış ve 1 Mart 1952 tarihinde ise Türkiye birliğe dâhil olmuştur (Gürel, 1979, 76-78).

Kore'ye asker gönderilmesinden başka iktidar ile muhalefet arasındaki ilişkilerin gerilmesine neden olan bir diğer olay da, Köy Enstitülerinin

kapatılmasıdır. 25 Temmuz 1951'de Demokrat Parti, CHP'nin elindeki malları hazineye devretme kararı almış ve daha sonra ise Halk Evlerinin kapatılması hakkında bir kanunu meclisten geçirmiştir (Eroğul, 62-63). Giderek sertleşen DP, basını da kontrol altına almak için bir dizi kanuni düzenlemeler yaptı. 1951 yılında Ceza Kanunu'nun 141 ve 142. maddeleri ağırlaştırılmış; "Resmi İlanlar Kanunu" ile basına ilk darbe vurulmuştu. Bu kanun ile yandaş gazeteler ödüllendirilirken, muhalif basın cezalandırılmıştır (Akın, 2002, 1692). 14 Aralık 1953 tarihinde çıkarılan 6195 Sayılı Kanun ile CHP'nin mallarına el koymanın önü açılmış ve böylece muhalefetin parasına, mallarına ve matbaasına el konulmuştur (Teziç, 266). Bir diğer muhalefet partisi olan Millet Partisi'nin 1953'te yapılan Beşinci Büyük Kongresi'nde başta Hikmet Bayur, Vasfi Raşit Sevig olmak üzere 40 kadar MP'li, partilerinin gerici bir hüviyete büründüğü ve Kemalizm aleyhtarı bir tutum sergilediği gerekçesiyle partilerinden istifa ettiler (Ulus, 5 Temmuz; Cumhuriyet, 8 Temmuz, Zafer, 9 Temmuz 1953). Sonunda MP, mahkeme kararıyla 27 Ocak 1954'te temelli kapatılmıştır (Teziç, 266). MP'nin kapatılmasının akabinde Enis Akaygen, Osman Bölükbaşı, Ahmet Tahtakılıç, Suphi Batur ve bir kısım eski MP'li yönetici tarafından 10 Şubat 1954'te "Cumhuriyetçi Millet Partisi (CMP)" kurulmuştur (Kabasakal, 1991, 184).

Demokrat Parti İktidarının 1954-1957 Dönemi

1954 yılında yapılacak olan genel seçimleri kazanmak için DP, birtakım uygulamaları hayata geçirmiştir. Bunlardan birisi üniversite profesörlerine siyaset yasağı olarak algılanan "Üniversiteler Kanunu'nun 46'ncı Maddesinin (d) Fırkasının Değiştirilmesi Hakkında Kanun" idi (TBMM Tutanak Dergisi, 1953, 969; Resmi Gazete, 28 Temmuz 1953, 6836). Bu dönemde muhalefet kendilerini güçsüz hale getirmek isteyen iktidara karşı güç birliği yapmanın yollarını aramaktaydı. CMP, 12 Mart 1954 tarihinde bir bildiri yayınlamış, CHP ise bu bildiriye rejimin selameti açısından sıcak bakmıştır (Yeni Ulus, 13-14 Mart 1954). İyi niyetli yaklaşımlara rağmen CHP Yönetimi, bazı çevrelerce gerici olduğu öne sürülen CMP ile işbirliği yapmak istediği gerekçesiyle şiddetle eleştirilmiştir (Bila, 279). Karşılıklı eleştiri ve suçlamalarla geçen propagandalar sonucunda 2 Mayıs 1954 tarihinde yapılan Milletvekili Genel Seçimlerinde; DP 503, CHP 31, CMP 5, Bağımsızlar ise 2 milletvekili çıkarmıştı (Tuncer, 364; TUİK, 2012, 25). CHP'nin politikaları ile 1954 seçimlerinde uygulanan çoğunluk sistemi birleşince, sonuç CHP için yıkıcı ve çok ağır olmuştur (Teziç, 267).

CHP, 1954 seçimine halkın bir önceki seçimde yaptığı tercihinin değişeceği ümidiyle girmiş; üstelik liste başlarına "ünlü" kişileri koymuştu (Bila, 281). CHP, seçimde beklediği sonucu alamadığı gibi, seçim parti içinde dönüşümü tetiklemiş parti meclisi, tutum ve ideolojide değişiklik-

ler yapılması gerektiğini savunmuştur (Ayata, 2010, 80). Buna mukabil DP, 1950-1954 yılları arasında uyguladığı icraatlar sayesinde kırsal kesimin büyük desteğini almıştı. Bu destekte traktör sayısındaki artış, tarımsal krediler gibi tarımsal politikaların büyük katkısı olmuştur. Ayrıca yapılan limanlar, barajlar, köprüler, köy içme suyu projeleri gibi hizmetler ülkeyi adeta şantiyeye çevirmiş ve dolayısıyla bu gelişmeler DP'nin oylarına yansımıştır (Yücel, 2002, 1548).

1954 seçimlerinden sonra Celal Bayar hükümeti kurması için Adnan Menderes'i görevlendirmiş böylece Menderes üçüncü kabinesini kurmuştur. Güvenoyu alan Adnan Menderes ilk iş olarak Amerika'ya daha sonra Almanya'ya gitmişti. Dış politikada bir bahar havası esiyor, her şey şimdilik yolunda görünüyordu. Oysa iç politikada gerilim her geçen gün artıyordu (Albayrak, 2004, 484). Celal Bayar'ın 1954 seçim zaferinden sonra, DP Genel İdare Kurulu üyelerine verdiği ziyafetteki söylemlerinden partinin "ince demokrasiyi" artık bir kenara bırakacağı anlaşılıyordu. Birçok DP'li seçimlerde CHP'ye çalışmış memurların cezalandırılması hususunda görüş birliğine varmışlardı (Aydemir, 1968, 266). İktidar işi daha da ileri götürerek CMP'ye oy verdiği için 30 Haziran 1954'te Kırşehir'i ilçe yaparak cezalandırmıştır (Resmi Gazete, 7 Temmuz 1954).

DP, en kuvvetli olduğu yıllarda hatalar yaparak, kendi bünyesine ve geçmişine uymayacak bir yola girmiş gibi görünüyordu (Burçak, 1998, 223). Radyoların siyasilere kapatılması; Yargıtay, Danıştay, Sayıştay üyeleri ile profesörlerin 25 yıl hizmetten sonra emekli edilecek olmaları anlaşılır bir uygulama olarak görülmüyordu. Daha da kötüsü memur güvencesi ortadan kaldırılıyordu. İktidarın sertleşmesinden Zonguldak işçilerine yaptığı konuşma dolayısıyla tutuklanan CHP Genel Sekreteri Kasım Gülek de nasibini almıştı. (Eroğul, 106). DP'yi baskı yoluna iten en önemli etken giderek artan iktisadi bunalım ve dış politikada ortaya çıkan sorunlardı. Kore Savaşı'ndan sonra Türkiye'nin tarım gelirlerinin azalması, özellikle dış politikada "Kıbrıs Sorunu" gibi konular giderek iktidarı köşeye sıkıştırmıştır (Akşin, 2000, 217). 1955 yılı "Menderes iktidarının en kritik yılı" olarak nitelendirilmektedir. Çünkü bu dönemde Türkiye, Yunanistan ve İngiltere arasında Kıbrıs görüşmeleri çıkmaza girince, Londra'da ve Türkiye'de gösteriler organize edilmek istenmiştir (Özdemir, 2002, 1654). Londra Konferansı devam ederken, İstanbul Exspres gazetesinin 5 Eylül 1955 tarihli sayısında *"Atatürk'ün Selanik'te doğduğu eve bomba atıldığı"* haberi üzerine; Rumlara karşı başta İstanbul, Ankara ve İzmir'de önce protesto gösterileri daha sonra ise şiddet ve yağmalama boyutlarına varan olaylar olmuştu. Hükümet olaylara karışan ya da ihmali görülenleri cezalandırıp, zararı tazmin etmesine rağmen, 6-7 Eylül olayları Türkiye'nin saygınlığına büyük bir darbe vurmuştur (Yücel, 1550-1551). Türkiye bu

olaylardan sonra Kıbrıs siyasetinde uyguladığı "*Kıbrıs Türk'tür Türk kalacaktır"* tezinden *"ya taksim ya ölüm"* tezine geçmek zorunda kalmıştır (Akşin, 217-218). İlerleyen süreçte Kıbrıs konusunda ABD ve NATO'nun devreye girmesi ile Türkiye ile Yunanistan ikili görüşmelere başladı. 5-11 Şubat 1959'da Zürich'de yapılan görüşmelerden sonra bağımsız bir "Kıbrıs Cumhuriyeti" kurulması kararı çıktı. Resmen 1960'da kurulan Kıbrıs Cumhuriyeti, 21 Aralık 1963'e kadar devam etmiştir (Armaoğlu, 533-534).

İç politikada siyasi ve ekonomik durumun daha da ağırlaşması nedeniyle muhalefet basın ve mitingler vasıtasıyla sesini yükseltmeye başladı. Bu nedenle hükümet, 27 Haziran 1956'da çıkarılan "Toplantılar ve Gösteri Yürüyüşleri Hakkında Kanun" ile siyasal partilerin, seçim propaganda devresi dışında açık hava toplantıları yapmalarını yasakladı. Kapalı toplantılar ise en büyük mülki amirin iznine bağlandı. Hatta kanunun 13. Maddesi ile izinsiz toplantının dağıtılması için kolluk görevlilerine hedef gözetilmeksizin ateş açma izni bile verildi (Resmi Gazete, 30 Haziran 1956, 14715; TBMM Zabıt Ceridesi, 1956, 531-555). Menderes Hükümeti'nin aldığı diğer tedbirler arasında Adalet Bakanlığı'nın kararı ile yüksek dereceli yirmi üç hâkimin emekliye sevk edilmesi ve Nisan 1957'de İşçi Sendikaları Konfederasyonu'nun kapatılması sayılabilir (Teziç, 269-270). Alınan bütün tedbirlere rağmen durumun iç açıcı olmadığını anlayan Menderes, seçimlerin öne alınmasını sağlamış, ilçe haline getirilen Kırşehir ise yeniden 7001 sayılı Kanun ile il yapılmıştır (Resmi Gazete, 19 Haziran 1957, 17333).

Meclisin 25 Haziran 1957 tarihli oturumunda Osman Bölükbaşı, iktidara hakaret ettiği gerekçesiyle salondan çıkartılmış ve 2 Temmuz da hapsedilmiştir (Zafer, 3 Temmuz 1957, 1). İktidarın bu uygulamaları "Millî Muhalefet Cephesi'nin" kurulmasını yeniden gündeme getirmiş ve üç muhalif parti temsilcileri seçimde stratejilerini belirlemek için İnönü'nün Heybeli Ada'daki evinde bir araya gelmişlerdi (Eroğul, 198-199). DP kurucularından Fuat Köprülü'nün 6 Eylül 1957'de DP'den istifa etmesiyle birlikte DP, 11 Eylül 1957'de seçimleri yenileme kararı aldı. Seçim öncesi muhalefet partileri CHP, Hürriyet Partisi, CMP ise aralarında anlaşarak "güç birliği" yapmaya karar verdiler. DP, muhalefetin güç birliğini kırmak için 7053 Sayılı Kanunu çıkarmış ve Fuat Köprülü'nün milletvekilliğinin önünü kesmiştir (Teziç, 270-271; Resmi Gazete, 12 Eylül 1957).

1957 erken seçimlerine gelindiğinde CHP, tümüyle yeni bir mesajla ortaya çıktı. Programı; sendikalı işçilere grev hakkı, üniversitelere özerklik, bürokrasiye yeni ayrıcalıklar, anti-demokratik yasaların ve Milli Müdafaa Kanunu'nun kaldırılmasına ilişkin maddeler içermekteydi (Ayata, 80). CHP böylesine bir değişimle somutlaşırken, DP'de 1950 öncesindeki hava devam etmekteydi. 20 Ekimdeki Taksim mitinginde halka seslenen Celal

Bayar'ın; *"30 yıl sonra bu mübarek memleket 50 milyon nüfusu ile küçük bir Amerika olacaktır"* (Zafer, 21 Ekim 1957) demesi, iktidarının ayaklarının yere basmadığını göstermekteydi. İnönü'yü ülkeyi Rusya'ya satmakla suçlayan Menderes, 1957 seçimleri öncesinde birden bire sertleşerek telaş ve paniğe kapılmıştır. İnönü ise tarihsel bir uyarıda bulunarak; *"Eğer DP'nin şansı varsa, benim sağlığımda çekilmek lütfuna uğrar. Onları ileride savunacak tek adam ben olacağım"* demiştir (Bila, 309).

Demokrat Parti İktidarının 1957-1960 Dönemi

Muhalefetin bütün gayretlerine rağmen 27 Ekim 1957 seçimleri DP'nin lehine sonuçlanmış, fakat artık zafer parlak değildi (Yavaşgel, 2004, 100). Çünkü DP, seçimde büyük kayıplara uğramıştır. Seçim sonuçlarına göre DP kazanmış olmasına karşın oylarında düşüş yaşanmıştır. DP 424 vekil çıkartırken, CHP oylarını artırarak 178 vekil çıkarmıştır. CMP ve HP ise 4'er milletvekili çıkarabilmişlerdi (Albayrak, 2004, 299-300). Diğer taraftan 1957 seçimi DP'nin iktidarı boyunca en az katılımın olduğu seçim olmuştur (Türk, 1969, 81). Seçime "*Büyük Türkiye için Desteğinizi İstiyorum"* posteriyle giren Menderes beklediği desteği alamamıştı. TBMM'nin 2/3 çoğunluğuna sahip olmasına rağmen oy oranı %50'nin altına düşmüştü. CHP ve CMP'nin toplam oy oranları ise DP'yi geçmişti (Turan, 133).

1950-1960 yılları arasındaki ekonomik durum bir önceki dönemle kıyaslandığında, önemli bir değişim ve gelişim göstermiştir. Bu dönemde Cumhuriyet tarihinin en büyük kalkınma rakamları yakalanmıştır. Sınaî üretimi 1948'de 100 endeksinden, 1960'da 256'ya yükselmişti. 1950-1960 arasında gayri safi milli hâsıla ise 496 liradan, 1836 liraya çıkmıştır. DP döneminde dış ticaret dengesi ise petrol ve makine ithalatı sebebiyle genellikle açık verdi. Yüksek yatırımla birlikte halk ilk kez enflasyon olgusuyla yaşamaya alışmıştır (Demir, 2009, 315). DP'nin on yıllık iktidarı döneminde devlet ekonomik alandan çekilmemiş, kamu iktisadi kuruluşları satılmadığı gibi yenileri açılarak sayıları otuzu bulmuştur (Ülken, 1981, 240). DP, 7 Mart 1954 tarihinde "Petrol Yasası"nı TBMM'den geçirmiş (Resmi Gazete, 16 Mart 1954); özellikle çimento ve şeker sanayilerini devlet eliyle kurmuş ve geliştirilmiştir (Çavdar, 2003, 393). Ayrıca bu sektörlerin ihtiyaçlarına göre şekillenen enerji sektöründeki baraj ve termik santrallerinin açılması da oldukça dikkat çekicidir.

Kendisi de bir çiftçi olan Menderes, tarım alanında önemli kararlara imza atmıştır. Menderes bir devletin kuvvetli bir sanayiye sahip olabilmesinin yolunun ancak kuvvetli bir zirai bünye ile sağlanabileceğine inanmaktaydı (Zafer, 15 Şubat 1955). Menderes döneminde kırsal yerleşim alanlarına çok sayıda traktör, makine ve ziraat aleti girmiş; böylece hem ekilebilen topraklar artmış hem de üretim çoğalmıştır. Makine ve araçla-

rın kolayca köye girişi köyün ve köylünün havasını değiştirerek, onların iktidara olan bağlılıklarını artırmıştır (Aydemir, 2000, 218). Traktör sayısı 1951'de 24.000 iken 1958'de 42.527'ye yükselmiş (Turan, 152); Biçerdöver sayısı ise 1940 yılında 57 iken 1957 yılında 6.523'e çıkmıştır (Ahmad, 1996, 140). Türkiye 1950–1960 yılları arasında, toplam 580.600.000 dolar ABD yardımı almış ve bu paranın bir kısmını tarım alanında kullanmıştır (Yeresimos, 1980, 722). DP, önemli ekonomi kararları almasına rağmen kendisiyle çelişen "*Milli Korunma Kanunu*" gibi uygulamalara da imza atmış ve Hükümet bu kanunla vurguncuları ve karaborsacıları şiddetle cezalandırmak istemiştir (Baytal, 2007, 557). Grev hakkı, I. Menderes Hükümeti'nin programında yer almasına rağmen, on yıllık DP iktidarında verilmemiş; sadece işçi haklarında bazı düzenlemeler ve iyileştirmeler yapılmıştır. DP döneminde, 1952 yılında Türkiye İşçi Sendikaları Federasyonu'nun (Türk-İş) kurulması, 1954'te "İşçi B*ankası'nın*" Kayseri'de açılması, 1956'da ise 6734 sayılı yasayla işçilere hafta sonu tatilleri için bir, bu günlerde çalışmaları durumunda da yüzde yüz zamlı gündelik verilmesi önemli gelişmeler olarak karşımıza çıkmaktadır (Albayrak, 2002, 1591-1592).

DP döneminde eğitim alanında önemli gelişmeler yaşanmıştır. Eğitimin her kademesinde okullaşma, öğrenci ve öğretmen sayılarında önemli artışlar olmuştur. Örneğin 1950 yılında ilkokul sayısı 1251 iken, 1958'e gelindiğinde sayı 20.775'e çıkmış, öğretmen sayısı 27.144'den 50905'e, öğrenci sayısı ise 1.460.000'den 1958'de 2.280.000'e çıkmıştır (Göktepe, 2002, 1670). Yükseköğretim alanında ise 1955'te Ege Üniversitesi ile Karadeniz Teknik Üniversitesi, 1957'de "Orta Doğu Teknik Üniversitesi", 1958 yılında ise "Atatürk Üniversitesi" açılmıştır (Akyüz, 1999, 360).

DP iktidarı tarafından ABD'nin mali ve teknik yardımlarıyla, Anadolu köylerini ilk defa dış dünyaya açan; köylüleri, kasaba ve kentler ile tanıştıran yaygın bir kara yolu şebekesi yapıldı (Ahmad, 1999, 140). Karayolu sayesinde köylü, ürününü pazara götürüp satan küçük üretici konumuna gelmiştir (Kahraman, 2012, 384-385). Tek parti döneminde demiryolu alanına ağırlık verilip kara yoları ihmal edilirken, DP döneminde de karayolu ve köprü yatırımına öncelik verilmiş, fakat demiryolları ihmal edilmiştir (Emiroğlu vd., 2012, 84).

27 Mayıs 1960 Askeri Darbesi ve Demokrat Parti İktidarının Sonu

1960 darbesini planlayıp gerçekleştiren grubun oluşumu, İstanbul'daki Harp Okulu'nda okuyan iki genç subay olan Dündar Seyhan ile Faruk Güventürk'ün, radikal fikirli subaylardan bir hücre oluşturmaya başladıkları 1955'te başlamıştır. Ankara'da genç subaylar iki grup oluşturmuşlardı.

Bunlardan birincisi Osman Köksal, Sezai Okan ve Talat Aydemir etrafında; ikinci grup ise Sadi Koçaş ve Kenan Esengil etrafında toplanmışlardı. Aydemir ve Seyhan, 1957 seçimleri öncesinde Menderes Hükümetine güçlenmeden hemen bir darbe vurmayı önermişler, fakat Ankara'daki meslektaşları tarafından vazgeçirilmişlerdi. Ardından Güventürk ile M. Suphi Gürsoytrak, İsmet İnönü'nün nabzını yoklamışlar, fakat İnönü onları tersleyerek kendisi ile irtibat kurmamalarını söylemiştir (Hale, 2014, 140-142). Beşinci Menderes hükümeti göreve gelir gelmez *"Dokuz Subay Olayı"* gündeme geldi. Kurmay Binbaşı Samet Kuşçu'nun ihbar ettiği subaylar; Güventürk, Barut, Sabuncu, Tan, Özfırat, Dalkılıç, Ural, Aşkun ve emekli Albay Celal Yıldırım idi (Özdağ, 1997, 99). 25 Aralık'ta ihbar edilen dokuz subay, 26 Aralık 1957 tarihinde tutuklandı. Tuğgeneral Cemal Tural başkanlığında askeri mahkeme, yaptığı tahkikatlar sonucunda darbeye kalkıştıkları iddia edilen bu şahısların beraatlarına karar vermiş; ihbarda bulunan Samet Kuşçu'yu ise "orduyu isyana teşvik" suçundan iki yıl hapis cezasına çarptırmıştır (İpekçi & Coşar, 1965, 100).

Siyasi dertlerden baskıyla uzaklaşmayı kısmen de olsa başaran iktidar, iktisadi dertlerden bir türlü kurtulamıyordu. İktidar, "Milli Korunma Kanunu" uygulamalarını fiilen durdurdu ve enflasyonu dizginleyebilmek için kamu kuruluşlarının ürünlerine zam yaptı (Akşin 2000, 218). İktidarın izlediği sertlik politikaların bir sonucu olarak 7 Ekim 1958 tarihinden itibaren muhalefet partileri güç birliği etmek için görüşmelere başladılar. CMP ile TKP'nin 16 Ekim 1958'de birleşmesiyle, Cumhuriyetçi Köylü Millet Partisi (CKMP) adıyla yeni bir parti oluştu. Muhalefetin işbirliği çabaları iktidarı giderek hırçınlaştırmıştı. İktidar-muhalefet gerginliği Hürriyet Partisi'nin 24 Kasım 1958'de CHP'ye katılmasıyla daha da artmıştır (Albayrak, 2004, 522). Muhalefetin bu birleşme hareketleri DP'ye karşı bir "Güç Birliği Cephesi (Milli Muhalefet Cephesi)" olarak değerlendirilmiştir. Menderes ise Manisa İl Kongresi'nde 12 Ekim 1958 tarihinde yaptığı konuşmasında, bu birleşme hareketini "husumet cephesi" olarak yorumlamış ve bu cepheye karşı bir "Vatan Cephesi'nin" kurulmasından söz etmiştir (Gaytancıoğlu, 2011, 96-97).

Memlekette giderek artan gerginliği beklenmedik bir olay birkaç aylığına olsa da engellemiştir. Bu olay, Kıbrıs konusunu görüşmek için Londra'ya giden Başbakan'ın 17 Şubat 1959'da uçağının düşmesiydi. 16 kişinin öldüğü kazayı Başbakan Menderes hafif sıyrıklarla atlatmış, memlekete döndüğünde ise muazzam sevgi gösterileri ile karşılanmıştır. Ankara'ya gelişinde kendisini karşılayanlar arasında İnönü'de vardı. Bu vesile ile 28 Şubat 1959 tarihinde son kez İnönü-Menderes el sıkışmış oldular (Eroğul, 146). Uçak kazasından sonra iktidar ile muhalefet arasında oluşan bahar havası çok kısa bir süre sonra yerini daha sert bir siyasi çekişmeye ve olay-

lara bırakmıştır. CHP lideri İnönü ve 46 milletvekili partililer ile birlikte Uşak'tan başlattığı bir yurt gezisine çıkmıştı. 29 Nisan 1959'da çıkılan bu yurt gezisinin ilk durağı olan Uşak'ta olaylar çıkmış ve İnönü atılan bir taş ile başından yaralanmıştı. Uşak'tan Manisa'ya geçen İnönü burada yaptığı konuşmada saldırıları Menderes ve Bayar'ın hazırladığını iddia etmiştir (Turan 1999, 192-193). İnönü, Ege gezisinden döndüğü 4 Mayıs 1959 günü Topkapı'ya geldiğinde bir grup insanın saldırısına uğramış, bu saldırıdan ancak orada bulunan bir binbaşının olaya müdahale etmesi ile kurtulmuştu (Eroğul, 150). 1959 yılı yazında bir parça yumuşayan hava Eylül ayında CHP'nin Çanakkale Gezisi sırasında tekrar bozulmuştu. 11 Eylül 1959'da CHP Genel Sekreteri Kazım Gülek ve üç milletvekili Ezine ilçesinin Geyikli bucağına gittiler. Ancak burada beş yüz kadar DP'lilerin protestoları ile karşılanmışlar ve olaylar çıkmıştır (Albayrak, 2004, 526). İktidar ve muhalefet arasında bardağı taşıran olay ise Kayseri de yaşanmıştır. 2 Nisan 1960'da Yeşilhisar'a gitmek için Kayseri'ye ulaşan İnönü, Kayseri'nin girişinde istasyonda Vali Ahmet Dallı tarafından üç saat bekletilmiş, sonunda valinin geri adım atmasıyla Kayseri'ye girebilmiştir. Ancak İnönü, oradan Yeşilhisar'a geçmeden Ankara'ya dönmüştür (Hale, 147).

18 Nisan 1960 tarihinde Bursa Milletvekili Mazlum Kayalar ve Denizli Milletvekili Baha Akşit tarafından CHP'nin yıkıcı, gayrimeşru ve kanun dışı faaliyetlerini incelemek için verilen teklif üzerine, Ahmet Hamdi Sancar ve 15 DP milletvekillerinden oluşan "Tahkikat Komisyonu" kuruldu (TBMM Zabıt Ceridesi, 1960, 189-212). Komisyonunun ilk icraatı, siyasi parti faaliyetlerini durdurmak ve kendi çalışmalarıyla ilgili yayınları yasaklamak olmuştur. Bu komisyona; savcı, hâkim, askeri hâkim yetkileri ile gazeteleri toplayıp kapatabilme, her türlü evrak ve eşyayı toplayabilme yetkileri verilmiştir (Bila, 325). Hüseyin Nail Kubalı ile Tarık Zafer Tunaya bu komisyonu anayasaya aykırı bulmuşlar; Ali Fuat Başgil ise Menderes ile görüşmesinde komisyonun kurulmasının değil, ona verilen yetkilerin anayasaya aykırı olduğunu söylemiştir (Turan, 202). Komisyona sadece üniversite hocaları değil, öğrenciler de tepki göstermişlerdi. İhtilalin ilk belirtisi 27 Nisan'da İstanbul'da, ertesi gün ise Ankara'da öğrencilerin sokaklara dökülmesi ve olayların yaşanması ile ortaya çıkmıştır (Başgil, 2008, 124).

Ülkede öğrenci olaylarının yaşandığı sırada Menderes radyodan konuşmalar yapıyor, Ege'ye gidip İzmir'de kendisini karşılayan kalabalıklar karşısında maneviyat yükseltiyordu. Bayar, Ali Fuat Başgil'in hükümetin istifa etmesi yönündeki tavsiyesine; "*Hayır tenkit zamanı geçti. Şimdi tenkil zamanıdır"* diyerek sert bir biçimde karşılık vermişti (Başgil, 130). 3 Mayıs 1960 tarihinde izine ayrılan Kara Kuvvetleri Komutanı Cemal Gürsel, 5 Mayıs'ta Milli Savunma Bakanına bir ihtar mektubu göndermişti. Bu

mektupta Cumhurbaşkanı'nın istifası, hükümetin değişmesi, antidemokratik kanunların derhal kaldırılması, tutuklu talebelerin affı, din simsarlığından vazgeçilmesi, vatandaşın hürriyet ve eşit muamele hakkına mutlak riayet edilmesi isteniyordu. İsyan belirtisi taşıyan bu mektuptan anlaşıldığı kadarıyla, uysal bir orgeneral gitmiş yerine asi bir general gelmişti (Aydemir, 1973, 349-350). Gittikçe köşeye sıkışan DP, çareyi İstanbul ve Ankara'da sıkıyönetim ilan etmekte bulmuş; ayrıca gösteri ve yürüyüşleri yasaklayarak, gece sokağa çıkma yasağı getirmişti (Başgil, 124). Alınan bütün tedbirlere rağmen 5 Mayıs 1960'da Ankara'da muazzam bir gösteri yapıldı. Fısıltı gazetesi bu gösteriyi "555K Parolası" ile önceden bildirmişti (Eroğul, 158). Kızılay meydanında gerçekleşen protestoda vatandaşlar "Menderes istifa" diye bağırmışlardı. Olaylara seyirci kalmayan Menderes cesur bir şekilde kendini kalabalığın içine atmış; Celal Bayar ve bazı arkadaşları ise Kızılay'ın bir köşesinde bu tehlikeli macerayı izlemekten başka bir şey yapmamışlardı (Aydemir, 2000, 369-370). İktidar kontrolü tamamen kaybettiği gösteren bir diğer gelişme ise 21 Mayıs'ta, 1000 kadar Harp Okulu öğrencisinin Cumhurbaşkanlığı Köşküne doğru bir yürüyüş yapmasıyla ortaya çıkmıştır (Weıker, 1967, 31).

27 Mayıs 1960 darbesi, Türk Silahlı Kuvvetleri'ne mensup 38 subay tarafından gerçekleştirilmişti. Ancak darbe emir-komuta zinciri içinde yapılmamıştır. Cunta görüntüsü veren darbeciler, kendilerini meşru bir zemine oturtmak için her fırsatta "*27 Mayıs Devrimini yapan Türk milleti"* ibaresini kullanmışlardır (Yücel, 1558). Menderes belki Konya'ya ulaşırım umudu ile gittiği Kütahya'da yakalandı. Bayar ise Çankaya'da ordu tarafından teslim alındı. DP'nin diğer ileri gelenleri de yakalanıp, Harp Okulu'nda tutuldular (Eroğul, 161). Tutuklamaların ardından Yassıada'daki yargılama süreci başlatılmış, diğer taraftan da demokratik düzeni yeniden kurmak üzere harekete geçen MBK, yeni anayasayı hazırlatmak üzere bir ilim heyeti oluşturmuştur (Turan, 224). 14 Ekim 1960'dan 15 Eylül 1961 tarihine kadar süren Yassıada mahkemelerinde, toplam 592 sanık hakkında 19 ayrı dava açılarak yargılama yapılmış ve 228 kişi hakkında ölüm cezası istenmiştir (Yücel, 1559-1560). Adnan Menderes, Fatin Rüştü Zorlu ve Hasan Polatkan'ın ölüm cezaları, iktidardaki MBK tarafından onaylandı ve mahkeme kararı yerine getirildi. Mahkeme tarafından bazı sanıklar ömür boyu hapse mahkûm edilirken, 418 kişiye 6 ay ile 20 yıl arasında değişen hapis cezası verilmiş; 123 kişi ise beraat etmiştir (Özdemir, 2002, 1658).

İsmail Cem'e göre 27 Mayıs darbe hareketinin kökenleri hayli derin olup, çeşitli nedenleri vardır. Cem, bu nedenler arasında; DP iktidarının asker-sivil bürokratlarda yaşattığı hayal kırıklığı sonucunda bürokrasinin kendi partileri gördükleri CHP ile işbirliği yapmalarını ve DP'nin izlemiş olduğu enflasyonist politikalardan sabit gelirlilerin hoşnut olmamaları gibi

nedenleri sıralamaktadır. Celal Bayar ise 27 Mayıs'ta yaşanan durumu, DP ile CHP'nin devlet anlayışları arasındaki çatışmanın bir sonucu olarak yorumlamıştır (Cem, 2017, 333-334). Sebebi nasıl izah edilirse edilsin 27 Mayıs darbesi, demokrasi tarihimiz için bir kara leke olduğu gibi, darbe sonrası Yassıada Mahkemeleri yargılamalarıyla daha da trajik bir hal almıştır.

SONUÇ:

Atatürk'ün öncülüğünde Cumhuriyet'i ilan eden kadronun büyük bir kısmı bu rejimin ruhuna uygun olarak çok partili sisteme geçmeyi düşünmüşlerdi. Çağdaş dünyaya ayak uydurmayı düşünen bu lider kadro, Avrupa'da bile yaygın olarak görülen totaliter-otoriter uygulamalardan uzak durmak istemiştir. Ne yazık ki, Atatürk döneminde kurulan Terakkiperver Cumhuriyet Fırkası ile Serbest Cumhuriyet Fırkası denemelerinden bir sonuç alınamayınca, çok partili sisteme geçiş de sonuçsuz kalmıştı. 27 yıllık tek parti iktidarı döneminde asker-sivil bürokrasi iktidarı ellerinde tutarken, sermaye grubu ile halk kendini dışlanmış hissetmekteydi. İkinci Dünya Savaşı sonrası Batı dünyası ile yaşanan yakınlaşmalar ve dönemin ekonomik, siyasal ve toplumsal şartları çok partili sistemin adeta belirleyicisi olmuştur. Bu gerçekler ve zorunluluklar içerisinde "Dörtü Takrir" ile ortaya çıkan Demokrat Parti'yi, CHP içinden kopan kadro kurmuştur. DP, her geçen gün tek parti uygulamalarından bıkan aydınlar, toprak ağaları, ticaret burjuvazisi, eşraf ve sosyal haklar isteyen işçi kesiminin birleştiği bir merkez haline dönüşmüştü. Gün geçtikçe halkın DP'ye ısınması rüzgârın lehine esmesine neden olmuştur. Köylere kadar giderek yakın temas kuran DP, güvenilir seçim kanunu ile tek dereceli seçim sisteminin avantajlarını da kullanarak, 1950 seçimi ile iktidara gelmiştir.

DP İktidara gelir gelmez programına ve amaçlarına uygun düzenlemeler yapmış, bu da halk tarafından takdirle karşılanmıştır. DP geleneksel tarım anlayışı yerine modern tarım anlayışına geçmiş; bu anlayışın bir sonucu olarak, kırsal kesimin sorunları gittikçe azalmıştır. Bu dönemde traktör sayısı, biçerdöver sayısında çok ciddi artışlar sağlanmış ve tarımsal üretimlerde yabana atılamayacak gelişmeler yaşanmıştır. Karayolları ağında artış, kırsal kesimi kapalı bir kutu olmaktan kurtarmış ve halkın ürettiklerini pazarlayabilme imkânını ortaya çıkarmıştı. Kurulan KİT'ler devletçilik anlayışından vazgeçilmediğini bariz bir işareti olarak ortaya çıkmasına rağmen, bu dönemde asla özel teşebbüsler ihmal edilmemiştir. DP dış politikada iktidarının son yılına kadar Sovyet Rusya tehdidine göre bir politika belirleyerek, Batı yanlısı bir siyaset izlemiştir. Dış politikada farklı bir dönemin yaşandığı bu süreçte Türkiye, birden çok pakt ve anlaşmalar yapmıştır. Özellikle Kore'ye asker gönderilmesi, NATO'ya girilme-

si, Balkan ve Bağdat paktları ile her ne kadar başlangıçta izlenen siyasetten bazı tavizler verilse de, Kıbrıs politikaları dönemin önemli siyasi gelişmeleri olarak karşımıza çıkmaktadır.

Demokrat Parti'nin altın yılları diye tanımlanabilecek 1950-1954 yılları arasında hem iç hem de dış politikada tam bir bahar havası yaşanmıştı. Duraklama dönemi olarak nitelendirebileceğimiz 1954-1957 yılları arasında ise kötü gidişatın başlamasıyla birlikte DP, toplumun bütün kesimleri tarafından sorgulanmıştır. Daha önce CHP'den nasıl kopmalar yaşanmışsa, aynı kaderi DP de yaşamış ve kendi içinden çıkan muhalifler ile mücadele etmek zorunda kalmıştır. DP iktidarının asıl sıkıntılı süreci ise 1957-1960 yıları arasında başlamıştır. İktidar, kan kaybettikçe yasaklara, sansüre başvurmuş ve doğal olarak siyasi hava giderek sertleşmiştir. 1960 yılına gelindiğinde iktidar ile muhalefet arasında yaşanan çekişmeler ve siyasi kargaşalar halkı bloklara bölmüştü. Sonunda DP iktidarı boyunca dışlandığına inanan askerî kesim, bu durumu fırsata çevirerek, 27 Mayıs 1960'da darbe yapmış ve DP yönetimine son vermiştir.

KAYNAKLAR

Ağaoğlu, A. (1969). Serbest Fırka Hatıraları, 2. Baskı, İstanbul, Baha Matbaası.

Ahmad, F. (1996). Demokrasi Sürecinde Türkiye (1945-1980), İstanbul, Hil Yayınları.

Ahmad, F. (1999). Modern Türkiye'nin Oluşumu, İstanbul, Kaynak Yayınları.

Ahmad, F., Ahmad, B.T. (1976). Türkiye'de Çok Partili Politikanın Açıklamalı Kronolojisi 1945-1971, Birinci Basım, Ankara, Bilgi Yayınevi.

Akgün, B. (2002). Türkiye'de Seçmen Davranışı, Partiler Sistemi ve Siyasal Güven, Ankara Nobel Yayınları.

Akın, R. (2002). Türkiye'de Çok Partili Siyasal Hayata Geçiş ve Demokrat Parti İktidarı (1945-1960), *Türkler,* C. 16, Ankara, Yeni Türkiye Yayınları.

Akşin, S. (2000). Siyasal Tarih (1950–1960), Demokrat Parti Dönemi, *Türkiye Tarihi 4, Çağdaş Türkiye (1908–1980),* İstanbul, Cem Yayınevi.

Akyüz, Y. (1999). Türk Eğitim Tarihi (M.Ö. 1000-M.S. 2015), İstanbul, Pagem Akademi.

Albayrak, M. (2002). DP Hükümetlerinin Politikaları (1950-1960), *Türkler,* C. 16, Yeni Türkiye Yayınları.

Albayrak, M. (2004). Türk Siyasi Tarihinde Demokrat Parti (1946-1960), Ankara, Phoenix Yayınevi.

Armaoğlu, F. (1995). 20. Yüzyıl Siyasi Tarihi, C. 1-2: 1914-1995, 11. Baskı, İstanbul, Alkım Yayınevi.

Atatürk, M.K. (1986). Nutuk-Söylev, C. I, 2. Baskı, Ankara, TTK Yayınları.

Atay, F.R. (2012). Çankaya, Atatürk'ün Doğumundan Ölümüne Kadar, İstanbul, Pozitif Yayınları.

Ayata, A.G. (2010). CHP (Örgüt ve İdeoloji), 2. Baskı, Gündoğan Yayınları.

Aydemir, Ş.S. (1968). İkinci Adam, C. II, İstanbul, Remzi Kitabevi.

Aydemir, Ş.S. (1973). İhtilâlin Mantığı ve 27 Mayıs İhtilâli, İstanbul, Remzi Kitabevi.

Aydemir, Ş.S. (2000). Menderes'in Dramı 1899-1960", 7. Basım, İstanbul, Remzi Kitabevi.

Başgil, A.F. (2008). 27 Mayıs İhtilali ve Sebepleri, Çev. Cemal Aydın, İstanbul, Yağmur Yayınevi.

Baytal, Y. (2007). Demokrat Parti Dönemi Ekonomi Politikaları (1950-1957), *Atatürk Yolu, S.*40, Kasım, 545-567.

Bila, H. (1979). CHP Tarihi (1919-1979), 1. Baskı, Ankara, DMS Doruk Matbaacılık.

Bozkurt, C. (1968). Siyaset Tarihimizde C.H.P, Dünü Bugünü İdeolojisi, İstanbul.

Burçak, R.S. (1998). On Yılın Anıları (1950–1960), Ankara, Nurol Matbaacılık.

Cem, İ. (2017). Türkiye'de Geri Kalmışlığın Tarihi, 26. Basım, İstanbul, Türkiye İş Bankası Yayınları. Cumhuriyet, 8 Temmuz 1953.

Çavdar, T. (2003). Türkiye Ekonomisinin Tarihi (1900-1960), Ankara, İmge Kitabevi.

Çavdar, T. (2004). Türkiye'nin Demokrasi Tarihi (1950'den Günümüze), Ankara, İmge Kitabevi.

Çolak, F. (2002). Türkiye'de Çok Partili Hayata Geçiş ve Demokrat Parti (1945–1950), *Türkler,* C. 16, Ankara, Yeni Türkiye Yayınları.

Demir, Ş. (2009). *Türk Siyasi Tarihinde Adnan Menderes (1930-1960)*, Marmara Üniversitesi Türkiyat Tarihi Araştırmaları Enstitüsü, Cumhuriyet Tarihi Bilim Dalı Doktora Tezi, İstanbul.

Ekinci, N. (2002). İnönü Dönemi ve II. Dünya Savaşı Yılları, *Türkler,* C. 16, Ankara, Yeni Türkiye Yayınları.

Emiroğlu, A., Koçyiğit, N., Kesici, S. (2012). Demokrat Parti Yönetiminde Ekonomik Politikalar, *Tarihin Peşinde-Uluslararası Tarih ve Sosyal Araştırmalar Dergisi,* S. 8, 73-92.

Erhan, Ç. (2004). 1945-1960 ABD ve NATO'yla İlişkiler, Türk Dış Politikası Kurtuluş Savaşından Bugüne Olaylar, Belgeler, Yorumlar, Baskın Oran (Ed.), C. I: (1919-1980), İstanbul, İletişim Yayınları.

Eroğul, C. (1990). Demokrat Parti Tarihi ve İdeolojisi, Ankara, İmge Kitabevi.

Fersoy, O.C. (1971). Bir Devre Adını Veren Başbakan Adnan Menderes, İstanbul Mayataş Yayınları.

Gaytancıoğlu, S. (2011). *Demokrat Parti İktidarı Ve Vatan Cephesi*, (B. Y.L. Tezi), Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Yönetimi Anabilim Dalı, Edirne.

Gologlu, M. (2012). Türkiye Cumhuriyeti Tarihi-III (1939-1945) Milli Şef Dönemi, İstanbul, Türkiye İş B.Y.

Göktepe, C. (2002) Menderes Dönemi (1950–1960), *Türkler,* C. XVI, Ankara, Yeni Türkiye Yayınları.

Gönlübol, M., Sar, C. (1973). Olaylarla Türk Dış Politikası, (1919–1973), 3. Baskı, Ankara, SBFY.

Gülcan, Y. (2001). Cumhuriyet Halk Partisi (1923-1946), Bursa, Alfa/Aktüel Kitabevi.

Gürel, Ş.S. (1979). Orta Doğu Petrollerinin Uluslararası Politikadaki Yeri, Ankara, SBF Yayınları.

Hale, W. (2014). Türkiye'de Ordu Ve Siyaset, Çev: Ahmet Fethi, İstanbul, Alfa Yayınları.

İpekçi, A., Coşar, Ö.S. (1965). İhtilalin İçyüzü, İstanbul, Milliyet Yayınları.

Kabasakal, M. (1991). Türkiye'de Siyasal Parti Örgütlenmesi (1908-1960), İstanbul, Tekin Yayınevi.

Kahraman, H.B. (2012). Türk Siyasetinin Yapısal Analizi-II 1920-1960, 2. Basım, İstanbul, Agora Kitaplığı.

Karpat, K.H. (2012). Türk Demokrasi Tarihi, 3. Baskı, İstanbul, Timaş Yayınları.

Kırdar, N. (1987). Serbest Fırka Nasıl Doğdu? Nasıl Feshedildi?", İstanbul.

Koçak, C. (2000). Siyasal Tarih, *Türkiye Tarihi 4, Çağdaş Türkiye 1908-1980,* İstanbul, Cem Yayınevi.

Kongar, E. (1998). Türkiye'nin Toplumsal Yapısı, C. I-II, İstanbul, Remzi Kitabevi.

Kürkçüoğlu, Ö. Türkiye'nin Arap Ortadoğu'suna Karşı Politikası (1945-1970), Ankara, Barış Kitap.

Okyar, O., Seyitdanlıoğlu, M. (2010). Atatürk, Okyar ve Çok Partili Türkiye Fethi Okyar'ın Anıları, Ankara, İş Bankası Yayınları.

Özdağ, Ü. (1997). Menderes Döneminde Ordu-Siyaset İlişkileri ve 27 Mayıs İhtilali, İstanbul, Boyut Kitapları.

Özdemir, H. (2002). Demokrasiye Geçiş ve Menderes Dönemi, *Türkler*, C. 16, Ankara, Yeni Türkiye Yayınları.

Resmi Gazete, 6 Haziran 1925; 21 Şubat 1950; 28 Temmuz 1953; 16.03.1954; 07.07.1954; 30.06.1956; 19.06.1957; 12.09.1957.

Tabak, S. (2002). Serbest Cumhuriyet Fırkası*, Türkler,* C. 16, Ankara, Yeni Türkiye Yayınları.

TBMM Tutanak Dergisi (1953). IX. Dönem, C. 24, TBMM Basımevi, Ankara, s. 969.

TBMM Zabıt Ceridesi (1945). VII. Dönem, C. 17, TBMM Basımevi, Ankara, s. 472-512.

TBMM Zabıt Ceridesi (1950). VIII. Dönem, C. 24, TBMM Matbaası, Ankara, 667-709.

TBMM Zabıt Ceridesi (1956). X. Dönem, C. 12, TBMM Matbaası, Ankara, s.

TBMM Zabıt Ceridesi (1960). XI. Dönem, C. XIII, TBMM Matbaası, Ankara, 189-212.

Teziç, E. (1976). Siyasî Partiler (Partilerin Hukukî Rejimi ve Türkiye'de Partiler), İstanbul, Gerçek Yayınevi.

Toker, M. (1990). Demokrasimizin İsmet Paşalı Yılları (1944-1973)–Tek Parti'den Çok Parti'ye (1944–1950), Ankara, Bilgi Yayınevi.

Tunaya, T.Z. (1995). Türkiye'de Siyasi Partiler, C. I, İstanbul, Arba Yayınları.

Tuncer, E. (2003). Osmanlı'dan Günümüze Seçimler (1877-2002), 2. Baskı, Ankara, TESAV Yayınları.

Tunçay, M. (1989). Türkiye Cumhuriyetinde Tek-Parti Yönetimi'nin Kurulması (1923-1931), 2. Baskı, İstanbul, Cem Yayınevi.

Turan, Ş. (1999). Türk Devrim Tarihi, Çağdaşlık Yolunda Yeni Türkiye (14 Mayıs 1950–27 Mayıs 1960), 4. Kitap, II. Bölüm, Ankara, Bilgi Yayınevi.

TÜİK (2012). Milletvekili Genel Seçimleri 1923-2011, Ankara, Türkiye İstatistik Kurumu Matbaası.

TÜİK (2014). İstatistik Göstergeler 1923-2013, Ankara, Türkiye İstatistik Kurumu Matbaası.

Türk, H.S. (1969). Türk Seçim Sisteminde Oy Hakkı, *AÜHFD,* C. 26, S. 3-4, 79-114.

Ulus, 28 Temmuz 1950, 5 Temmuz 1953.

Uyar, H. (2012). Tek Parti Dönemi ve Cumhuriyet Halk Partisi, İstanbul, Boyut Matbaacılık.

Uzun, T. (2002). Atatürk Dönemi Muhalefet Hareketleri, *Türkler,* C.16, Ankara, Yeni Türkiye Yayınları.

Ülken, Y. (1981). Atatürk ve İktisat, Ankara, İş B. Y.

Weıker, W.F. (1967). Amerikalı, Fransız, Rus Gözüyle 1960 Türk İhtilâli, Çev. Mete Ergin, İstanbul, Cem Yayınevi.

Yavaşgel, E. (2004). Temsilde Adalet ve Siyasal İstikrar Açısından Seçim Sistemleri ve Türkiye'deki Durum, 1. Baskı, Ankara, Nobel Yayınları.

Yeni Ulus, 13-14 Mart 1954.

Yeresimos, S. (1980). Az Gelişmişlik sürecinde Türkiye, Bizans'tan 1971'e, Çev: Babür Kuzucu, 3. Baskı, İstanbul.

Yeşil, A. (2002). Türkiye Cumhuriyeti'nde İlk Teşkilatlı Muhalefet Hareketi Terakkiperver Cumhuriyet Fırkası, Ankara, Cedit Neşriyat.

Yetkin, Ç. (1983). Türkiye'de Tek Parti Yönetimi (1930-1945), İstanbul, Altın Kitaplar Yayınevi.

Yıldız, N. (1996). Demokrat Parti İktidarı ve Basın (1950-1960)*, AÜSBFD,* 51 (1), Ankara, 481-505

Yılmaz, E. (2010). 1946 Seçimlerinde Öne Çıkan Bazı Hususlar, *ODÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi,* 1 (1), 177-188.

Yılmaz, M. (1990). *Serbest Cumhuriyet Fırkası,* (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

Yüceer, S. (2002). Cumhuriyet Dönemi Çok Partili Hayata Geçiş Sürecinde İlk Girişim: Terakkiperver Cumhuriyet Fırkası", *Türkler,* C. 16, Ankara, Yeni Türkiye Yayınları.

Yücel, M.S. (2001). Demokrat Parti, İstanbul, Ülke Kitaplar-10.

Yücel, M.S. (2002). Menderes Dönemi (1950–1960), Türkler, C. 16, Ankara, Yeni Türkiye Yayınları.

Zafer, 15 Şubat 1955, 3 Temmuz 1957, 21 Ekim 1957

Zafer, 9 Temmuz 1953.

Zürcher, E.J. (1995). Modernleşen Türkiye'nin Tarihi, Çev: Yasemin Saner Gönen, İstanbul, İletişim Yayınları.

TÜKENMİŞLİK SENDROMU VE MÜCADELE YÖNTEMLERİ[1]

Çağdaş IŞIKAY[2]

1 'İşyeri Nezaketsizliği, Tükenmişlik ve İş Doyumu İlişkisinde Örgütsel Adalet Algısının Aracılık Rolü: Muğla İli Kamu Hastaneleri Birliğinde Görev Yapan Hemşireler Üzerine Bir Araştırma' konulu doktora tezimden üretilmiştir.

2 (Öğr.Gör.Dr.); Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Muğla-Türkiye, E-mail:cagdasi@mu.edu.tr

TÜKENMİŞLİK SENDROMU VE MÜCADELE YÖNTEMLERİ[1]

Çağdaş IŞIKAY[2]

GİRİŞ

Birçok çalışan, iş hayatında çeşitli zorluklarla ve engellerle karşı karşıya gelmektedir. Çalışanların, bu stresörlere verecekleri tepkiler farklı olabilir. Literatür incelendiğinde, çalışanlarda iş stresine bağlı ortaya çıkabilecek tepkilerden birinin de tükenmişlik olduğu göze çarpmaktadır. Tükenmenin, yoğun sosyal yaşamdan kaynaklanabilen bir sorun olduğu vurgulanmıştır. Özellikle 1970 yılından itibaren, tükenme konusu üzerinde bilimsel araştırmalar yapılmaya başlanmıştır (Maslach, Schaufeli ve Leiter, 2001, s.398).

1. Tükenmişlik Sendromunun Tanımı

İnsan hizmetleri sunan kurumlardaki profesyonel personelin, genellikle diğer insanlarla yoğun bir şekilde ilgilenmek için çok fazla zaman harcaması gerekir. Bu personel-müşteri etkileşimi, müşterinin o sırada yaşadığı bedensel, psikolojik problemlere yoğunlaşır ve bu yüzden müşteri öfke, utanma, endişe, korku ya da ümitsizlik duyguları ile yüklenir. Bu sorunlara yönelik çözümler her zaman açık ve kolay bir şekilde elde edilememekte, böylece duruma belirsizlikler ve hayal kırıklığı eklenmektedir. Bu koşullar altında insanlarla sürekli çalışan yardımcı profesyoneller için kronik stres duygusal olarak bunaltabilir ve "tükenmişlik" riski ile karşı karşıya kalınabilir. Freudenberger'e (1974) göre tükenmişlik, yoğun, uzun, özverili ve fazla çalışma sonucunda işe kontrolsüz bir adanmışlığa bağlı olarak gelişen enerji ve istek kayıplarıyla kendini gösteren duygusal tükenme durumunu ifade eder. Bireyin çalışmasını sağlayan iç kaynakları tükenmiş durumdadır, fiziksel ve psikolojik sağlığı bozulmuştur (s.161). Özetlenecek olur ise; Freudenberger (1974) tükenmişliğin özellikle duygusal tükenmişlik boyutunu ortaya koymuştur. Yazara göre tükenmişlik, çalışmaya başladıktan bir yıl sonra ortaya çıkmaktadır (s.159-160).

"Tükenmişlik", bireylerin insanlarla çalıştığı işlerde kronik strese yanıt olarak ortaya çıkan duygusal açıdan tükenmişlik, çevreye karşı duyarsızlaşma ve bireyin yaşadığı kişisel başarı duygusunun azalması sendromudur (Maslach ve Jackson, 1981, s.99). Duygusal tükenme, bireyin başka

1 'İşyeri Nezaketsizliği, Tükenmişlik ve İş Doyumu İlişkisinde Örgütsel Adalet Algısının Aracılık Rolü: Muğla İli Kamu Hastaneleri Birliğinde Görev Yapan Hemşireler Üzerine Bir Araştırma' konulu doktora tezimden üretilmiştir.

2 (Öğr.Gör.Dr.); Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Muğla-Türkiye, E-mail:cagdasi@mu.edu.tr

insanlarla iletişimleri sonucunda gelişen, duygusal yönden tükenmiş hissetme duygularını ifade eder. Çalışanın yaptığı işte karşılaştığı kronik strese yanıt olarak ortaya çıkar. Bireyin işi tarafından tüketilmesini ifade eder. Tükenen birey işine olan eski hevesini, isteğini kaybeder, hizmet verdiği bireylerden uzak durmaya çalışır, buna bağlı olarak da iş verimliliğinde azalma görülür. Duyarsızlaşma, genellikle kişinin hizmetinin veya bakımının alıcısı olan bu insanlara karşı duygusuz, merhametsiz ve katı bir tepkiyi ifade eder. Çalışanların, hizmet alıcıları olan insanlara karşı insanlık dışı ve alaycı tutumlar geliştirmesi anlamına gelir. Birey hizmet sunduğu kişilere karşı, duygudan yoksun, merhametsiz bir şekilde davranır. Çalışan, karşısındaki insanları sanki insan değil de bir nesneymiş gibi görmeye ve davranmaya başlar. Burada hizmeti sunan çalışanlarda duygusal bir katılık, esnek olmama, insanları önemsememe durumu söz konusudur. Çalışanın, olumsuz, alaycı tutum ve davranışlarda bulunması, insanları sınıflandırması ve başkalarının kendisiyle ilgili olumsuz düşünceler içinde olduğunu sanması duyarsızlaşmanın diğer belirtileri arasındadır. Kişisel başarıda düşme, kişinin, kendi çalışmalarında yeterlilik ve başarı duygularında bir düşüş olması anlamına gelir. Çalışan, kendini işinde yetersiz ve başarısız olarak algılar. Bu bireyler, hizmet sundukları kişilerle ilgili faaliyetlerinde kendilerini olumsuz değerlendirme eğilimindedir. Çalışanlar, kendileri hakkında mutsuz hisseder ve işteki başarılarından memnun değildir. İşte karşılaştıkları güçlüklerle baş edemeyeceklerini düşünür ve kontrol kaybı yaşarlar. Bu duruma işinde yetersizlik duyguları da eşlik eder (Leiter ve Maslach,1988, s.297-298; Maslach ve Jackson, 1981, s.99-112; Maslach, vd., 2001, s.403).

Yapılan bazı araştırmalara (Ertürk ve Keçecioğlu, 2012, s.46; Wright ve Bonett, 1997, s.496) göre, duygusal tükenme arttıkça duyarsızlaşma ve kişisel başarıda düşüklük hisside artmaktadır. Ayrıca bu araştırmalarda duygusal tükenmenin, tükenmişlik için en önemli bileşen olduğu da vurgulanmıştır. Freudenberger (1974)'in tükenmişliği tanımlamasından sonra bu olgu bir hastalık olarak kabul edildi ve 1997'de İsveç'te bir hastalık olarak tanısı konuldu. Daha sonrasında ise halk sağlığının bir politikası haline geldi (Friberg, 2009, s.538).

Önceki çalışmalar, tükenmişliğin insanlarla yüz yüze ve yoğun ilişki kuran mesleklerde görüldüğünü öne sürmüştür. Günümüzde ise tükenmişliğin, iş stresine verilen bir tür psikolojik tepki olarak nitelendirildiği görülmektedir. Bu bağlamda tükenmişlik, tüm meslek gruplarında ortaya çıkabilecek sosyal bir problem olarak değerlendirilebilir (Arı ve Bal, 2008, s.136).

2. Tükenmişlik Sendromunun Belirtileri

Tükenmişlik sendromuna ilişkin belirtiler, fiziksel, psikolojik ve davranışsal olmak üzere üç başlık altında incelenebilir.

Fiziksel belirtiler

Tükenmişliğin fiziksel belirtileri, uzun süren yorgunluk, enerjide azalma, uyku düzensizliği, solunum zorluğu, mideye ilişkin şikayetler, baş ağrısı, kas ağrısı, soğuk algınlığı ve fiziksel güçsüzlük olarak kendini göstermektedir. Bu belirtiler daha çok kişinin bedensel işlevleriyle ilgilidir (Freudenberger, 1974, s.160; Korunka, Tement, Zdrehus ve Borza, 2010, s.20-25; Lambie, 2007, s.83).

Psikolojik belirtiler

Tükenmiş bireylerde depresif ya da sık değişen ruh hali, artan gerginlik, endişe, kaygı, ağlamaya eğilim, istek ya da hevesini kaybetme, can sıkıntısı, bıkkınlık, hayal kırıklığı, idealizmin yoksunluğu gibi bireysel düzeyde psikolojik belirtilere rastlanmaktadır. Bunların yanı sıra kişilerarası ilişkilerde çabuk öfkelenme, aşırı hassas ve duygusal hissetme, müşteriler, hizmet alıcıları ya da hastaları ile duygusal empati kurmada yetersizlik, çevreye karşı gittikçe artan öfke, sinirlilik duyguları yaşanmaktadır. İlaveten, çaresiz hissetmek, anlam ve umut kaybı, güçsüzlük, tuzağa düşmüş hissetme, başarısızlık duygusu, benlik saygısını kaybetme, suçluluk hissetme, intihar düşünceleri, karmaşık görevlerle ilgili olarak konsantre olamama, unutkanlık ya da zorluk duyguları yaşamak, hizmet alıcıları hakkında olumsuz düşünceler beslemek görülebilecek psikolojik belirtilerdendir (Korunka vd., 2010, s.20-25).

Lambie (2007) çaresizlik, umutsuzluk, suçluluk, anksiyete ve tuzağa düşme hislerini duygusal belirtiler arasında sıralamıştır (s.83). Freudenberger'e (1974) göre, sinirlilik, hayal kırıklığı, duygularına hakim olmada zorluk, kolayca ağlamak, en ufak bir baskı karşısında aşırı yük altında kaldığını hissetmek tükenen bireyde görülebilecek psikolojik belirtilerdendir (s.161-162).

Davranışsal belirtiler

Tükenmişlik, bireyin davranışlarına yansıyabilir. Bu durum tükenen bireyin davranışlarına bakılarak, tahmin edilebilir. Fiziksel ve psikolojik belirtiler daha zor farkedilirken, davranışsal belirtiler daha kolay farkedilebilir. Bireyin davranışlarına yansımış tükenmişliğin, ileri bir düzeye vardığı düşünülür. Yani birey, yaşadığı tükenmeyi artık davranışlarıyla çevresine yansıtmaya başlamıştır (Dalkılıç, 2014, s.34).

Tükenen bireylerde, hiperaktivite, dürtüsel davranışlar, kafein, tütün, alkol, yasadışı uyuşturucuların tüketiminde artış, eğlence faaliyetlerine katılmamak, kompulsif şikayetler, inkar, istifa etmek gibi davranışlara rastlanmaktadır. İlaveten, şiddetli öfke patlamaları, şiddet içeren ve saldırgan davranışlara eğilim, müşterilere / hizmet alıcılarına / hastalara yönelik saldırganlık, kişilerarası, evlilik ve aile çatışmaları, sosyal izolasyon ve geri çekilme, hizmet alıcılara mekanik bir şekilde yanıt verme, ilgisiz, kayıtsız ve saygısız davranışlar sergilemek bireyin çevresiyle etkileşimleri sırasında görülen davranışlardandır. Bunların yanı sıra, hizmet alanları aşağılamak, alaycı ve insani olmayacak şekilde muamele etmek, etiketlemek, ilgi göstermemek, kötümser yaklaşmak sergilenen diğer davranışlar arasında sayılabilir (Korunka vd., 2010, s.20-25).

Freudenberger'e (1974) göre, bireyde ani öfkelenme, bağırmak, çığlık atmak, öfkenin etkisiyle şüpheli bir tutum takınmak ve paranoya gelişmesi davranışsal belirtiler arasında sayılabilir. Kurban, hemen hemen herkesin kendisini mahvetmeye çalıştığını hissetmeye başlar. Paranoyak durum, her şeye gücünün yeteceğini hissetmesine ve aşırı derecede özgüven duygusuna neden olabilir. Birey rahatlamak için sakinleştirici, uyku ilaçları ve uyuşturucu maddeleri aşırı bir şekilde kullanabilir (s.161-162).

Tükenmişliğin davranışsal belirtileri üzerinde duran araştırmacılardan birinin de Lambie (2007) olduğu görülmektedir. Yazara göre, çalışanlarda işe devamsızlık, saldırganlık, iş değiştirme, madde kullanımı, madde bağımlılığı ve mesleğini bırakmak gibi davranışsal belirtiler tükenmişlikte görülebilir (s. 83).

Sıralanan bu belirtiler tek tek değerlendirildiğinde, tükenmişlik de dahil olmak üzere bir çok problemi düşündürebilir. Bu nedenle, kurumun ortamı ve yürütülen işin özellikleri göz önünde bulundurulduğunda, bu belirtilerin çalışanın yaşamaya başladığı bir tükenmenin işaretleri olduğu görülebilir. Tükenmişlikle mücadele edebilmek için, tükenme durumunu saptamak gerekir (Arı ve Bal, 2008, s.142).

3. Tükenmişliğin Dönemleri

Tükenmişlik birden bire ortaya çıkmayan, zamanla gelişen bir sendrom olarak görülmüştür. Araştırmacılar, tükenmişlik sendromunun coşku dönemi ile başladığını, bu dönemden sonra bireyin durgunluk dönemini yaşayabileceğini, ardından engellenme ve ilgisizlik dönemlerinin gelebileceğini vurgulamaktadır. Genel olarak tükenmişlik, dört döneme ayrılarak incelenmiştir (Kaçmaz, 2005, s.30; Oruç, 2007, s.24-27).

Coşku dönemi: İşe yeni başlayan birey kendini umut dolu ve enerjik hisseder. Bu dönemde kişi, mesleğine yönelik gerçekle bağdaşmayan idealler taşımaktadır. Çalışan birey mesleğini, hayatındaki diğer konulardan önemli görmektedir. Birey, zorlayıcı çalışma koşullarına, uygulama sorunlarına, uyku sorunlarına, kendi özel hayatına ve yaşamla ilgili diğer süreçlere zaman ayıramamaya rağmen, işine üstün bir uyum sağlama çabası gösterir. Birey zamanla bu sorunlarla baş edememeye başlar ve giderek durgunlaşır. Bu dönemde yaşanan durumlar, iş hayatına başladıktan sonraki bir sene içerisinde meydana gelir.

Durgunluk dönemi: Bireyin işine başladığı dönemde yaşadığı istek, umutluluk ve motivasyonda azalma olur. Çalışan, daha önce rahatsız olmadığı mesleki zorluklardan giderek rahatsız olmaya başlar. Meslek, hem içerik açısından hem de uygulamaya dönük tüm yönleri ile bireyin beklentilerini karşılayamamaktadır. Kişi, mesleğine başlarkenki düşüncelerinin gerçekleşmediğini görür ve bu durumdan dolayı hayal kırıklığı yaşar. Birey için mesleğinin dışındaki faaliyetler ve kişisel gereksinimler daha önemli hale gelir.

Engellenme dönemi: Başlangıçta birey insanlara yardım ve hizmet etmek için çalışma sürecine başlamıştır. Bu dönemde birey, karşılaştığı problemlerin etkisiyle insanları, sistemi ve çalışma koşullarını değiştiremeyeceğini düşünmeye başlar. Engellenme dönemini yaşayan çalışan, hayattaki rolünü, çevresine kattığı değeri ve yaşama amacını sorgulamaya başlar. Yaptığı işin sınırlılıklarını, amaçlarını gerçekleştirmede bir engel olarak görür. Engellenmişlik duygusu içerisinde mesleğini sürdürme konusunda endişeler yaşar. Engellenmişlik durumunda 3 seçenekten birini tercih eder. Bunlardan ilki, adaptif savunma mekanizmasıyla uyum sağlama sürecinin başlamasıdır. Çalışan, yaşadığı yoğun süreçle mücadele etmek için, çeşitli stratejiler geliştirir ve uygulamaya koyar. İkinci olarak çalışan, maladaptif savunmalar geliştirebilir, fakat etkisiz olan bu savunmalar yaşanan tükenmişliği daha da artırabilir. Son olarak da çalışan birey, savunma mekanizması olarak yaşadığı olaylardan kaçınmaya çalışabilir. Engellenme dönemi, tükenmişlik yaşayan bireylerin duygusal çalkantılarının belirginleştiği, fiziksel şikayetlerinin arttığı ve davranışsal sorunlarının belirginleştiği bir dönem olması açısından önemlidir.

İlgisizleşme dönemi: Bu dönemdeki kişi mesleğine yönelik umutsuzluk, ilgisizlik, doyumsuzluk ve inançsızlık hisseder. Kişi mesleğini yapılacak bir iş olarak görür ve yeterince zaman ayırmaz. Çalışan mesleğini yapmaktan memnun değildir, sadece ekonomik ve sosyal güvenliği açısından mesleğini yapmaktadır. İş yaşamı kişiye sıkıntı ve mutsuzluk verdiği için işten yakınma, duyarsız davranma, işe geç gelme gibi davranışlar gösterilir. Bu dönemde yaşanan ilgisizlik, umutsuzluk ve uzaklaşma en yoğun safhasındadır.

Tükenmişliğin bir süreç içerisinde vuku bulan farklı özelikleri nedeniyle dönemler halinde incelenmesi gerekir. Bireylerin tükenmişlik düzeyleri değerlendirilip tükenmişliğin varlığı ya da yokluğu konusunda kesin bir kanaate varılamamaktadır. Bu nedenle, yaşanan dönemlerin her biri kendi içinde ayrıca ele alınmalıdır. Tükenen bireylerin tamamı, sayılan evreleri sırasıyla yaşamayabilir. Aynı dönem içerisinde birden fazla evrenin özelliğini yaşayabilirler (Oruç, 2007, s.25).

4.Tükenmişlikle Mücadele Yöntemleri

4.1. Bireysel mücadele yöntemleri

Bireysel mücadele yöntemleri, bireyin kendi gayretine bağlı olduğundan daha düşük maliyetlidir. Çalışanın kendini tanımaya çalışması, iş stresine karşı koruyucu mekanizmalar geliştirmesi ya da kendine zaman ayırması gibi destekleyici mekanizmalar, özellikle duygusal tükenmeyi iyileştirebilir. Maslach vd. bireysel önlemlerin daha çok duygusal tükenme üzerinde etkili olduğunu buna karşılık duyarsızlaşma ve düşük kişisel başarıyı etkilemediğini vurgulamaktadır (2001, s.418). Bu bölümde, bireysel mücadele yöntemleri incelenecektir.

Kendini doğru tanımak

İnsanların kendi özelliklerini, yeteneklerini ve beklentilerini dolayısıyla olaylara verdikleri tepkileri değerlendirebilmeleri için kendilerini tanımaya çalışmasının ya da kendi kendini izlemesinin önemli olduğu vurgulanmaktadır. Birey kendini izleyerek, tükenmişliğe bağlı gelişen değişiklikleri fark edebilir (Schrbracq, Winnubst ve Cooper, 1996, s.415). Izgar (2003), insanların kendilerini tanımasının ve ihtiyaçlarının farkında olmasının tükenmişlikle mücadele için gerekli olduğunu bildirmektedir (s.46-47). Özellikle ne hissettiğini ve niçin hissettiğini bilebilmek tükenmişlikle mücadelede ilk adım olarak görülmüştür. Örneğin, çalışanın meslekten beklentileri yüksek olabilir fakat, bunun farkında olmayabilir (Schrbracq vd., 1996, s.415). Birey kendi özelliklerini tanıyamazsa, kaldıramayacağı yüklerin altında yıpranabilir (Balcıoğlu, Memetali ve Rozant, 2008, s.103).

Mantıklı hedefler belirlemek

Tükenmişlik, çoğu zaman gerçekçi olmayan beklentiler ve yanlış umutlar gibi "yanlış" düşünceleri içerir (Schrbracq vd., 1996, s.415). Özel (2009), gerçekçi hedefleri belirleyen kişilerin, hayal kırıklığı yaşama ihtimallerinin daha düşük olduğunu belirtmektedir. Eğer çalışanın beklentileri gerçeklikten uzak ise, bu beklentilere erişememesi durumunda yorgunluk, halsizlik, enerji düşüklüğü, moral bozukluğu, üzüntü ve hayal kırıklığı yaşayabilir (s.80).

Balcıoğlu vd. çalışanın, yapılan işin zorluklarını ve risklerini anlama, sorumluluklarının çerçevesini bilme, bunun sonucunda aşırı iş yükünden kaçınma, kendini iş yükü stresinden koruma, ihtiyaç duyulduğunda yardım talebinde bulunma gibi konulara bilinçli yaklaşması gerektiğini vurgulamıştır. Yazarlar, bu teknikler yoluyla, tükenmişlikle daha rahat mücadele edilebileceğini vurgulamıştır (2008, s.103). Özellikle mesleğe yeni başlayanların yaşadığı gerçeklik şokuna yönelik eğitimler verilebilir. Bu şekilde yanlış beklentiler yerine daha gerçekçi yaklaşımlar geliştirilebilir (Schrbracq vd., 1996, s.415).

İşin uygulama tekniğini geliştirme

Schrbracq vd., işin yapılış tekniklerinin düzenlenmesi gerektiğini ifade etmektedir. Yazar sadece bireysel farkındalığın yeterli olmadığını, yanı sıra iş tekniklerinin de düzenlenmesi gerektiğini, bu şekilde iş yükü gibi olumsuzlukların daha az hissedileceğini vurgulamıştır (1996, s.415). Dalkılıç (2014), sürekli olarak aynı şekilde yapılan işlerin daha farklı yöntemlerle yapılması, işle ilgili prosedürlerin çalışan tarafından değiştirilebilmesi gibi tekniklerin tükenmişlikle mücadelede etkili olacağını belirtmiştir. Bu şekilde çalışan, monotonluktan kurtulur, daha esnek davranabilir, işinde otonomi kazanır ve sorumluluk duygusuyla işini daha çok sahiplenir (s.155-156).

Dinlenme zamanlarını programlamak

Çalışan, yaptığı işe kısa süreli mola vererek, kendine toparlanmak için fırsatlar yaratmalıdır. Bu kısa süreli molalar bireyin zihinsel yorgunluğunu gidermede etkili olabilir. Dinlenerek kendini yenileyen birey, işine yeniden başladığında daha verimli çalışabilir. Gün içerisinde kısa süreli dinlemelere zaman ayıran çalışan gün sonunda bedensel ve zihinsel olarak daha fazla yorulmaktan kendini korumuş olur (Dalkılıç, 2014, s.157-158; Izgar, 2003, s.46).

Kısa süreli dinlenme molaları dışında, yıllık izinlerinde etkin bir şekilde değerlendirilmesi gerekir. Tükenmişlik yaşayan bireylerin bir süre işten uzaklaşması tavsiye edilir (Dalkılıç, 2014, s.158). Bu, özellikle insanlarla yüz yüze çalışılan mesleklerde, çalışanın sağlığının korunması için uygulanır.

Bireyin kendisiyle iletişim kurması

İş hayatında karşılaşılan stresli durumlarla mücadele etmede etkili olan yöntemlerden biri de bireyin kendisiyle konuşmasıdır. Bu şekilde çalışan, durum değerlendirmesi yaparak, olayla ilgili olumlu telkinlerde bulunabilir. Olumlu ifadelerle değerlendirme yapan ve kendini rahatlatan birey,

yaşanan gerginliği giderebilir. Buna karşılık olaylar karşısında gösterilen olumsuz tutumlar, yaşanan gerginliği artırabilir. Çalışan, olumsuz düşüncelerinin farkına varmalı ve uzun süreli olumsuzlukların düzeltilmesinin zor olacağını bilmelidir. Eğer gerginlik yaratacak durumlarla karşılaşma olasılığı yüksek ise, çalışan bu durumlar için kendini hazırlamalıdır. Özellikle geçmiş de kalan başarılı deneyimlerinden yararlanarak, olaylara çözüm getirme yoluna gitmelidir (Dalkılıç, 2014, s.158-159).

Problemleri içselleştirmemek

Bireyler işleri gereği çok zor durumlar yaşayan insanlarla karşılaşabilirler. Örneğin hemşireler, yatağa bağımlı, kendi ihtiyaçlarını karşılayamayan, kanser, felç gibi ciddi hastalıklarla mücadele eden hastalara bakım verirler. Özel (2009), çalışanların başkalarının problemlerini kendi problemleri olarak algılamalarının gereksiz sıkıntılara neden olabileceğini vurgulamaktadır. Dolayısıyla çalışanların bu sorunları üstlenmeyerek kendi işlerine yoğunlaşmaları gerektiği önerilmektedir. Bu şekilde davranmaları bireylerin tükenmesini engellemede etkili olabilir (s.81).

Kariyer planlama/ İş değiştirme

Birçok tükenmiş adayın kariyerlerine odaklandığı düşünüldüğünde, kariyer gelişim programları ve kariyer danışmanlığı tükenmişliği önlemek için diğer bir örgütsel yaklaşım olacaktır (Schrbracq vd., 1996, s.415). Gösterilen bütün çabalara rağmen, bireyin yaptığı işe devam etmesi onun daha şiddetli tükenmişlik yaşamasına yol açabilir. Bu nedenle, işi değiştirmek ya da bulunduğu işte ilgi duyulan başka bir alana geçmek, tükenmişlikle mücadelede bir yöntem olarak önerilebilir (Izgar, 2003, s.45-46).

Zaman yönetimi

Zaman yönetimi, zamanı kontrol altında tutmayı ve önceliklere göre planlama yapılarak yönetmeyi ifade eder (Ayan, 2013, s.131). Zamanın yanlış kullanılmasına bağlı olarak gerginlik ve kaygı ortaya çıkabileceği için, yaşanan olaylar olduğundan daha tehdit edici algılanabilir. Bu tehdit algısı çalışanın sürekli tetikte olmasına dolayısıyla sahip olduğu enerjiyi tüketmesine neden olabilir. Hem yaşanan kaygı hem de enerji düşüklüğü verimsiz ve etkisiz çalışmaya neden olabilir. Bu doğrultuda düşünüldüğünde etkili bir zaman planlaması yaparak işleri düzenli ve zamanında yerine getirmek bireyi rahatlatabilir (Dalkılıç, 2014, s.161; Özel, 2009, s.81).

Stres yönetimi

Stres, günümüzde insan yaşamını etkileyen önemli bir faktördür. İnsanların yaşadıkları strese gösterdikleri tepki ve stresle mücadele kararlılığı farklı olabileceğinden, bireysel özellikler göz önünde tutulmalıdır (Balcıoğlu vd., 2008, s.103). Çalışanlar, iş stresiyle etkin mücadele için farklı tekniklere başvurabilirler. Davranışsal olarak; gevşeme egzersizleri, derin soluk alıp vermek, zamanı etkin kullanma becerisi kazanmak, zihinsel ve duygusal davranış terapisi, takım çalışmasını geliştirme gibi yaklaşımlar stresi azaltmada bireylere yardımcı olmaktadır. Sayılan tekniklerle ilgili sorun, çalışanların işlerindeyken yeterli zaman ve uygun mekan bulmada sıkıntı yaşamasıdır. Bireylerin işyerlerinde kendilerine uygulanan kısıtlamaları değiştirmesi pek mümkün değildir. Bunların dışındaki diğer önemli konu ise, bu bireysel yaklaşımların, tükenmişlikle mücadeleye yardımcı olmasına rağmen, verimsizliği gidermede etkili olmamasıdır (Angerer, 2003, s.105).

Klasik yöntemler

Sağlık insanın fiziksel, zihinsel ve sosyal açıdan tam bir bütünlük halinde olmasını ifade eder. Sürekli çalışmaya, yorgunluğa, moral bozukluğuna bağlı olarak sağlığı oluşturan bu bileşenlerin bir ya da bir kaçı olumsuz etkilenebilir. Bu nedenle bireyler, belirli aralıklarla işe ara vermeli, farklı faaliyetlerle zaman geçirilmeli ve tatil fırsatlarını değerlendirmelidir. Çalışma arkadaşları ile çeşitli sosyal ortamlarda birlikte vakit geçirilerek, birliktelik ruhu yaratılmaya çalışılmalıdır. Bu önlemler tükenmişlikle mücadelede alınabilecek önemli bireysel önlemlerdir (Balcıoğlu vd., 2008, s.103). Koşmak, tenis oynamak, dans etmek, yüzmek ve bisiklet kullanmak gibi fiziksel aktivitelere yönelmek de tükenmişliği önleyebilir (Freudenberger,1974, s.164)

4.2. Örgütsel mücadele yöntemleri

Maslach vd., tükenmişlik üzerinde örgütsel faktörlerin bireysel faktörlerle kıyaslandığında daha etkili olduğunu ve bu nedenle örgütsel önlemlere önem verilmesi gerektiğini ifade etmektedir (2001, s.418).

Personel seçimi

Personel seçimi, örgütte ihtiyaç duyulan görevlerde çalışmak için işletmeye başvuran adaylar arasından işin gereklerine en uygun bireyleri seçmektir. İşgören seçimi oldukça zor bir süreçtir. Örgüte katılacak yeni üyelerin, kapsamlı değerlendirmelerden geçirilerek seçilmesi, tükenmişlik sorunlarını önlemede etkili olabilir. Özellikle kişilik özellikleri yapılacak görevlendirmede önemli bir role sahiptir. İnsan kaynakları yönetimi, hazır-

layacağı plan çerçevesinde adayın özelliklerini ve tükenmişliğe eğilimini doğru bir şekilde belirlemeye çalışmalıdır (Ayan, 2013, s.132; Dalkılıç, 2014, s.186; Özel, 2009, s.82).

Yönetim geliştirme

Yönetim geliştirme, işletmenin gereksinim duyduğu ya da duyacağı bilgilerin, davranışların, tutumların ve yaklaşım tarzlarının kurumun yöneticilerine bireysel olarak kazandırılabilmesi gayesiyle gereken planlamanın yapılması, programların organize edilmesi, yürütülmesi ve sonuçlarının değerlendirilerek izlenmesini içerir. Bu tür programlar, işletmelerin kendi bünyelerinde düzenlenebileceği gibi işletme dışındaki kurumlar tarafından da düzenlenebilir. Bu programların amacı, işletmenin büyüme ve gelişme planları için ihtiyacı olan veya ihtiyacı olacak sayı ve nitelikteki yönetici kadrosunu yetiştirmek ve hazır bulundurmak olarak ifade edilebilir (Koçel, 2014, s.107). Yönetimi geliştirici programlar uygulamak, tükenmişliği önlemede etkin olabilir (Vercambre, Brosselin, Gilbert, Nerriere ve Kovess-Masfety, 2009, s.12).

Örgüt geliştirme

Örgüt geliştirme, genel olarak bir örgütün ortaya koyduğu performansını ilerletmeyi ifade eder. Bunu gerçekleştirmek için, örgüt çalışanlarının düşünce, inanç, tutum ve davranışlarını değiştirmek, birbirleriyle daha etkin diyalog kurmalarını sağlamak, problemleri tüm yönleriyle ele alabilecekleri ortamı oluşturmak, amaçları netleştirmek, yardımseverliği geliştirmek, fikir ve önerilerin paylaşılabileceği bir ortam oluşturmak, örgüt geliştirme kapsamında yapılabilecek girişimlerdir. Örgüt geliştirmenin odak noktası; takımlar, çalışma birimleri, gruplar arası ilişkiler ve kişiler arası ilişkiler olarak ifade edilebilir (Ayan, 2013, s.133). Buradan hareketle örgüt geliştirmenin amacı, hem örgütün etkinliğini hem de çalışanların ihtiyaç ve mutluluğunu sağlamak olarak ifade edilebilir (Izgar, 2003, s.33).

Çalışanlar arasında enerji, canlılık, katılım, özveri ve etkililiğin olumlu gelişimini desteklemek için tasarlanan bir çalışma ortamı, onların refahı ve üretkenliğinin artırılmasında etkili olabilir. Özellikle örgütün misyonuna odaklanmak çalışanlar arasında ki uyumu artırabilir (Maslach vd., 2001, s.420).

İş rotasyonu

Kurum da uygulanan iş rotasyonu, belirli kurallar çerçevesinde çalışanların yaptıkları işten başka bir işe görevlendirilmesi sürecidir. İş rotasyonu, niceliksel ve niteliksel iş yükünü dengelemek için önemli bir araçtır

(Schrbracq vd., 1996, s.415). Freudenberger'e (1974) göre; tükenmişliği önlemek için, çalışanlar arasında iş rotasyonu yapılmalıdır. Bazı işler daha sıkıcı olabilir ve aynı çalışana aynı işi yaptırmak tükenmişliğe neden olabilir. Eğer bir çalışan tükenmişlik belirtileri gösteriyorsa, o kişiye her zaman ki görevinden tamamen farklı bir görev verilmelidir (s.163-164).

İş zenginleştirme

İşin zenginleştirilmesi, çalışılan işin çalışanlar için daha önemli ve anlamlı hale getirilmesi için yapılan girişimleri içerir (Dalkılıç, 2014, s.196). Başka bir görüşe göre iş zenginleştirme, planlamanın yapılması ve kontrolün sağlanması aşamalarında personele yüklenen sorumlulukların genişletilmesidir. Bu uygulamada ki temel amaç, farklı özellikteki işler verilerek çalışanların yetki ve sorumluluklarını artırmak ve işi sıkıcı olmaktan kurtarmaktır. Çalışanlar iş zenginleştirme yöntemiyle, daha fazla kontrole, sorumluluğa, gelişim ve tanınma olanağına sahip olurlar (Çetin ve Özcan, 2014, s.33). İş zenginleştirme tükenmişlikle mücadelede önemli bir faktör olarak görülmektedir (Schrbracq vd., 1996, s.415).

Çatışma yönetimi

Çatışma kavramı, anlaşmazlık durumunu belirtir. Bu anlaşmazlık, iki kişi arasında olabileceği gibi daha fazla taraf arasında hatta gruplar arasında da yaşanabilir. Bu durum, çeşitli bireysel özelliklerden kaynaklanabileceği gibi örgütsel nedenlerle de gelişebilir. Çatışma yaşayan taraflar arasında, konular üzerinde anlaşamamanın yanı sıra birbirinin tersi durumları savunma ya da ileri sürme, uyumu sağlayamama söz konusudur (Koçel, 2014, s.758).

Çatışma yönetimi, örgütte meydana gelen çatışmaların örgütün gelişmesine katkıda bulunacak bir şekle dönüştürülmesidir (Ayan, 2013, s.135). Schrbracq vd., yönetim ile çalışanlar arasındaki çift yönlü iletişimin kurulması ve çatışma yönetimi için yeterli prosedürlerin oluşturulmasını tükenmişliğin panzehirleri olarak görmektedir (1996, s.415).

Çalışılan çevre şartlarının iyileştirilmesi

Çalışma yeri, kişilerin yaşamında çok önemlidir. Avşaroğlu, Deniz ve Kahraman (2005), çalışma koşulları ve çalışma yapılan ortamların fiziksel şartlarının iyileştirilmesi gerektiğini vurgulamaktadır. Neredeyse çalışanların kendi evlerinden daha fazla zaman geçirdiği yer olan çalışma yerinin sıcaklık, aydınlatma, gürültü açısından kontrol altında tutulması ve yeterli oksijenin sağlanması bireyin fizyolojik ve psikolojik sağlığını korumada etkilidir (s.117-127). Bu koşulların istenen düzeyde sağlanamaması, za-

manla çalışanın sağlığının olumsuz etkilenmesine, stresle mücadele edememesine neden olarak tükenmişlik eğilimini artırabilir. Bu nedenle, çalışılan çevre şartlarının işletmenin olanakları çerçevesinde iyileştirilmesi önemlidir (Dalkılıç, 2014, s.198).

Performans değerlendirme

İşgörenlerin kabiliyetlerini, potansiyellerini, işe yaklaşım tarzlarını, eğilimlerini ve benzeyen özelliklerini diğer çalışanlarla karşılaştırmak suretiyle yapılan sistemli ölçme faaliyetine performans değerlendirme denir. İşgörenlerin gerek kendilerini gözden geçirmeleri gerekse örgüt tarafından gözden geçirilmeleri, işleri ile ilgili görevlerini ne seviyede yerine getirdiklerini görmek açısından önem taşımaktadır (Çetin ve Özcan, 2014, s.133). Performans değerlendirme ile, işgörenlerin verimliliği belirlenmekte ve sürekli gelişim planlarıyla işgörenlerin desteklenmesi ve geliştirilmesi sağlanmaktadır (Altınöz, 2009, s.103). Çalışanlar kendi yeteneklerine, eğitimlerine en uygun olan ve yüksek performans gösterebileceği bir bölümde çalıştırılmalıdır (Balcıoğlu vd., 2008, s.103).

Eğitim programları

Maslach vd., tükenmişlikle başa çıkmada eğitim programları uygulanabileceğini bildirmektedir. Bu eğitimlerle, insanların sorunlarla başa çıkma yeteneklerini geliştirebileceği, dolayısıyla işlerinden kaynaklanan taleplerle daha kolay mücadele edebilecekleri vurgulanmıştır. Zamanın doğru yönetimi, atılganlık eğitimleri, duyguların rasyonel olarak yönlendirilmesi, kişilerarası iletişim ve sosyal becerileri geliştirme eğitimi, ekip kurma, gevşeme ve çeşitli rahatlatıcı birçok müdahale stratejilerinin duygusal tükenmede etkili olduğu fakat duyarsızlaşma ve düşük kişisel başarıda pek etkili olmadığı saptanmıştır. Özellikle iş rolleri, örgütün prosedürleri gibi nedenlerle kısıtlılıklar yaşanabileceği ve öğrenilen bu yetenekleri uygulamanın zor olabileceği belirtilmektedir. Bu nedenle, eğitimlerin öneminin örgütler tarafından anlaşılmış olması gerekir. Dolayısıyla bireylerde ki değişime paralel olarak işleyişe yönelik uygulamalarında düzenlenmesi konusunda yöneticiler duyarlı olmalıdır (2001, s.418).

Freudenberger'e (1974) göre kurumda eğitim oturumları ya da atölye çalışmaları düzenlemek de tükenmişliği önleyebilir. Çünkü bu şekilde tükenen personele bir dinlenme dönemi sağlanır ve kendilerini yenilemelerine fırsat verilmiş olur (s. 163-164). Özellikle çalışanların iş yaşamında tükenmişlik ile mücadele edebilmeleri için, hizmet içi eğitim programlarının düzenlenebileceği vurgulanmıştır. Bu eğitimler bireylerin moralini yükseltebilir ve bu da motivasyonu geliştirebilir (Akkoç ve Tunç, 2015, s.18).

Sosyal destek

Sosyal destek, tükenmişliğin ciddi bir sorun olarak ortaya çıktığı dönemde etkili olabilecek bir çözüm yoludur. Tükenen birey, karşılaştığı sorunları tek başına çözemeyecek ve sağlıklı kararlar veremeyecek durumda olacağı için, sosyal desteğe ihtiyaç duyar. Sosyal destek, arkadaş ve aileden alınabileceği gibi ve uzman kişilerden de alınabilmektedir (Ayan, 2013, s.136). Schrbracq vd., meslektaşlardan ve üstlerden sosyal destek almanın, düzenli istişareler ve toplantılar şeklinde kurumsallaştırılması gerektiğini vurgulamaktadır (1996, s.415). Balcıoğlu vd., bireyin çalışma arkadaşlarıyla iş dışı ortamlarda vakit geçirmesinin tükenmişlikle mücadelede etkili olacağını vurgulamıştır (2008, s.103).

Adil çalışma ortamı oluşturmak

Tükenmişlikle mücadelede adalet ve eşitlik kavramlarına önem verilmesi gerektiği vurgulanmaktadır. Yapılan bir araştırmada, çalışanlar, iş durumlarındaki algılanan eşitsizlikleri azaltmanın yollarını belirlemek için, haftalık grup oturumlarına katılmışlardır. Katılımcılarda duygusal tükenmenin altı aydan sonra önemli ölçüde azaldığı bildirilmiştir. Buna ilaveten katılımcıların eşitlik algısı da artış göstermiştir (Maslach vd., 2001, s.419).

Sonuç olarak tükenmişlik, kronik ve ilerleyici bir süreçtir. Bu yıkıcı süreç, sadece bireyi değil örgütü hatta toplumu etkilemektedir. Tükenmişliğin belirtileri izlenmeli, bireye, çevreye, örgüte olan etkileri görülmeli ve mücadele edilmelidir.

KAYNAKLAR

Akkoç, İ. ve Tunç, H. (2015). Örgüt Çalışanlarının Tükenmişlik Düzeylerinin Araştırılması: Balıkesir İl Milli Eğitim Müdürlüğü Örneği. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 18(34), 1-21.

Altınöz, M. (2009). Yetenek Yönetimi. Ankara: Nobel.

Angerer, J. M. (2003). Job Burnout. Journal Of Employment Counselling, 40, 98-107.

Arı, G. S. ve Bal, E. Ç. (2008). Tükenmişlik Kavramı: Birey ve Örgütler Açısından Önemi. Yönetim ve Ekonomi, Celal Bayar Üniversitesi İ.İ. B.F.,15(1),131-148.

Avşaroğlu, S., Deniz, M. E. ve Kahraman, A. (2005). Teknik Öğretmenlerde Yaşam Doyumu, İş Doyumu ve Mesleki Tükenmişlik Düzeylerinin İncelenmesi. S.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 14, 115-129.

Ayan, A. (2013). Liderlik Tarzlarının Örgütsel Sessizlik ve Tükenmişlik Düzeyi Üzerine Etkisi: Bir Alan Araştırması. (Doktora Tezi). Trakya Üniversitesi/ Sosyal Bilimler Enstitüsü, Edirne.

Balcıoğlu, İ., Memetali, S. ve Rozant, R. (2008). Tükenmişlik Sendromu. Dirim Tıp Gazetesi,83,99-104.

Çetin, C. ve Özcan, E. D. (2014). İnsan Kaynakları Yönetimi. İstanbul: Beta.

Dalkılıç, S. O. (2014). Çalışma Hayatında Tükenmişlik Sendromu: Tükenmişlikle Mücadele Teknikleri. Ankara: Nobel.

Ertürk, E. ve Keçecioğlu, T. (2012). Çalışanların İş Doyumları ile Mesleki Tükenmişlik Düzeyleri Arasındaki İlişkiler: Öğretmenler Üzerine Örnek Bir Uygulama. Ege Akademik Bakış, 12(1), 39-52.

Freudenberger, H. J. (1974). Staff Burn-Out. Journal of Social Issues, 30(1), 159-165.

Friberg, T. (2009). Burnout: From Popular Culture To Psychiatric Diagnosis in Sweden. Culture, Medicine and Psychiatry, 33(4), 538–558.

Izgar, H. (2003). Okul Yöneticilerinde Tükenmişlik. Ankara: Nobel.

Kaçmaz, N. (2005). Tükenmişlik Sendromu. İstanbul Üniversitesi Tıp Fakültesi Dergisi, 68 (1), 29-32.

Koçel, T. (2014). İşletme Yöneticiliği. İstanbul: Beta.

Korunka, C., Tement, S., Zdrehus, C. ve Borza, A. (2010). Burnout: Definition, Recognition and Prevention Approaches, BOIT: Burnout Intervention Training for Managers and Team Leaders.

Lambie, G. W. (2007, Winter). The Contribution of Ego Development Level to Burnout in School Counselors: Implications for Professional School Counseling. Journal of Counseling Develpoment, 85, 82-88.

Leiter, M. P. ve Maslach, C. (1988). The Impact of Interpersonal Environment on Burnout and Organizational Commitment. Journal of Organizational Behavior, 9, 297-308.

Maslach, C. ve Jackson, S. E. (1981). The Measurement of Experienced Burnout. Journal Of Occupational Behaviour, 2, 99-113.

Maslach, C., Schaufeli, W. B. ve Leiter, M. P. (2001). Job Burnout. Annual Review of Psychology, 52, 397–422.

Oruç, S. (2007). Özel Eğitim Alanında Çalışan Öğretmenlerin Tükenmişlik Düzeylerinin Bazı Değişkenler Açısından İncelenmesi (Adana İli Örneği). (Yükseklisans Tezi). Çukurova Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü İlköğretim Anabilim Dalı, Adana.

Özel, T. (2009). Örgütsel Bağlılık ve Tükenmişlik Düzeyi: İstanbul İli Vakıf Üniversitelerinde Görev Yapan Akademisyenlere Yönelik Bir Alan Araştırması. (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi/Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Büro Yönetimi Eğitimi Anabilim Dalı, Ankara.

Schrbracq, M. J., Winnubst, J. A. M. ve Cooper, C. L. (1996). Handbook of Work and Health Psychology. Chichester: John Wiley.

Vercambre, M. N., Brosselin, P., Gilbert, F., Nerriere, E. ve Kovess-Masfety, V. (2009). Individual and Contextual Covariates of Burnout: A Cross-Sectional Nationwide Study of French Teachers. BMC Public Health, 9, 333.

Wright, T. A. ve Bonett, D. G. (1997). The Contribution of Burnout to Work Performance. Journal of Organizational Behavior, 18, 491–499.

SİYASAL İLETİŞİM BAĞLAMINDA MEDYA VE SİYASET İLİŞKİSİNİN HABERİN SÖYLEMİNE YANSIMALARI: 22 TEMMUZ 2007 GENEL SEÇİM HABERLERİ ÖRNEĞİ

Şeyhmus DOĞAN[1], Duygu ÜNALAN[2]

1 Dr. Öğr. Üyesi. Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü, seyhmusdogan@hotmail.com

2 Dr. Öğr. Üyesi. Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, duyguunalan85@gmail.com

SİYASAL İLETİŞİM BAĞLAMINDA MEDYA VE SİYASET İLİŞKİSİNİN HABERİN SÖYLEMİNE YANSIMALARI: 22 TEMMUZ 2007 GENEL SEÇİM HABERLERİ ÖRNEĞİ

Şeyhmus DOĞAN[1], Duygu ÜNALAN[2]

GİRİŞ

Yaşamın vazgeçilemez temel öğelerinden biri olan iletişim, her alanda olduğu gibi siyasal alanda da vazgeçilmezdir. İletişimsiz sosyal bir birleşme-bütünleşme olası değildir. Siyasal evrenin ve işleyişin ana görünümü de iletişimdir ve toplumun tüm sosyal kurumları kendilerini ancak kitle iletişim araçlarıyla ortaya koyabilirler. Bunun başkaca bir yolu neredeyse imkânsızdır. Her ürünün, kurumun, işletmenin pazarlaması yapılabildiği gibi, siyasette de pazarlama yapılmaktadır. Ticari alanda pazarlama net olarak bilindiği üzere ekonomik çıkarlar üzerine kuruludur. Ancak sosyal alanlarda da pazarlama mevcuttur ve bunun en iyi örneğini siyaset pazarlaması oluşturur. Siyasal pazarlama veya siyasal iletişimin de en yoğun kanalını kitle iletişim araçları oluşturmaktadır.

Demokratik olsun olmasın, bir rejimde etkili olmak isteyen siyasal güçler açısından, kitle İletişim araçları her zaman büyük önem taşımıştır. Siyasal güçlerin, kitlelere ulaşabilmek, kendilerine yandaş/partizan bulabilmek veya sempatizan kazanmak için kullanabilecekleri araçlar olan kitle iletişim araçlarını (radyo, televizyon, gazete, dergi ve internet tabanlı yayın organları ve mobil mecralar) gerçek kişiler veya gruplar tarafından ticari, ideolojik ve idealist yaklaşımlardan birinin, birkaçının veya tümünün amaçlanmasıyla kurumsallaştırılan organizasyonların tümün olarak tanımlamak mümkündür.

Kitlesel medya araçları sahip olduğu iletişim kanallarıyla kısa sürede kitlelere ulaşabilme yetisi sayesinde, kitleleri etkilemede büyük bir öneme sahiptir. Dolayısıyla medyanın faaliyet alanı sadece bilgi aktarımını sağlamakla sınırlı değildir. Bunun yanında sağladığı bilgi aktarımının niteliğini, boyutunu istediği gibi organize ederek kamuoyunu istediği yöne yönlendirebilmektedir. Böylelikle kitlesel iletişim araçlarının toplumdaki gücü yönlendirme, baskı grupları açısından önemli bir savunma ya da gerektiğinde saldırı aracı olma gibi işlevleri de vardır.

1 Dr. Öğr. Üyesi. Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü, seyhmusdogan@hotmail.com

2 Dr. Öğr. Üyesi. Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, duyguunalan85@gmail.com

Esasen demokratik sistemlerde bilgilendirme ve denetim işlevi olması gerektiği belirtilen kitle iletişim araçlarının en önemli özelliği kamuoyu oluşturma ve gündem belirleme yeteneği olup, bu araçlar, insanların ne düşüneceklerinden ziyade ne hakkında düşünecekleri konusunda etkilidir (Baydar, 2003: 54). Kitle iletişim araçları tarafından iletilmeyen birçok olay ya önemsiz farz edilmekte ya da bunların hiç farkına varılamamaktadır. Bu açıdan politikacıların kamuoyu tarafından tanınmaları ve önemli addedilmeleri, kitle iletişim araçlarına konu olmalarına ve nasıl konu olduklarına bağlıdır.

Güç ve iktidar sahibi söylemlerinin güçlerini arttırıp genişlettikleri mecra, kitle iletişim araçlarıdır. Bu nedenle iletişim araçlarının söylemi önemlidir ve bu söylem medyanın ekonomi politiğinin dışında düşünülmemelidir. Bunun yanında siyasal yapıya yönelik olan rıza ve bu rızanın oluşum sürecinde, haber metinlerinin ve habercilerin rolü yadsınamaz. Bu süreçte, bahsedilen toplumsal rıza, haber metinleri, haber içerikleri aracılığıyla kurulur. Bu nedenle, haberi ve tüm medya metinlerini bir söylem olarak ele almak son derece önemlidir (Karaduman, 2002: 27).

Kitle iletişim araçlarının birçok işlevi vardır. Bunlar arasındaki siyasi işlevi ise kamuoyu oluşturma ve siyasal toplumsallaşmayı sağlamasıdır. Kitle iletim araçları siyasal otoritelerin karşısında yeterince organize olmayan toplum kesimlerinin sözcülüğünü yaparak bizzat kendisi baskı grubu olabilir (Bal, 2004; 74). Dördüncü güç olma yaklaşımı da buradan gelmektedir. Yani bu araçlar devlet güçleri ile toplum arasında bir köprü iken, toplumun isteklerini bu güçlere yansıtmak, bu güçlerin çalışmalarını da topluma yansıtma işlevi görürken, bu işlev, diğer üç görev olan yasama, yürütme ve yargıya etki yapma biçimine dönüşmüştür. Siyasal güçler medyanın toplumları etkileme gücünden yararlanarak bu araçların isteklerini yerine getirme yarışına girmişlerdir. Böylece tarafsız haber aktarma yerine belli siyasal güçlere yeşil ışık yakan görüşlere yer verilmeye başlanmıştır (İktisadi Araştırmalar Vakfı, 1994; 30). KİA'lar bu şekilde kamuoyu oluşturma işlevini de yerine getirmektedir.

Kitle iletişim araçlarının siyasal toplumsallaştırma noktasındaki işlevi ise medyanın kamuoyu oluşturmadaki işlevine benzer olarak "toplumsal-siyasal çevre ile birey arasında yaşam boyu süren dolaylı ve doğrudan etkileşim sonucunda bireyin siyasal sistemle ilgili görüş, davranış, tutum ve değerlerinin gelişmesi sürecindeki görevidir" diyebiliriz (Bal, 2004; 153). Medya kendi kültürünü- medya kültürü- yaratarak var olan kültürü etkiler ve her şeyin siyasallaştırılmasında ya da siyasal olan her şeyin siyasal olmayan bir kalıba dökülmesinde etkili olur. Yani medya neyin siyasal olup neyin olmadığına karar verir ve bunu topluma empoze eder.

Medya, çok kısa sürede ve etkin bir şekilde kitlelere ulaşabilme yetisi sayesinde bir kamuoyu oluşturabilmede veya onu değiştirebilmede çok büyük bir güce sahiptir. Medya, bir haberi kitlelere istediği nitelikte ve nicelikte sunarak toplumu istediği yöne çevirebilir. Sahip olduğu bu güç dolayısıyla medya ile amaçları kamuoyunda popüleritelerini artırmak ve seçimlerde kamuoyunun desteğini alabilmek olan siyasiler arasında karşılıklı bir bağımlılık söz konusudur. Bu bağımlılık ekonomik ve ideolojik etmenler üzerine kuruludur.

Medya ve siyaset ilişkisinin irdelenmeye çalışıldığı bu çalışmanın birinci bölümde, medya ve siyaset ilişkisine, siyaset ve medya taraflarından çeşitli yaklaşımlar bağlamında değinilmiş; medyanın ne kadar önemli bir toplumsal güç olduğundan hareketle temel siyasi işlevlerinin de belirtildiği üçüncü bölümde ise medya ve siyaset arasında var olan karşılıklı bağımlılık, nedenleri ve sonuçları ile açıklanmaya çalışılmıştır. Son bölümde ise haber analizlerine yer verilmiştir.

Medya ve Siyaset İlişkisi

Medya ve siyaset kavramları her ne kadar birbirlerinden bağımsızmış gibi gözükseler de ikisi arasında karşılıklı bir etkileşimin olduğu açıktır. Bu karşılıklı etkileşim ekonomik ve ideolojik etmenler üzerine kurulmuştur. Bu etmenler dolayısıyla her ikisinin de birbiri üzerinde yönlendirici etkileri mevcuttur. Tokgöz'e göre (2006: 54-56) 'Kitle iletişim araçlarının resmi güçle olan ilişkileri siyasal sistemlere göre değişmektedir. Demokratik sistemlere baktığımızda medyanın sistemin vazgeçilmez unsurları arasında yer aldığını görürüz. Çünkü demokratik toplumlarda medya birçok işlev üstlenmiştir. Medyanın haber verme işlevi, en temel işlev olarak bilinir. Medya ürün piyasasında üretim yapar gibi haberi istediği biçimde paketler ve piyasaya sunar."

Kitle iletişim araçlarının toplumun olayları ve politikacıları izlemek için en fazla kullandığı araçlardır, söz konusu bu araçların sırası geldiğinde seçmenlerin siyasal kararlarını verebilmelerinde de önemli rol oynadıkları düşünülebilir. Kamuoyunun gündemini belirleyebilmekten kaynaklanan bu güç, kitle iletişim araçlarını 21. yüzyılın en etkili siyasal güçlerinden biri haline getirmiştir.

Medyanın siyasete ilişkin görevi, temelde iktidarı denetlemek ve kamuoyunun sesi olmak şeklinde dile getirilmektedir. Öte yandan medya kuruluşları kamuoyunun önüne bu görev ile çıkarken, bu amaca ne kadar yaklaşabilmektedir? Bu doğrultuda bağımsızlık ve tarafsızlık söz konusu medya kuruluşunun sahibinin mali gücü ve medya dışı iş yapıp yapmamasıyla doğrudan bağlantılı olmaktadır. Bu yüzden, medya mensuplarının ideolo-

jik yapıları, haberleri değerlendirirken hatta izleme aşamasındayken dahi birey olarak bağımsızlıklarının önüne geçebilmektedir. Medya, politikanın merkezindedir ve medya kuruluşları ile gazeteciler kendi çıkarlarının politik aktörleri olarak çalışmaktadır. Medya mensuplarının, haberlerin oluşturulması sırasında başvuracakları kaynaklar kendi politik düşüncelerine göre belirlenebilmektedir.

Medyanın –doğrudan propaganda sayılabilecek davranışlarda bulunmasa bile- olayları değerlendirirken ve aktarırken kullandığı dille insanları belirli bir görüş doğrultusunda yönlendirebileceği bir gerçektir. Bütün bunlar; görevini bağımsızlık ve tarafsızlık çerçevesine oturtmaya çalışan medyaya gölge düşürücü nitelikler taşımaktadır. Oysa, James Curran'ın dediği gibi: "Medya, temsil aktörü olarak hareket etmeli, toplumdaki çeşitli grupların farklı görüşler ortaya koyabilmelerine olanak verecek şekilde düzenlenmelidir"

Politikacılar ya da siyasi partiler, kamunun istek ve arzularının gerçekleştirilmesinde birer araç rolünü üstlenmektedir. Bu istek ve arzuların nasıl karşılanacağı yolundaki mesajları çoğunlukla medya aracılığıyla iletmek durumundadırlar. Bu doğrultuda medya ile siyaset arasında çift yönlü birbirini etkileme sürecinin varlığı söz konusudur. Gerek medya siyaset üzerinde dördüncü güç olma sebebiyle şekillendirici bir güç olarak, gerekse siyaset medya üzerinde aralarındaki özel çıkar ilişkileri nedeniyle etkin ve kesin bir etkileme gücüne sahiptir.

Kitle İletişim Kuramları Açısından Medya ve Siyaset İlişkisi

Kitle iletişim kuramları açısından bakıldığında liberal ve eleştirel kuramlarım medya ve siyaset ilişkisine farklı açılardan baktıkları görülmektedir.

17. yüzyılda liberal anlayışın sosyal, siyasi ve ekonomik temelleri üzerine kurulan ve demokratik sistemlerin bireye tanıdığı haklar doğrultusunda gelişen Liberal Medya Kuramı temelinde bireyin istediği şeyi yayınlayabilmesi bulunmaktadır (Güz, 2005: 19-21). Liberal Medya Kuramı'na göre medya yasama, yürütme ve yargı erkinin kullanımı sırasında ortaya çıkabilecek olumsuzlukları açığa çıkarmak ve halk adına bu kurumları denetlemekle yükümlüdür. Bu nedenle medya, devletten bağımsız olmalı ve hükümet müdahalesine maruz kalmamalıdır (İrvan, 1995:77).

Medyanın bir diğer işlevi ise farklı görüş ve düşüncelere yer vererek, serbest düşünce ortamının oluşmasını sağlamaktır. Düşüncelerin serbestçe dolaştığı düşünce pazarında bireyler, düşüncelerini savunabilir, yeniden şekillendirebilir ya da var olan düşünceyi reddedebilirler. Kamuoyunun

serbestçe oluşabilmesi için medyanın içte ve dıştaki olayları, gelişmeleri, düşünceleri hedef kitleye tarafsız yansıtması gerekmektedir (Linchtenberg, 1995: 111; Güz, 2005: 28- 29).

Son iki yüzyılın egemenlik ve mücadele ortamında gelişen eleştirel yaklaşım, Marks'ın toplum ve toplum değişimi, tarih ve insan, fikirler ve ideoloji anlayışına dayanmaktadır. Kısmen Marksizm'den etkilenen eleştirel yaklaşımlar, belli noktalarda Marksizm'den ayrılmaktadırlar. Sosyalist devrimlerin gerçekleşmediğini ve faşizmin geliştiğini gören bazı Marksistler, var olan toplumsal ilişkilerin kurulması ve yeniden üretilmesinde kültür ve iletişimin oynadığı rol üzerinde durmaktadırlar. İşçi sınıfının bilincinin ve ideolojisinin gelişmemesinde kapitalist kültürün etkisi olduğunu belirten düşünürler, toplumsal kurumları ve kitle iletişim araçlarını da egemen sınıfların görüşlerini topluma aktaran araçlar olarak değerlendirmektedirler (Erdoğan ve Alemdar, 2005: 48; Yaylagül, 2008: 81- 82).

Kapitalist bir toplumda iş gören medya, belirli sınıfsal çıkarları yansıtmaktadır, dolayısıyla nesnel ve tarafsız bir yayıncılıktan söz etmek mümkün değildir. Eleştirel yaklaşım, medya metinlerini maddi pratik düzeyinde toplumsal gerçekliğin cisimleşmesi ve yansıması olarak ele almaktadır. Bu nedenle medya metinleri yalnızca ürettikleri anlam bakımından değil, toplumsal süreçlerle olan bağlantıları açısından da incelenmelidir. Eleştirel kuramcılara göre kapitalist sistem, kendi yarattığı zorlukları aşmak için statükonun korunmasına ihtiyaç duymaktadır. Bu süreçte medya metinleri egemen sınıf tarafından belirlenmekte ve metalaştırılmaktadır. Bu nedenle de medya metinleri ideolojiktir (Dursun, 2003: 64-67; Sholle, 2005: 259-267).

Marksist anlayışı temel alan eleştirel kuram iki yönde gelişmiştir. Bunlardan ilki kitle iletişiminin kapitalist ülkelerdeki gelişimi ve iletişimin üretimi üzerinde durmaktadır. Bu yaklaşımlar, Marksist, Neo-Marksist tarihsel materyalist ya da siyasal ekonomi yaklaşımı olarak nitelendirilmektedir. Bu yaklaşımlar toplumdaki iletişimi, Marks'ın üretim biçimi ve ilişkileri hakkındaki görüşlerini temel alarak değerlendirmektedirler. İkinci yaklaşım ise, Marks'ın düşünce, ideoloji ve bilinç üretimi hakkındaki görüşleri üzerine temellenmiştir. İdeoloji ve üretim ilişkileri arasında bağ kuran bu yaklaşımlar, kültür/bilinç endüstrisinin yapıları ile ideolojik egemenliği birleştirmektedirler (Erdoğan ve Alemdar, 2005: 259).

İngiliz Kültürel Çalışmaları, 1960'lı yıllarda İngiltere'de edebiyat ve kültür alanında başlamıştır. Sınıf mücadeleleri, toplumsal eşitsizlik, medya içerikleri, popüler kültür ürünleri alanlarına odaklanan Kültürel çalışmalara göre medyanın temelinde ideoloji bulunmaktadır (Lewis, 2004: 125-126; Yaylagül, 2008: 111- 112; Tekinalp ve Uzun, 2009: 168).

Kültürel çalışmalar, bütünsel, karışık bir anlatım olarak tasarlanmış toplum içinde medya ve diğer pratiklerin konumunu belirlemeyi amaçlamaktadır. Bu bakış açısıyla kültürel ve yapısalcı yaklaşımla çalışmalar yapılmıştır. Bunlardan biri de Stuart Hall'un *Policing the Crisis* adlı çalışmasıdır. Çalışma, Gramsci'nin Hegemonya teorisi, ahlaki paniğin sosyolojisi ve sosyal bir ürün olarak haberi birleştirmekte, bütünsel bir anlatım olarak toplum görüşünü devam ettirmektedir. Hegemonya içindeki krizleri tanımlamayı amaçlayan çalışma, savaş sonrasında İngiliz ekonomisindeki düşüşü temel almakta ve medyanın toplumsal rızanın sağlanmasında oynadığı rol üzerinde durmaktadır (Hall, 1978'den aktaran Gurevitch vd.1982: 27).

Toplum, modern sermaye üretim koşulları altında karmaşık ve çok yönlü bir yapı halindedir. Bölgelerde, sınıflarda ve alt-sınıflarda, kültürlerde ve alt-kültürlerde, komşuluklarda ve cemaatlerde, çıkar gruplarında ve azınlık birliklerinde farklı yaşam biçimleri ortaya çıkmıştır. Kitle iletişim araçlarının işlevi ise oluşan bu çoğulluğu yansıtmaktır. Ayrıca medya, temsil ettikleri ve sınıflandırdıkları grupları da bir araya getirmekle yükümlüdür. Toplumdaki çoğul yapı içinde zamanla hayali bir tutunum ve birlik inşa edilmektedir. Bu süreçte oydaşma ve rıza ortaya çıkmaktadır. Özgürce verilmiş olan düşüncelerin karşılıklı etkileşimi sırasında bazı düşünceler, iktidarı tanımlama ve sınırlandırmada daha öne çıkmaktadır. Ancak toplumda azınlık görüşleri ve karşıt görüşler için de yer bulunması gerekmektedir. Medyanın ideolojik işlevi ise bu noktada ortaya çıkmaktadır. Medya oydaşmanın üretimi ve meşruluğun inşasını sağlamalıdır (Hall, 2005: 2265- 227).

17. yüzyılın sonunda geliştirilen ekonomi politik yaklaşım ise kapitalizm ve sanayi devrimi sonunda toplumun zenginleşmesi üzerinde durmaktadır. Klasik ekonomi politikçilere göre; ekonomi politik insan aklının evrensel ve değişmez ifadesidir. Dolayısıyla kapitalist üretim, değişim ve bölüşüm yasaları da doğanın değişmez yasalarıdır (Yaylagül, 2008: 125). Ekonomi politik, kültürel çalışmalar ile aynı araştırma geleneğine sahiptir. İki yaklaşım da neo-Marksist toplum modeli üzerine çalışmaktadır. Her iki yaklaşım da ekonomik çıkarlar ve ideolojik temsiller arasında zayıf ya da güçlü bir ilişki olduğunu öngörmektedir. Her ikisi de medyanın evrensel, toplumsal çıkarlardan çok, başat çıkarlara hizmet ettiğini öngörmektedir (Curran, 2005: 381).

Medya-sermaye-devlet arasındaki ekonomik yönlü ilişkiyi ele alan ekonomi politik yaklaşım esas olarak izleyiciyi değil, iletinin hazırlanma sürecini ve bu sürece etki eden faktörleri incelerken, yukarıda belirtilen üçlü sacayağı arasındaki ilişkinin nasıl işlediği ve medya pratiklerine etkisi üzerinde durmaktadır. Yaklaşım, kitle iletişim araçlarının kültür endüstrilerinin bir parçası olduğu görüşünden yola çıkarak, kültürel üretim ve tü-

ketim kavramlarıyla ilgilenmekte ve bu ürünlerin nasıl üretildiği noktasına odaklanmaktadır (Karaduman, 2002: 34).

Marx (2011:33), insanların varlıklarının toplumsal üretiminde, aralarında zorunlu kendi iradelerine bağlı olmayan ilişkiler kurduklarını belirtmektedir. Bu üretim ilişkileri, onların maddi üretim güçlerinin belirli bir gelişme derecesiyle örtüşmektedir. Bu üretim ilişkilerinin tümü, toplumun ekonomik yapısını, belirli toplumsal bilinç biçimleriyle örtüşen bir hukuki ve siyasal üstyapının üzerinde yükseldiği somut bir temeli oluşturmaktadır. Maddi yaşamın üretim biçimi, genel olarak toplumsal, siyasal ve entelektüel yaşam sürecini koşullandırmaktadır.

Medyanın işletme ve örgüt yapısının, pazar ve bilinç yönetimi ile ilgili işlevlerinin kavranabilmesinin Marx'ın bakış açısından bakıldığında daha anlamlı olabileceğini söylemek mümkündür. Belirli bir üretim biçiminin ürünü olarak medyanın kendini ve kendini yaratan koşullarını üretmesi birbiriyle zorunlu nedensellik bağı içinde olan iletişim materyalinin üretim biçimi ve toplumsal bilincin üretimi ile gerçekleşmektedir. Özellikle günümüzde medya ürünleri hem bir meta hem de toplumsal bilincin yönetimi özelliklerini taşımaktadır (Erdoğan, 2001: 280). Bu bağlamda medya endüstrisi açısından bakıldığında ekonomi politik kavramı, medya endüstrisini diğer medya ve endüstrilerle birleştirmekte ve yöneticilerle siyasal, ekonomik ve toplumsal seçkinleri bir araya getiren diğer etmenleri birbirine bağlayan, sıklıkla medya mülkiyeti ve kontrolü gibi makro sorunlarla ilişkilendirmekte ve medya araştırmalarında genel olarak eleştirel bir anlam taşımaktadır (Barret, 2006, s. 1).

Ekonomi politik yaklaşım, medyayı bir endüstri olarak görmektedir. Kapitalist ekonomik sistem içinde medya kuruluşlarının ürettiği ürünler aslında birer metadır. Bir başka deyişleri medya ürünleri mübadele değerine sahiptir ve kapitalist sisteme hizmet eden sanayi kuruluşları gibi sistemin kendisini üretmesini ve yeniden üretmesini sağlamaktadır. Ancak medya, ideolojik bir işleve de sahiptir. Bu bağlamda medya kuruluşları hem ekonomik hem de ideolojik kuruluşlardır ve günümüzde kültürel üretim başat olarak medya dolayımıyla gerçekleşmektedir (Çakmur, 1998: 112-113). Medya, meta üreterek değer yaratan, aynı zamanda yaratılan bu değere kapitalist sınıf tarafından el konulmasını meşrulaştıran bilinç yönetim aracıdır (Yaylagül, 2006, s. 294).

Marx, medyanın bir bilinç yönetimi aracı olarak çalışmasını ve kapitaslit sınıfın bilinç yönetimindeki egemenliğini "Egemen sınıfın düşünceleri, her çağda egemen düşüncelerdir." vurgusu ile açıklamaktadır. Bu vurguya göre, toplumun maddi egemen gücü olan sınıf, aynı zamanda egemen düşünsel güçtür. Maddi üretim araçlarına sahip olan sınıf, bu sayede zihin-

sel üretim araçlarının üzerinde de denetim kurmaktadır. Zihinsel üretim araçlarından yoksun olanların düşünceleri de genel olarak egemen görüşe bağımlı olmaktadır. Egemen düşünceler, egemen maddi ilişkilerin düşünsel ifadesidir. Egemen sınıfı oluşturan bireyler, başka şeylerin yanı sıra bilince de hâkimdirler. Söz konusu sınıf, egemen durumda bulundukları ve tarihsel bir dönemin tüm kapsamını belirledikleri ölçüde, bunu her alanda yapabilmektedirler. Başka bir deyişle, başka şeylerin yanı sıra düşünce üreten kesim olarak kendi çağlarının düşünce üretimini ve düşüncelerin yayılmasını düzenlemektedirler (Marx ve Engels, 2013, s. 52-53). Dolayısıyla medya, toplumda egemen olan ekonomik ve siyasal güçlerin toplumsal iktidarlarını kurma ve pekiştirme sürecinde önemli bir etkendir. Medyanın zihinsel ve kültürel üretim noktasındaki gücünün farkında olan siyasi ve ekonomik iktidar sahiplerinin bu gücü yadsıması mümkün değildir. Egemenlerin medya ile olan ilişkilerinin kendi iktidarlarının sürdürülebilirliğini ve meşruluğunu sağlamalarında lokomotif görevi gördüğünü söylemek mümkündür.

Haber Söylemi

"Söylem kavramı toplumsal kuramda karşımıza iki farklı nitelikte çıkmaktadır. Söylem, bir yandan dil ve ideoloji arasındaki ilişkiyi anlatmakta geniş bir alan açarken, öte yandan ideoloji kuramının sorunları karşısında alternatif bir yaklaşıma odaklanma gereksinimi duyan bazı akımların merkezi kavramı olarak da karşımıza çıkmaktadır" (Karaduman, 2002: 24).

"Söylem" teriminde, metinlerde beliren dilsel biçimler ve kendi özelliklerindeki değişimi belirleyen toplumsal ilişkilerle süreçler çakışmaktadır. Toplumsaldaki bu çakışmanın bir yönünü de dil oluşturmaktadır. Bu dil ise ideolojinin maddi bir yönüdür ve ideoloji tarafından kuşatılmıştır. Bununla birlikte söylem, yapılar tarafından biçimlendirilmekte, aynı zamanda da yapıları biçimlendirerek yeniden üretmektedir. Bu yapılar, söylemsel/ideolojik bir doğaya sahiptir. Politik ve ekonomik yapılar, pazar ilişkileri, cinsiyet ilişkileri, devlet ve eğitim gibi toplumsal kurumlardaki ilişkiler söyleme içkindir (Fairclough, 2003: 158,159).

Haber ve haberin yayımlandığı medya ortamı, eleştirel bakış açısında, hâkim ideolojik gücün ya da sınıfların etkisinde ve onlar lehine yapılandırılan bir özellikte değerlendirilmektedir. Böyle bir ortamda haber, gerçekliğin temsil edilmesinde ve yeniden inşasında önemli bir yeri olan metinsel bir söylem olarak görülür.

Nesnellik, tarafsızlık, dengelilik gibi haber değerleri, haberin söylemsel yapısı içinde iktidar/güç sahibi kişi ve kurumların olaylara getirdikleri açıklamaların inanılırlığını kurmasını sağlamaktadır. Nesnellik stratejisi

ile statüko içinde yer alan ve statükoyu sürdüren kurumların öznel görüşleri, haber söylemi içine yerleşmektedir. Haber, profesyonel etik kodlar içinde yapılanmış bir söylemdir. Profesyonel etik kodlar, haber metinlerinde kapanmaya da neden olmaktadır. Başkalarının görüşlerini içeren metinler olan haberlerde çoğunlukla, siyasal iktidarı paylaşanların, baskı grupları sözcülerinin, yasama, yürütme ve yargının üst düzey görevlilerinin görüşleri yer almaktadır. Alternatif düşüncelere ise çok az yer verilmektedir. Dolayısıyla haber metinleri, resmi söylemin karşıtlarına en az yer veren, en kapalı metinlerdir (İnal, 1997: 142; Dursun, 2003: 74- 78).

Haber söylemi, muhabirlerin kendi görüş ve ideolojilerini de içermektedir. Kendi destekledikleri kişilerin olumlu eylemlerine daha fazla yer veren muhabirler, bu kişilerin olumsuz eylemlerini ise pasif cümlelerle yapılandırmakta, aktörleri görmezden gelmektedirler. Bununla birlikte muhabirler, karşıt oldukları kişilerin olumlu eylemlerine haberde sınırlı bir şekilde yer vermekte, olumsuz eylemlerini ise daha ön plana çıkarmaktadırlar (Devran, 2010: 123). van Dijk, bu durumu ideolojik kare olarak şu şekilde nitelendirmektedir:

1. Kendi iyi özellik ve eylemlerini vurgulamak,
2. Diğerlerinin kötü özellik ve eylemlerini vurgulamak,
3. Kendi kötü özellik ve eylemlerini azaltmak.
4. Diğerlerinin iyi özellik ve eylemlerini azaltmak (van Dijk, 1998: 33).

Haber, diyaloğa dayanan bir metindir ve haber söyleminin bütünsel olarak algılanması gerekmektedir. Haberin mikro yapısına ilişkin birimler, haberin makro yapısı ve haber söyleminin toplumsal bağlamı içinde anlamlı olmaktadır. Bu nedenle haberde sözcük seçimleri ve cümle yapıları önemlidir. Bu noktada Ayşe İnal, işaretin çok vurgululuğuna, cümle ve cümleciklerin etken ve edilgen oluşuna vurgu yapmaktadır. Farklı gramer yapılarına sahip dillerde, anlamın oluşmasında cümle içinde öznenin konumunu belirten sözcük ve ekler etkilidir. Cümlelerin gramer yapıları sözcüklerin anlamını belirlemektedir. Haber içinde sözcük seçimleri, belli bir ideolojik tavrı vurgulamaktadır. Toplumdaki güç/iktidar ilişkilerinin dayandığı cinsel, etnik ve dilsel farklılıklar dil ve söylem içinde mücadeleye girmektedir. Örneğin; haberdeki "özgürlük savaşçısı" ya da "terörist" sözcükleri farklı ideolojileri yansıtmaktadır. Dolayısıyla dil içindeki mücadele, bir sözcük yerine başka bir sözcüğün kullanılması anlamına gelmektedir. Bu mücadele söylemlere ilişkindir ve sözcüklerin anlamı söylem içinde oluşmaktadır. Haberdeki hiçbir işaret masum değildir. Her sözcük farklı

bir çıkarı temsil etmekte ve bir söylemsel topluluğu vurgulamaktadır. Kullanıldığı anda söyleme eklemlenen sözcük, farklı söylemler içinde farklı vurgular taşımaktadır. Sözcükler, söylem içinde vurgulanmakta, söylemler ise hegemonik mücadele içinde oluşmaktadır (İnal, 1996: 116- 123).

Haber Analizleri

Analiz çalışmasında; "dengelilik, hakkaniyetlilik, nötr tutum ve tarafsızlık" kriterleri doğrultusunda analizlere yer verilmiştir. Objektif haberciliğin unsurlarından olan dengelilik, haberde taraflara eşit yer ve zaman ayırmaktır. Bir haberde yalnızca olay taraflarının birinin görüşlerine yer vermek ya da ağırlığı tek bir tarafa vermek objektif habercilik anlayışının dışına çıkıldığının göstergesidir. Bunun için birinci bölümde Cumhuriyet ve Yeni Şafak gazetelerinde, 22 Temmuz 2007 seçimleri öncesinde AKP ve CHP genel başkanlarının konuşmalarından oluşan haberlere ayrılan alan ve fotoğraf alanına bakılmış ve nicel olarak içerik analizine tabi tutulmuştur. Buna ek olarak partilerin milletvekili adaylarıyla ilgili haberler de aynı şekilde ele alınmıştır. İkinci ve üçüncü bölümlerde aynı parti liderlerinin haber söylemi içinde nasıl konumlandırıldıkları belirlenmeye çalışılacaktır.

1. 22 Temmuz 2007 Seçimleri Öncesinde AKP ve CHP Siyasi Partilerinin; Cumhuriyet ve Yeni Şafak Gazetelerinde Parti Liderleri ve Milletvekili Adayları ile İlgili Haberlere Ayrılan Haber ve Fotoğraf Alanı

A. Cumhuriyet Gazetesinde AKP ve CHP'ye Ayrılan Haber ve Fotoğraf Alanı:

Cumhuriyet gazetesinde CHP Genel Başkanı Deniz Baykal'ın konuşmaları ve onunla ilgili haberler özelinde ayrılan haber alanı ve toplam alan, AKP Genel Başkanı Recep Tayyip Erdoğan'a ayrılan alanlara oranla daha fazla olmuştur (Tablo 1).

Tablo 1: *Cumhuriyet Gazetesinde AKP ve CHP'ye Ayrılan Alan 1 (Parti Liderleri)*

Partiler	Haber Alanı	Foto alanı	Top1am
AKP	4490.84 cm	464.85 cm	4955.69 cm
CHP	5091.9 cm	374.28 cm	5466.18 cm

Tablo 2'de görüldüğü gibi Cumhuriyet gazetesinde AKP'nin milletvekili adaylarının konuşmaları ve onlarla ilgili haberler özelinde ayrılan haber alanı CHP'ye göre daha fazla olmuştur. Fotoğraf alanında durum tam tersi yöndedir. Ancak toplam ayrılan alanda da CHP fazla çıkmıştır (Tablo 2).

Tablo 2: *Cumhuriyet Gazetesinde AKP ve CHP'ye Ayrılan Alan 2 (Milletvekili Adayları)*

Partiler	Haber Alanı	Foto alanı	Top1am
AKP	2102.15 cm	347.57cm	2449.72 cm
CHP	1798.2 cm	m	m

B. Yeni Şafak Gazetesinde AKP ve CHP'ye Ayrılan Haber ve Fotoğraf Alanı:

Yeni Şafak gazetesinde AKP Genel Başkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın konuşmaları ve onunla ilgili haberler özelinde ayrılan haber alanı ve fotoğraf alanı, CHP Genel Başkanı Deniz Baykal'a oranla çok daha fazla (yaklaşık 16 kat) olmuştur (Tablo 3).

Tablo 3: *Yeni Şafak Gazetesinde AKP ve CHP'ye Ayrılan Alan 1 (Parti Liderleri)*

Partiler	Haber Alanı	Foto alanı	Top1am
AKP	6036.79 cm	6846.9 cm	12883.69 cm
CHP	605.1 cm	193.3 cm	798.4 cm

Yeni Şafak gazetesinde AKP'nin milletvekili adaylarının konuşmaları ve onlarla ilgili haberler özelinde ayrılan haber alanı ve toplam alan, yine CHP'ye oranla fazla olmuştur (Tablo 4).

Tablo 4: *Yenişafak Gazetesinde AKP ve CHP'ye Ayrılan Alan 1 (Milletvekili Adayları)*

Partiler	Haber Alanı	Foto alanı	Top1am
AKP	1051.5 cm	319.75 cm	1371.25 cm
CHP	894 cm	398.71 cm	1292.87 cm

Bu verilere göre, Yeni Şafak gazetesinin lider konuşmalarıyla ilgili haberlerde dengesiz ve hakkaniyetsiz habercilik yaptığını belirtmek mümkündür. Diğer kategorilerde ise dengeli değil ama hakkaniyetli habercilik yapıldığını söylemek mümkündür. Bir noktanın altını çizmek gerekmektedir. Bu çözümlemeler, gazetelerin partilere yönelik tutumlarını yansıtması açısından yeterli olmamaktadır. Başka bir deyişle haber alanını çok ayırmak ya da eşit ayırmak gazetelerin partilere eşit mesafede durduğunu ifade edemeyebilmektedir. Çok fazla alan ve fotoğraf alanı ayrılan bir haberde söz konusu olan partiye olumsuz yaklaşılabilmektedir. Bu nedenle gazetelerin partilere tutumunu anlamak için aşağıdaki çözümlemelere bakmak yararlı olacaktır. Nitekim dengelilik ve hakkaniyetliliğe yönelik çözümlemeler sadece lider ve adayların konuşmalarına ilişkin haberlerden oluşmuştur. Bunların yanında öyle haberler yapılmıştır ki gazetelerin

tutumlarını net olarak ortaya koymaktadır; zira bu haberler dengelilik ve hakkaniyetlilik açısından da ele alınmış olsa söz konusu ölçütlere gazetelerin açıkça uymadıkları sonucu ortaya çıkmaktadır. Bir başka açıklama da fotoğraflar açısından yapılmalıdır. Cumhuriyet gazetesi fotoğrafa fazla yer vermemektedir. Bu nedenle karşıt yayın yaptığı AKP'ye ilişkin bir adet büyük fotoğraf, CHP için kullanılan çok sayıda küçük fotoğraftan (yüzü gösteren) daha fazla yer kaplayabilmektedir.

2. Cumhuriyet ve Yeni Şafak Gazetelerinde AKP ve CHP Genel Başkanlarının Tanımlanması

Yeni Şafak gazetesinde CHP Genel Başkanı Deniz Baykal'la ilgili haberlere bakıldığında daha çok soyadıyla yani Baykal diye ifade edildiği anlaşılmaktadır. Bunun yanında az sayıda, CHP lideri Deniz Baykal ve CHP lideri Baykal şeklinde yazıldığı da olmuştur.

Yüklemlere ve cümle içinde kullanılan sözcük ve ifadelere bakıldığında; "karşı çıkmıştı, şartını koştu, baltalamaya başladı, tehdit ederek, yeni bir krizin kapısını araladı, krize neden olmuştu, krize sokmuştu, fazla katılım olmadı" gibi olumsuz ifadelerin kullanıldığı görülmüştür. Sözcük seçimlerindeki bu olumsuz ifadeler, gazetenin CHP liderine tutumunu da göstermektedir. Söz konusu ifadeleri gazetenin Deniz Baykal'ın eylemlerini olumsuzladığı yönünde değerlendirmek mümkündür.

Yeni Şafak'ta AKP Genel Başkanı Recep Tayyip Erdoğan'la ilgili haberlere bakıldığında ise "Başbakan Erdoğan, Başbakan Tayyip Erdoğan, Başbakan" ifadelerinin sıklıkla kullanıldığı anlaşılmıştır. Bir kez AK Parti Genel Başkanı ve Başbakan Tayyip Erdoğan ifadeleri de kullanılmıştır.

Yüklemler ve cümle içerisinde geçen sözcükler olumludur. Örnek olarak şunları vermek mümkündür: "Vurgularken, altını çizdi, eleştirdi, diye konuştu, hitap etti, müjde verdi, çağrısında bulundu, çıkarma yapan." Dolayısıyla gazetenin Recep Tayyip Erdoğan'ın eylemlerini olumladığını söylemek mümkündür.

Cumhuriyet gazetesi, CHP Genel Başkanı Deniz Baykal'ı, "CHP Genel Başkanı Deniz Baykal" ifadesiyle daha çok tanımlamıştır. Bunun yanında "Baykal, CHP lideri Deniz Baykal" ifadeleri de kullanılmıştır.

Yüklemler ve cümle içinde kullanılan sözcük ve ifadelere bakıldığında, Deniz Baykal açısından genellikle olumlu ifadelerin kullanıldığı dikkat çekmektedir:

"Vurguladı, kaydetti, dile getirdi, mesajlar verdi, iddia etti" gibi olumlu ifadelere yer verilmiştir. Söz konusu bu durum Cumhuriyet gazetesinin

Yeni Şafak'a göre Deniz Baykal'a daha olumlu baktığını göstermektedir. Cumhuriyet'te AKP Genel Başkanı Recep Tayyip Erdoğan, daha çok Erdoğan şeklinde tanımlanmıştır. "Başbakan Recep Tayyip Erdoğan, Başbakan Erdoğan, Başbakan da kullanılan ifadeler arasındadır.

Yüklemler ve cümle içinde geçen sözcükler arasında; "çark etti, hedef almıştı, vazgeçti, reddetti, göz yumdu, zorunda bıraktı, köprüleri atmıştı, iddia ederken" gibi olumsuz denilebilecek ifadeler bulunmaktadır.

Gazetelerin haber taraflarına ilişkin yanlılık gösterip göstermediğini sözcük seçimlerinden, cümle yapılarından, özne ve nesnenin konumlandırılmasından ve eylemlerin geçişli mi yoksa geçişsiz mi olduğuna bakarak değerlendirmek mümkündür. Bu bağlamda çalışmada elde edilen veriler değerlendirildiğinde gazetelerin iki parti liderine ilişkin nötr bir dil kullanmadıklarını söylemek mümkündür. Nötr dil kullanmamanın biçimi Cumhuriyet gazetesi açısından AKP Genel Başkanı Recep Tayyip Erdoğan; Yeni Şafak gazetesi açısından da CHP Genel Başkanı Deniz Baykal aleyhine olmuştur.

Örneklere bakıldığında Yeni Şafak gazetesinin AKP 'ye destek verdiği açıkça anlaşılmaktadır. Gazete aynı zamanda CHP karşısında bir tutum sergilemiştir. Cumhuriyet gazetesi haberlerine bakıldığında bu defa durumun tersine döndüğü anlaşılmaktadır. Cumhuriyet, haberlerinde net olarak AKP karşısında bir tutum sergilemiştir. Ayrıca her iki gazete de olay-yorum ayrımına dikkat etmemişlerdir. Bu durumda da inandırıcılık zayıflamakta ve çifte standart ortaya çıkmaktadır.

Bu analizlerden yola çıkarak; medya ile siyasetin iç içe girmiş durumda olduğunu, politikayı yönlendirmeye çalıştığını, zaman zaman hükümetleri düşürmek için kampanyalar açtığını, yeni oluşumlara akıl hocalığı yaptığını, yeni liderler belirlediğini de söyleyebiliriz. Bu noktada kabahati yalnızca merkez medyaya yüklemek de haksızlık olacaktır. Bu tabloda siyaset kurumunun güçsüzlüğünün ve etik kurallara aldırmazlığının da payı bulunmaktadır.

Bütün bu örnekler ve olup bitenler; medya – siyaset ilişkisinin bulunması gerektiği nokta/düzey sorunsalının sorgulanmasını da elbette ki beraberinde getirmekte/gerektirmektedir.

SONUÇ

Basın- medya tarihinin en eski tartışması siyaset ile ilişkilerin nasıl olacağıdır. Daha ilk gazetelerden itibaren yazılanlar iktidar sahiplerini hep rahatsız etmiştir ve iktidar sahipleri sürekli olarak basını nasıl baskı altında tutacaklarını, nasıl istedikleri yönde yönlendirebileceklerini araştırmıştır. Bu nedenle yasalar içinde en çok değişen basını ilgilendiren yasalardır. Çünkü her iktidar basını kontrol edebilmek için çareyi "baskıcı" yasalara başvurmakta bulmuştur. Bu durumun tüm dünyada geçerli olduğunu söyleyebiliriz.

Medya ve siyaset arasında var olan karşılıklı menfaat ilişkisi özellikle seçim dönemlerinde meydana çıkar. Seçim dönemlerinde medya kuruluşu tarafından desteklenen bir siyasi parti seçimleri kazanması halinde iktidar koltuğunun birçok nimetini kendisini destekleyen medya kuruluşuna sunacaktır. Bunlar ucuz kredi olanakları, vergi indirimleri, medya kuruluşu lehine yapılan yasal düzenlemelerdir.

Medya toplumun her alanına uzanan etkisiyle siyasi alanda da oldukça etkin bir konumda yer almaktadır. Medya ve siyaset kurumları arasında karşılıklı kazanmaya yönelik bir bağımlılık söz konusudur. Bu bağımlılık medya kurumlarının erişim alanlarına giren bütün alanlarda seçim sistemlerinden, oyun kime verileceği konusuna değin karmaşık ilişkilerin doğmasına sebep olur. Öte yandan siyasi oluşumlar kendilerine ait medya organları yaratabilir. İkinci durum propaganda hakkı bağlamında düşünülerek kabul edilebilir ve görece daha az tehlikelidir. Daha tehlikeli olan medya kurumlarının birtakım çıkarlar doğrultusunda gerçekleri göz ardı etmesi ve gizli olarak yanlı yayın yapmasıdır. Bu durumda medya yöneticileri ve siyasiler arasındaki ilişkiler önem kazanır ve toplumu güdümleyecek konuma gelebilir. Medyanın siyasete olan etkisi sosyal sorumluluk bilincinde eşit görünürlük ve gerçekleri tarafsız açıklamak olarak görülebilir. Bu yapıya sahip medya kuruluşlarının varlığı sağlıklı toplumların gelişmesi ve huzurlu sosyal hayat için bir gerekliliktir. Medyanın bahsettiğimiz yapıya kavuşması da ancak alternatif medya kanallarının desteklenmesi ve medya kuruluşlarının ekonomik bağımlılıklarının ortadan kaldırılmasıyla gerçekleşebilir.

Medya sahip olduğu bu güç ile siyasiler üzerinde bir baskı unsurudur. Kamuoyunun desteğini alabilmek ve iktidar koltuğuna oturabilmek için tüm siyasiler medya kuruluşları ile sıcak ilişkiler kurmaya çalışırlar. Siyasiler çok iyi bilirler ki arkalarında medya desteği olmadan seçimlerde hiçbir başarı sağlayamazlar. Siyaset kamusal alandaki mücadelelerden ziyade medya alanındaki mücadeleler ile yapılır.

KAYNAKÇA

Bal, H. (2004). ***İletişim Sosyolojisi***. Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi Yayınları.

Barret, O. B. (2006). Ekonomi politik yaklaşım. L. Yaylagül (Der.), *Kitle iletişiminin ekonomi politiği.* (s. 1-16). Ankara: Dalbaz Yayıncılık.

Baydar, A. (2003). *Seçim Propagandaları ve Medya; Teorik ve Uygulamalı Bir Çalışma.* Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı, Basılmamış Yüksek Lisans tezi, Konya.

Curran, J. (2005). Kitle iletişim araştırmasında yeni revizyonizm: bir yeniden değerlendirme çabası. *Medya, iktidar, ideoloji*. (Der. ve Çev. M. Küçük). s. 377-413. Ankara: Bilim ve Sanat.

Çakmur, B. (1998). Kültürel üretimin ekonomi politiği. *Kültür ve iletişim.* 1 (2), 111-148.

Devran, Y. (2010). *Haber söylem ideoloji*. İstanbul: Başlık Yayınları.

Dursun, Ç. (2003). Haber ve habercilik/ gazetecilik üzerine düşünmek. *Gazetecilik ve habercilik*. (Der. S. Alankuş). İstanbul: IPS İletişim Vakfı.

Erdoğan, İ. (2001. Kitle iletişimi örneğiyle marksist siyasal ekonomi yaklaşımı. *Praksis.* (4), 276-313.

Erdoğan, İ. ve Alemdar, K. (2005). Öteki kuram. Ankara: ERK.

Fairlough, H. (2003). Dil ve ideoloji. *Söylem ve ideoloji* (Ed. B. Çoban ve Z. Özarslan). İstanbul: Su Yayınları.

Gurevitch, M. Bennett, T., Curran, J. and Woollacott, J. (1982). Culture, Society and the Media New York: Methuen.

Güz, N. (2005). *Haberde yönlendirme ve kamuoyu araştırmaları*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Hall, S. (2005). İdeolojinin yeniden keşfi: medya çalışmalarında baskı altında tutulanın geri dönüşü. *Medya, iktidar, ideoloji.* (Der. Ve Çev. M. Küçük). Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

İktisadi Araştırmalar Vakfı (1994). *Kitle İletişim Araçları ve Kamuoyu.* İstanbul.

İnal, A. (1996). *Haberi okumak*. İstanbul: Temuçin Yayınları.

İnal, A. (1997). Haber metinlerine eleştirel bir bakış açısı: temel sorunlar ve örnek çalışmalar. *Ankara Üniversitesi İLEF Yıllık.* 1994- 95, 135- 163.

İrvan, S. (1995). Demokratik sistemde medyanın rolü. *Birikim Dergisi*, 68-69, 76-83.

Karaduman, S. S. (2002). *Televizyon Haberlerinde küreselleşme Olgusu: NTV ve CNN Türk'ün Dış Haberleri Üzerine Bir İnceleme.* Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ege Üniversitesi, İzmir.

Lewis, J. (2004). *Cultural studies*. London: Sage Publications.

Lichtenberg, J. (1995). Foundations and limits of freedom of the press. *Democracy and the mass media* (Ed: J. Lichtenberg). United States of America: Cambridge University Press. ss. 102-136.

Marx, K ve Engels, F. (2013). *Alman İdeolojisi*. (Çev. T. Ok ve O. Geridönmez). İstanbul: Evrensel Basım Yayın.

Marx, K. (2011). *Ekonomi politiğin eleştirisine katkı.* (Çev. S. Belli). Ankara: Sol Yayınları.

Sholle, D.J. (2005). Eleştirel çalışmalar: ideoloji teorisinden iktidar/bilgiye. *Medya, iktidar, ideoloji*. (Ed. M. Küçük). s. 255- 295. Ankara: Bilim ve Sanat.

Tekinalp, Ş ve Uzun, R. (2009). İletişim araştırmaları ve kuramları. İstanbul: Beta.

Tokgöz**,** O. (2006). *Temel Gazetecilik.* Ankara: İmge Kitabevi Yayınları, .

Van Dijk, T. A. (1998). Opinions and ideologies in the press. *Approaches to media discourse*. (Ed. A. Bell ve P. Garrett). Oxford: Blackwell Publishers.

Yaylagül, L. (2006). Kapitalizm, medya, popüler kültür ve ideoloji. L. Yaylagül (Der.), *Kitle iletişiminin ekonomi politiği*. s. 289-326. Ankara: Dalbaz Yayıncılık.

Yaylagül, L. (2008). *Kitle iletişim kuramları*. Ankara: Dipnot Yayınları.

- 10.07.2007 - 12.07.2007 - 15.07.2007 - 18.07.2007 Tarihli Cumhuriyet Gazeteleri.http://yenisafak.com.tr/Politika/?t=10.07.2007&c=2&i=55161– Erişim Tarihi: 28.03.2010.
- http://www.yenisafak.com.tr/politika/?t=11.07.2007&c=2&i=55314&Uzlaşmayı/dışarı/taşıdı– Erişim Tarihi: 28.03.2010.
- http://yenisafak.com.tr/Politika/?t=12.07.2007&i=55450– Erişim Tarihi: 28.03.2010.
- http://yenisafak.com.tr/Politika/?t=10.07.2007&c=2&i=55155– Erişim Tarihi: 28.03.2010.
- http://www.keyifci.com/medya-ve-siyaset-iliskisi-t12850.html?p=40458 – Erişim Tarihi: 30.03.2010.

İZMİR'İN LEVANTEN İŞLETMELERİ

Emre KAPLANOĞLU[1], Süleyman YÜKÇÜ[2], Canan YÜKÇÜ[3]

1 Doç. Dr, Ege Üniversitesi Bergama Meslek Yüksekokulu Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Programı
2 Prof. Dr. , Dokuz Eylül Üniversitesi İ.İ.B.F. İşletme Bölümü, Muhasebe Finansman Anabilim Dalı
3 Öğr. Gör., Ege Üniversitesi Ege Meslek Yüksekokulu, Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Programı

İZMİR'İN LEVANTEN İŞLETMELERİ

Emre KAPLANOĞLU[1], Süleyman YÜKÇÜ[2], Canan YÜKÇÜ[3]

GİRİŞ

16. yüzyılda uluslararası ticarette yaşanan gelişmeler sonucunda yeni pazarlar ve ticaret güzergâhları ortaya çıkmıştır. Bu güzergâhlardan biri de yıldızı parlayan İzmir'dir. İzmir'in o dönem itibariyle bir cazibe merkezi haline gelmeye başlamasıyla yabancıların daha sık ziyaret etmelerini ve yerleşik yaşama geçmelerini zorunlu kılmıştır. Yabancıların, özellikle batı Akdeniz'den gelen ve Roma Katolik adetlerini Osmanlı topraklarında yerleşik olarak sürdürenler Levanten kelimesine hayat vermiştir. Levanten olarak ifade edilen bu zümrenin siyasal, sosyal, kültürel ve ekonomik anlamda gelişmelere ve yeniliklere öncülük ettikleri ifade edilebilir.

Levanten'in kelime anlamı araştırıldığında oldukça fazla tanımlamayla karşılaşılacaktır. Burada bir kısmına değinilecektir. Levanten, Doğulu kelimesiyle Doğu Akdeniz limanları, bütün Doğu Akdenizliler, hem Bizans hem Osmanlı döneminde yerli ahaliden çok buralara yerleşen İtalyan, Katalan, Fransız gibi Batı Akdenizliler. 18. ve 19. yüzyılda Orta ve Kuzey Avrupa'dan gelip yerleşen yabancıları kapsayan ve betimleyen bir terimdir (Ortaylı, 2006: 23). Roma Katolik Kilisesine mensup olup Şarkta yerleşmiş Latinlerdir. Ermeni Katolik veya diğer Doğu Katoliklerinden Şark Latinlerini ayırmaya çalışır. Dini kimliği arka planda tutulan beratlı tüccardır. Doğuda, özellikle Osmanlı topraklarında dünyaya gelmiş batılılığı yüzeysel veya şüpheli olan batılılardır (Eldem, 2006: 12). Bu yüzeysellik Levantenlerin köklerinin bulunduğu yerlerdeki örf ve adetleri sürdürme gayreti, bir nevi taklit etme isteği olarak görüldüğünden "Tatlı Su Frenki" olarak nitelendirilmişlerdir. Şemseddin Sami Bey'in Kamus-ül A'lâm'ında Frenk kelimesi Katolik veya Protestan olan Avrupalılar şeklinde açıklanmıştır (Eldem, 2006: 16). "Tatlı Su Frenki" ifadesinde tuzlu su balığı yanında tatlı su balığını küçümseme, alaycı bir tavırdan söz edilebilir (Ortaylı, 2006: 23).

Daha eski dönemle ilişkilendirilerek Pera'dan (Ceneviz dönemindeki Magnifica Comunita di Pera-Cenevizlilerin Pera'daki Özerk İdaresi) Osmanlı devletindeki devamı olan kişilerdir. Batı Akdenizli zümre Bizans günlerine kadar uzanan bir cemaattir. Venedikliler 991'de Bizans'tan aldıkları ticari imtiyazlarla Bahçekapı, Eminönü (Zindankapı), Fener, Galata'da otururlardı. Rumlar, Venedik ile Ceneviz kolonisinin oturduğu bu kesime Pera (karşı) derdi (Ortaylı, 2006: 24). Kökeni Haçlı seferlerine dayanan ve o dönemde Orta Doğu'da

1 Doç. Dr, Ege Üniversitesi Bergama Meslek Yüksekokulu Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Programı
2 Prof. Dr. , Dokuz Eylül Üniversitesi İ.İ.B.F. İşletme Bölümü, Muhasebe Finansman Anabilim Dalı
3 Öğr. Gör., Ege Üniversitesi Ege Meslek Yüksekokulu, Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Programı

kurulmuş olan Frenk/Latin devletlerinden arta kalan topluluktur (Eldem, 2006: 12). Leksikografik (sözlükçülük/sözlük bilimi) açıdan yani kelimenin tarifindeki değişim ve farklılıkları bulmak amacıyla da Levanten kelimesi incelenebilir. Örneğin Alexandre Handjeri'nin 1841 yılındaki Fransızca-Arapça-Farsça-Türkçe lügatının "Levantin" maddesinde Fransızca; Natif des pays du Levant, Arapça; Şarki veya Ehl-eş-Şark, Farsça; Hâver-nişîn (Doğuda oturan) ve Türkçe: Gündoğusu tarafının ehli olarak açıklanmıştır. Bu tanımlamalarda Levant, Şark, Hâver ve Gündoğusu coğrafi konum belirten ortak noktadır (Eldem, 2006: 12). Görüldüğü üzere Levanten kelimesiyle ilgili oldukça fazla tanımlama bulunmaktadır. Net bir ayrım veya tanım aramaktansa, kelimenin görünmeyen tarafındaki süreç ve etkileşimleri incelemek sosyal bilimci için daha faydalı olacaktır (Eldem, 2006: 22).

Avrupa'dan İzmir'e yerleşerek başarılı ticaret ağları kurmuş ve birçok malın ticaretini kontrol altında tutmuş çok sayıda İzmirli levanten aile sayılabilir. Bunlardan bazıları şunlardır: Abajoli, Abbott, Akavi, Aliberti, Aliotti, Arkas, Armand, Armao, Bad, Baldwin, Balladur, Baltazzi, Barf, Barry, Barttet, Belhomme, Bonnet, Borg, Bragiotti, Bruisch, Burgon, Cumberbatch, De Andria, Dr Cramer, De Jongh, Dutilh, Forbes, Giraud, Gordon, Gout, Hatton, Heemstra, Icard, Keun, La Fontaine, Lane, Lochner, McCraith, McKernan, Mainetti, Maltass, Mattheys, Pellegrini,Pennetti, Reebkomp, Rees, Reggio, Rocca, Russell, Russo, Schlosser, Sponza, Steinbüchel, Stower, Tissot, Turrell, Van Der Schoeff, Whittall, Winterhalter ve Wood (Öndeş, 2003:240). Doğaldır ki daha nice Levanten aile de İzmir'de faaliyet göstermiş, ticari, ekonomik ve sosyal hayata kurdukları işletmelerle katkı sağlamıştır. Bütün bu işletmeleri tanıtmak bu çalışma kapsamında mümkün değildir. 10 Temmuz 1688 tarihindeki deprem ve 13-17 Eylül tarihindeki İzmir Yangınında Levantenler oldukça fazla mal ve para kaybetmişlerdir. Verilen avanslarla, kredili satılan ticari mallarla ilgili alacak defterleri kaybolmuş, konsoloslukların önemli arşivleri yok olmuştur (Şenocak, 2008: 24).

Bu çalışmanın amacı, İzmir'de faaliyet göstermiş Levanten işletmelerinin Osmanlı ve Cumhuriyet Türkiye'si ve İzmir işletme tarihindeki yeri ve katkılarını ortaya koymaktır. Giriş kısmında Levanten kelimesinin farklı ve ortak yönleriyle tanımlarına, ikinci bölümde İzmir'in Levanten kesim için tarihsel sürecine yer verilmiştir. Üçüncü bölümde ise İzmir'de faaliyet göstermiş Levanten işletmeleri anlatılmıştır. Sonuç bölümünde Levanten işletmeleriyle ilgili çalışma önerileri paylaşılmıştır.

1. ÇALIŞMANIN YÖNTEMİ

Çalışmada Levanten işletmeleri ve bu işletmelerin ürünleri kaynak taraması yapılarak belirlenmiştir. Mevcut kaynaklar işletme yapılarından ziyade Levanten tanımı ve aileleriyle ilgilidir. Bunun temel sebebinin konuyla ilgili çalışmaların sözlü mirasa ve hatıratlara dayalı olan kaynaklardan ya-

rarlanılarak hazırlanmasından olduğu söylenebilir. Çalışma bu sınırlılıklara sahip olmakla birlikte konuyla ilgili yazından tespit edilen işletmelerin tarihçeleri, faaliyet alanları ve ürünleri ayrıntılarıyla verilmeye çalışılmıştır.

2. BULGULAR VE TARTIŞMA

Türkiye'deki Levantenler İstanbul'un dışında çoğunlukla İzmir veya İskenderunludur (Yılmaz, 2006: 119). Bu çalışmada incelenen Levantenler İzmir Levantenleridir ve Levantenlerle İzmir'in ilişkisini açıklamak için dönemin kısa tarihçesini anlatmak yerinde olacaktır.

Osmanlı yönetimine 1426 yılında geçen İzmir, coğrafi üstünlüklerine bağlı bir gelişim göstermiştir. XV. yüzyıl ve XVI. yüzyılın bir kısmında küçük kasaba özelliklerini devam ettirmiş, Osmanlı'nın hâkimiyeti Batı Anadolu'da sağlaması ile zenginleşmiştir. XVII. yüzyılın ikinci yarısında Osmanlı tarafından inşa edilen yapılar incelendiğinde İzmir'in ekonomik dönüşümünün farkına vardığı şeklinde yorumlanabilir. İzmir körfezine güvenlik için yapılan kale ve gümrük binası bunun örnekleridir (Şenocak, 2008: 23). XVI. yüz yılın başlarında mevsim ve arazi koşullarına uygun tarımsal ürünler Türkler tarafından yetiştirilmekte ve kişi başına düşen tarımsal ürün miktarları diğer kent ve köylerle karşılaştırıldığında daha az olması kent sakinlerinin tek işinin çiftçilik olmadığını göstermektedir. Tarıma dayalı bir ekonomisi olan İzmir, ticaretle uğraşan Ermeni ve Yahudilerin kente yerleşmelerini desteklemiyordu. Osmanlı'nın İzmir'in artalanında üretilen ürünleri ülke içi dağıtımla sınırlandırdığından ki İzmir'deki limanlar Osmanlı'da ülke içi iaşe dağıtımında ekseriyetle kullanıldığından uluslararası ticaret yolları İzmir'e uğramıyor ve kent gerçek potansiyelini gösteremiyordu (Goofman, 1995: 8-9). İzmir'in 1528-1529 dönemine ait nüfusu ve 1575-1576 dönemine ait nüfusu Tablo1'de verilmiştir (Goofman, 1995: 11).

Tablo 1. *İzmir'in 1528-1529 ve 1575-1576 Dönemlerine Ait Nüfus Değişimi*

1528-29		1575-76		Fark	Değişim (%)
Mahalle	Nefer Sayısı	Mahalle	Nefer Sayısı		
Faikpaşa	70	Faikpaşa	83	+13	19
Mescid-i Selâtinzade	61	Mescid-i Selâtinzade	56	-5	9
Han Bey (Pazar)	39	Han Bey (Pazar)	92	+53	235
Liman-ı İzmir	33	Liman-ı İzmir	54	+21	64
Boynuzseküsü	61	Boynuzseküsü	166	-105	272
Cemaat-i Gebran	43	Cemaat-i Gebran	110	+67	256
		Ali Çavuş	35	Yeni mahalle	
		Yazıcı	32	Yeni mahalle	
		Şaphane	30	Yeni mahalle	
Toplam	307	Toplam	658	351	216

İlgili dönemlerde Osmanlı dışındaki dünyadan izole edilmiş dahi olsa İzmir'in nüfusu 1528-29 ve 1575-76 yılları arasında 307 vergi mükellefinden 658 mükellefe çıkmıştır. Mescid-i Selâtinzade dışındaki mahalleler çok fazla büyümüş ve üç yeni mahalle (Ali Çavuş, Yazıcı, Şaphane) kurulmasını gerektirmiştir. İzmir nüfusunun iki katına çıkmasının nedenlerinde biri doğal büyümedir ancak tek başına açıklamakta yetersiz kalmaktadır. İzmir'in tarımdan uzaklaşarak bir ticaret merkezinin doğduğuna işarettir (Goofman, 1995: 12). XVII. yüzyılda batılılar İzmir'i keşfetmeye başlamışlar ve Osmanlı'nın başta İstanbul olmak üzere iaşe ağı sekteye uğramaya başlamıştır.

Resim 1. *Hollanda-Amsterdam Rijskmuseum koleksiyonundan anonim bir resim. Hollanda Elçisi Daniël Jan Baron de Hochepied'in (1687-1723) Divan'a kabulü ve arka planda İzmir (Tuval üzerine yağlıboya, Rijksmuseum Envanter No. SK-A-4085).*

Halep, Bağdat ve İskenderun'daki ticaret ürünlerindeki darlık, o bölgedeki çatışmalar nedeniyle güvensizlik, vergi oranlarındaki artışlar, korsan saldırılarına karşı İzmir limanının daha korunaklı olması ve özellikle Osmanlı'nın Batılılara verdiği kapitülasyonlar (vergi oranlarının düşürülmesi, ürün kotasının artırılması, denetim serbestisi gibi) İzmir'in yıldızını parlatmıştır (Goofman, 1995: 44). İzmir limanı, bölgede yetişen pamuk, ipek, palamut, meyan kökü, tütün, zeytin, kuru üzüm ve incirle beraber denizlerimizden çıkartılan sünger ve tezgâhlarda dokunan halının ihraç edildiği önemli bir limandı. Batılıların ticaretleri arttıkça aracılık ya da acente faaliyetlerini yürütecek kişilere ihtiyaç duyulmuş ve bu işlerin birçoğu Osmanlı uyruğunda olan Hristiyan ve Yahudiler tarafından icra edilmiştir. Bu grup dil, etnik köken ve dinlerinde farklı olmakla beraber zamanla kültürel karışımları kozmopolit ve ticaret yönelimli Levanten alt kültürünü şekillendirmiştir (Goofman, 1995: 70). Levantenler denilince ilk akla gelenler İtalyanlardır ve Levanten dünyanın çekirdek kısmı oldukları söylenebilir. Fransızlar, İngilizler, Hollandalı ve Almanlar sonradan katılmışlardır. Os-

manlı'nın başkentinden daha fazla özgürlük olması ve para kazanma arzusu İzmir'e çekmiştir (Yılmaz, 2006: 120).

Cenevizliler, 1261 yılında imzalanan Nif (Kemalpaşa) anlaşmasıyla İzmir'e yerleşme ve ticaret yapma ayrıcalığı elde etmişlerdir. Ayrıcalıklar arasında mahalle, kilise, fırın ve hamam kurmak da vardır. Levantenlerin yoğun olarak ticarethanelerinin bulunduğu Frenk Sokağı'nın temeli liman civarına yerleşen Cenevizlilere kadar uzanmaktadır. Frenk Sokağı, diğer adıyla Frenkhane, Rum mahalleleri ve Frenk mahalleleri arasında ortaya çıkan bir ticaret sokağıdır. Levanten tüccarların deniz kıyısında ticari depo ve benzeri amaçlarla kullandıkları evleri bulunurken, ticaretle uğraştıkları ticaret evlerinin ve konsoloslukların bulunduğu taş binaların olduğu alan Frenk Sokağı olmuştur. Levantenler, Frenk Sokağı ve çevresindeki Frenk mahallerindeki yaşamlarını mensup oldukları ülkelerdeki yaşantılarından kopmaması için ibadethaneler, kulüpler, lokantalar, kültür merkezleri, hastaneler gibi yapılar inşa ettirmişlerdir. Frenk Sokağı için Batı kültürünün Osmanlı Devleti'nde kendi yaşam alanını belirlediği fiziki bir sembol olduğu söylenebilir (İzmir'in Tarihi, 2019; Tekeli, 2017: 20-28).

Resim 2. *Frenk Sokağı (e-kemeralti.com/izmir-frenk-sokagi/)*

Günümüzdeki şehir planına göre Frenk Sokağı, Kemeraltı'nın doğusundan başlayıp, Pasaport, Cumhuriyet Meydanı ve Alsancak'a kadar uzanmaktadır. Levantenlerin ve yabancıların daha çok Avrupa'dan gelen malların alış verişini yaptıkları, üst gelir grubunun daha fazla ilgisini çeken, Avrupa'nın büyük mağazalarının şubelerinin bulunduğu ve Avrupa modasının görüldüğü bir yerdir (İzmir'in Tarihi, 2019).

XVIII. yüzyılda sayıları artış gösteren, XX. yüzyılın ortalarına doğru çeşitli nedenlerle sayıları giderek azalmış Levanten işletmeleri farklı alanlarda ticaret ve sanayi ile uğraşmışlar ve birçok yeniliği getirmişlerdir. Ancak bu işletmelerle ilgili yeterli çalışmanın olmadığını ve katkılarının tam olarak ortaya koyulamadığını belirtmek isteriz. Bunun nedenlerinden biri yabancı olarak algılanmakla kalmayıp aynı zamanda kapitülasyonlarla kaynakları sömürmekle suçlanmalarıdır. Levanten bir işadamı, "*kendilerinin bu ülkenin tarihinde, iktisadi hayatında, önemli roller oynadıklarını oysa bu katkılarının göz ardı edildiğini*" vurgulamıştır (Yumul, 2006: 44).

Levantenlerin İzmir Deniz Ticaret Odasının kuruluşunda da etkin rol oynadıkları söylenebilir. "Chambre Maritime de Smryne-İzmir Deniz Ticaret Odası" 1913 yılında İzmir'de kurulmuştur. 18 Ekim 1923 tarihinde yapılan genel kurul toplantısına katılanlar başkan Seyri Sefain Vapur acentesi Haşim Ramiz Bey, başkan yardımcısı Laster Zilberman & Co. müdürü Jérome Pussich, genel sekreter Messageries Maritimes ve Frassinet acentesi Léonce Guys, muhasip üye KhedivialMailLine acentesi Richard Cohen, üyeler Lloyd Triestino acentesi M.M. Algardi, Societa Italiana di Servizi Marittimi ve La Societa di Navigazione Vapore "Puglia", Maison Oliver & Co. sahibi Ellerman Lines Ltd., General SteamNavigation Co. Ltd. ve Deustsche Levante Linie acentesi Charles Maltas, La Maison W.F. Van der Zee ve Furness Withy & Co. Ltd., Compagnie Royale Neerlandise de Navigation a Vapeur ve Deustsche Levante Linie acentesi Van Der Zee'dir. 27 Kasım 1923'te İzmir Valisi Aziz Bey tarafından "Vilayet De Smyrne Direction de Contentieux" resmi evrakı ve 304 numaralı belge ile tüzük değişikliği onaylanmış, resmiyet belgesi verilmiştir.

Odaya üye acenteler, Seyri Sefain Vapur acentesi Haşim Ramiz Bey, America Levant Line Ltd acentesi M.M.T. Bowen Rees & Co. Ltd., Maritime Orient acentesi E. Guiffray, Cunard Streamship Co. Ltd. acentesi M.M.T. Bowen Rees & Co. Ltd., Deustsche Levant Linie acentesi MM Olivier & Co. (İthalat) ve W.F. Van der Zee (İhracat), Deutsche Orient Linie acentesi Pussich Jerome, Egypte Levant Line Ltd. acentesi M.M.T. Bowen Rees & Co. Ltd., Ellerman Lines Ltd. acentesi MM Olivier & Co., Furness, Withy & Co. Ltd. acentesi W.F. Van der Zee, General Steam Navigation Co. Ltd acentesi MM. Olivier & Co., Haleyon Lijn acentesi MM Dabcovich & Co.'dur (Öndeş, 2003: 233-234).

3.1. La Fontaine and Co.

La Fontaine ailesinin bir kolu 17. yüzyıl İstanbul'la ilişkilendirilse de İzmir'le ilişkili diğer kolu oluşturan kişi 18. Yüzyıl'da İzmir'e gelen James La Fontaine'dir (?-1826). Cenevre doğumlu James anne tarafından dedesi Isaac Morier'in yanına İngiltere'ye gönderilmiş, 7 yıl yaşadıktan

sonra İngiliz tebaasına geçmiştir. İzmir'e 1786 yılında gelmiş ve 1797 yılında Venedik kökenli Maria Cocchini della Grammatica ile evlenmiştir. Evliliğinden dokuz çocuğu dünyaya gelmiş ve çocukları yaş sırasına göre Charles Constantine (1798-1884), Frederick (1800-1870), Edwards, James, Marianne, Coroline, Henriette, Anna ve Adele'dir. James La Fontaine daha İngiltere'deyken Levant Kumpanyası'nın bir üyesi olmuştur ve İzmir'de Edward Hayes'le Hayes La Fontaine and Co. isimli firmada ortaklık kurmuştur.

En büyük oğlu Charles Constantine 1826'da babası öldüğünde Edward Hayes'le ortaklığı devam ettirmiştir. Charles ve kardeşi Edwards La Fontaine firmasının İstanbul şubesini idare ederlerken ortanca kardeş Frederick firmanın İzmir yöneticiliğini sürdürmüştür. Firma 1852'de kapandıktan sonra Charles, Makedonya'da (Trakya) Pelion gümüş ve kurşun madenlerinde yöneticilik yapmıştır. 1855'te Osmanlı Bankası'nın İzmir Şubesi ve 1858'de İstanbul Şubesi müdürlüğüne getirilmiştir. La Fontaine ailesi buharlı taşımacılık, bankacılık ve madencilikte faaliyet göstermişlerdir (Yılmaz, 2006; Levantineheritage, 2018a).

3.2. C. Whittall and Co.

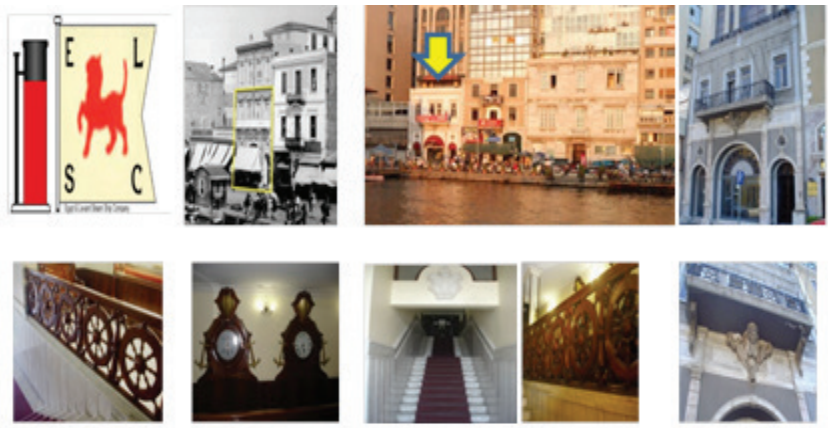
Bir İngiliz ticaret evi (Richard Foster Breed and Co.) tarafından İzmir'e gönderilen tüccar Charlton Whittall, Whittall ailesinin İzmir'e 1809 yılında gelen ilk üyesidir (Liverpool 1791-İzmir/Bornova 1867). Charlton, Giraud evlerinden birini kiralar. 1817 yılında önce kardeşi James ve 1831'de de kız kardeşi Mary İzmir'e gelirler. 1814 yılında Giraud'ların damadı olmasını sağlayan Magdaleine Victoire Blanche (1790-1861) ile evlilik yapmıştır. J. B. Giraud'un Frenk Caddesinde bulunan "Giraud Ticaret Evi"ni bir kısmı eşinin payı, bir kısmı da iki varisten satın alarak aile şirketinin ofisi olan "Whittall Frenkhanesi"ne dönüştürmüştür. Charlton 1811 yılında kendini İzmir'e gönderen Breed et Co.'nun da bulunduğu "C. Whittall and Co." firmasını kurmuştur. 1812 yılında Levant Kumpanyası'nın bir üyesi olarak kabul edilmiştir (Levantineheritage, 2018b). Kuru meyveler, pamuk, meşe palamudu (deri tabaklama için) firmanın başlıca ihraç ürünleridir (Rix ve Rix, 2011: 214).

Charlton Whittall'un ikinci oğlu James (1819-1883) kuzeni Magdaleine Giraud ile evlenmiştir. On üç çocuklarından biri olan Edward Whittall bir botanikçidir (Rix ve Rix, 2011: 214). Birçok bitki türünün ortaya çıkmasını sağlamış, sistematik olarak toplamış ve Londra'nın bir ilçesi olan Kew'de bulunan Kraliyet Botanik Bahçesine bazılarını göndermiştir. Kendisine Kew'e gönderdikleri için ödeme yapılmak istendiğinde çok fazla çeşitliliğe sahip Türk çiçeklerini tanımak ve değerini anlamak için çok az fırsatları olan Kraliyet Botanik Bahçesi ziyaretçilerinin görmeleri gerektiklerini

düşündüğünden parayı kabul etmemiştir (Rix ve Rix, 2011: 219). Kuru incir ve üzüm ihracatını başlatanın Edward Whittall olduğu belirtilmiştir. (Öndeş, 2003: 241). XX. yüzyılın başında Türkiye'de farklı bölgelerde C. Whittall and Co. firmasının 48 işyeri faaliyet göstermiştir. C.Whittall & Co. gemi acentesi olarak ticaret yaparken aynı zamanda düzenli seferler yapan posta vapur şirketlerini de temsil etmiştir (Öndeş, 2013: 217-218).

3.3. Egypt & Levant Steamship Co. Ltd.

Rees, İngiliz kökenli tüccar aile 1853'te Kırım Harbi zamanında Wales'ten İzmir'e kumaş boyası işi ve ticaret için göç etmiştir. İngiliz Egypt & Levant Steamship Co. Ltd. şirketinin İzmir genel acentasıdır.



Resim 3. *Sol üstten başlayarak Egypt & Levant Steamship Co. Ltd. şirket amblemi (Mariners-List, 2019), Şirketin Pasaport-Akdeniz Caddesindeki binasının eski hali ve yeni dış görünümleri (Leventaineheritage, 2019a), Rees binasının iç görünümleri (Leventaineheritage, 2019b).*

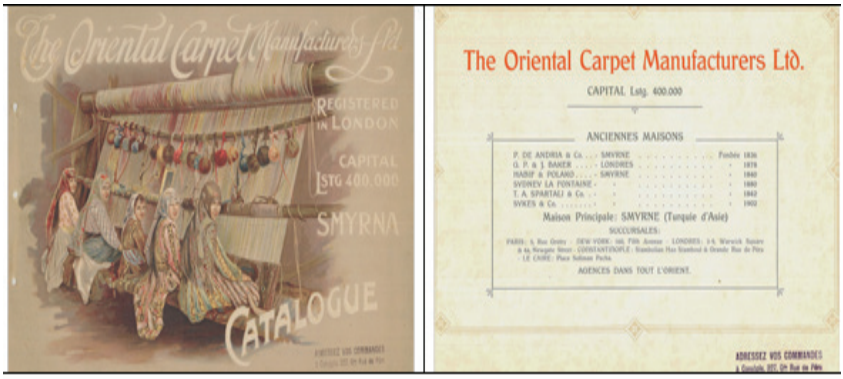
John Rees de İzmirli bir tüccardı. Annesi Fransız kökenlidir ve ataları 1789 Fransız İhtilalinden önce İzmir'e göç etmişlerdir. Gelen kuşaklar on sekiz ve on dokuzuncu yüzyıl boyunca incir, kuru üzüm, halı, kuru boyalar, pamuk tekstil ticareti yapmışlardır. Rees ailesi İzmir Buca'dan İskenderiye'ye göç etmişlerdir (Levantineheritage, 2018c).

3.4. The Oriental Carpet Manufacturers Ltd. (Şark Halı Kumpanyası)

İzmir'den Avrupa'ya en çok satılan mallar arasında halı da yer almıştır. Uşak, Kula, Isparta, Gördes, Demirci, Eşme, Takmak ve Milas gibi Batı Anadolu'nun farklı yerleşimlerinde genellikle köylü kadınların el tezgâh-

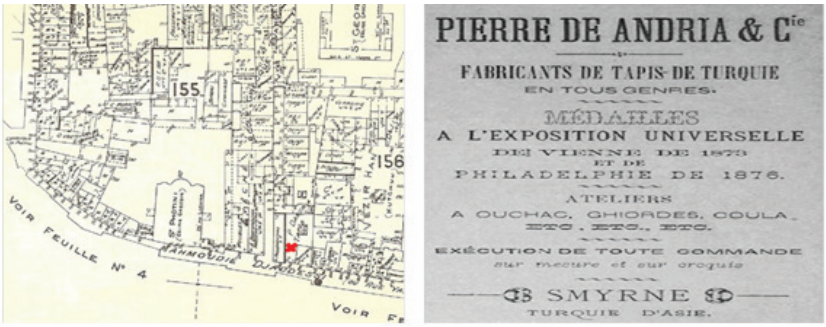
larında dokudukları halılar, seccadeler ve kilimler İzmir'den ihraç edildiklerinden İzmir Halıları olarak Avrupa'da tanınmıştır. 1772 yılında İngiliz firmaları halı ticaretine başlamış olsalar da Batı Anadolu'da halı ticareti 1860'lı yılların başına kadar malzeme verip köylülere iş yaptıran Osmanlı tüccarlarının hâkimiyetinde gelişmiştir. Batı Anadolu'da halıcılık sektöründe Avrupa'daki sanayi devriminden sonra eve iş verme sistemi büyük ve devamlı yatırım gerektirmemesi ve yüksek kâr elde edilmesi nedeniyle yaygınlaşmıştır.

Bu üretim ve ticaret şeklini benimseyen İngiliz halı şirketleri iplik ve model vererek halı dokutmuşlardır. Sanayi devrimiyle birlikte artan makineleşme, yeni fabrikaların üretimleri ve Osmanlı hükümetinin kurulacak halıyla ilgili sanayi tesislerine on yıl süreyle vergi muafiyeti getirmesi gibi nedenlerle levanten aile firmalarının da aralarında yer aldığı altı firma bir araya gelerek 25 Şubat 1907'de merkezi İzmir'de olan Londra tescilli "The Oriental Carpet Manufacturers Ltd." (OCM-Şark Halı Kumpanyası) firmasını kurmuşlardır. Bu firmalar merkezi İzmir'de bulunan Pierre de Andrea & Co., T. A. Spartali & Co., Sydney La Fontaine, Sykes & Co., Habif & Polako ile Merkezi Londra'da bulunan G. P. & J. Baker Ltd.'dir (Wynn, 2011).



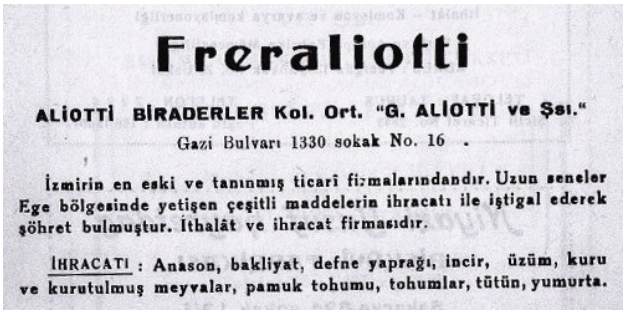
Resim 4. *Soldaki resim OCM katalog resmi, sağdaki OCM'nin kurucuları ve kuruluş tarihleri (Leventaineheritage, 2019c).*

1836'da İzmir'de kurulan Marsilya Ticaret Odasına kayıtlı Pierre de Andrea & Co. Halı dokutup ihraç etmek amacıyla kurulan ilk yabancı ticaret evidir. İstanbul, Tahran ve Paris'te İzmir halıları satmıştır. 1840 yılında İzmir'de kurulan Yahudi firması Habif & Polako Co.'dur. Brüksel ve Anvers'te şubeler açmıştır.



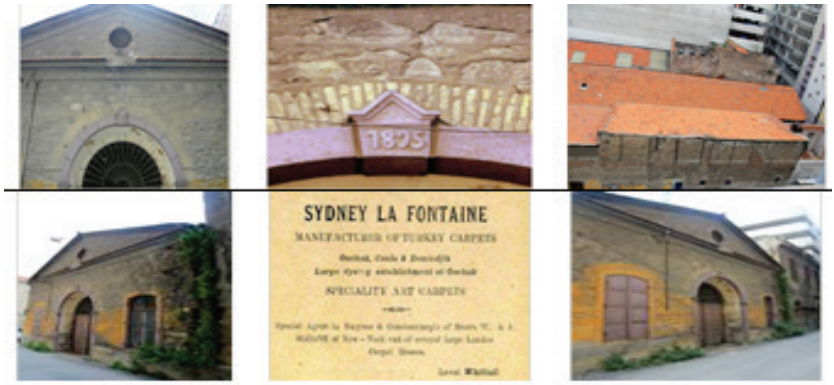
Resim 5. *Soldaki resim İzmir'de 1904 yılında Pierre de Andrea&Co şirketinin deposunun haritadaki yeri, sağdaki şirketin İzmir rehberindeki reklamı (Leventaineheritage, 2019d).*

1842 yılında T. A. Spartali & Co. İsimli ticaret evi kurulmuştur. Michael Spartali (1818-1914) ticaret ile uğraşırken 1866-1882 yılları arasında Yunanistan'ın İngiltere Konsolosluğu'nu yapmıştır. 1884 yılında İngiltere'deki şubelerini kapatmış ve 1900 yılında Spartali & Co. halı firmasını açmıştır. Firmanın uzun süre genel müdürlüğünü Levanten bir aile olan Aliotti ailesinden Alberto Aliotti yapmıştır. Aliotti ailesi 1820 yılında Sakız'dan İzmir'e göç eden geniş bir ailedir. İzmir'de doğan İtalya'nın Floransa eyaletinin o zaman ki konsolosu olan Antonio Alitti'nin oğlu Enrico Aliotti (1852-1912) kuru incir ve üzüm ihracatı yapan "Aliotti Biraderler" firmasının bir ortağıdır. "İzmir Rıhtımlar Şirketi"nin yönetim kurulu azalığı ve 1900 senesinde İzmir'de kurulan İtalyan Ticaret Odasının başkanlığını yapmıştır (Aliotti, 2011:232).



Resim 6. *Freraliotti-Aliotti Biraderler Kol. Ortaklığı'na ait ilan (Leventaineheritage, 2019e).*

Aliotti Biraderler Kol. Ortaklığı (Freraliotti) anason, bakliyat, defne-yaprağı, incir, üzüm, kuru ve kurutulmuş meyveler, pamuk tohumu, tohumlar, tütün ve yumurta ihracatıyla uğraşmışlardır. Londra merkezli G. P. & J. Baker Ltd. firması halı ticareti için 1878'de İzmir'de kurulmuştur. 1880 yılında Sydney La Fontaine İzmir'de halı firması açmış ve Uşak, Kula ve Demirci'de halı yaptırmıştır. La Fontaine'lerin halıdaki uzmanlığı tasarım ve boyamadır.



Resim 7. *1880 yılında kurduğu firmasının üretim yeri ve 1895 yılında yaptırdığı ve depo olarak kullandığı bina. Bu bina Alsancak Liman'daki Migros'un arka tarafında, Şehit Fethi Bey Caddesi 1349 Sokak/Çikolata Sokak ve 1347/Taşçılar Sokakların arasındadır (Leventaineheritage, 2019f).*

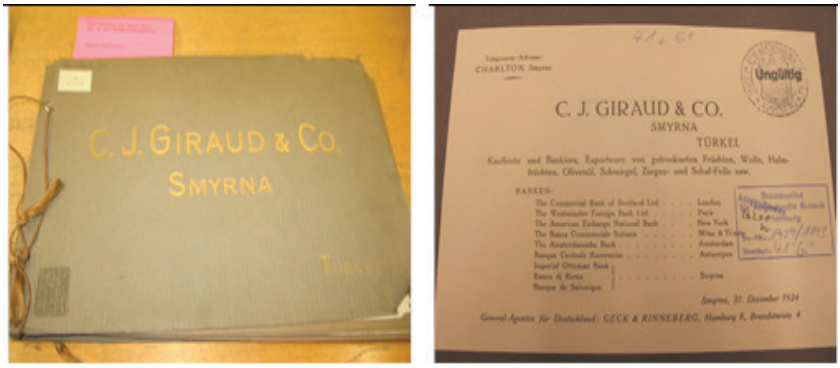
1880'li yıllarda 60 ton yün işlenen Uşak'ta Avrupa'dan getirilen buharlı makinelerle üretim miktarı 1906 yılında 2.900 tona ulaşmıştır. O yıllarda Anadolu'da 5.100 ton yün elde edildiği dikkate alındığında toplam yün miktarının %80'ni halı dokumacılığında kullanılmıştır. 1892 yılında La Fontaine'in Kula'da 300 tezgâhı bulunmaktadır. 1884 yılında toplam 155.000 m^2 olan üretim, 1893 yılında 367.876 m^2'ye yükselmiştir. İhracatın %70'i İngiltere'ye yapılmıştır. 1902'de İngiliz Sykes&Co. Firması İzmir'de kurulmuştur. Bandırma'da yün iplik hazırlayan ve boyahaneleri bulunan fabrika Uşak dışında Batı ve Orta Anadolu'da 14 dokuma merkezinin %84'ünün ihtiyacını karşılamıştır. 1 Ocak 1908'de faaliyete geçen The Oriental Carpet Manufacturers Ltd.-OCM her biri £5 olan 80.000 hisse senediyle £400.000 sermayeyle çalışmaya başlamıştır.

Kuruluşundan itibaren beş yıl süresince sermaye artışı yapılmış ve 1912 yılında firmanın sermayesi £12.000.000 olmuştur. Üretim daha önce üretim yapılan bölgede iki kat artmış ve on iki farklı bölgede daha halı üretimine başlanmıştır. Yün ipliği üretimini ve boyanmasını merkezileştirmek için İzmir'de iki yün iplik ve iki yün boyama fabrikası kurulmuştur. İstanbul, Kahire, İskenderiye, Moskova, Viyana, Paris, Londra, New York, Buenos Aires ve Sydney'de satış yerleri açmışlardır. Batı Anadolu'da halıcılığın bilinmediği yörelere yayılma politikası yürütmüşlerdir. İran halılarına alternatif olması için halı desenlerini, boyama ve yıkama tekniklerini Isparta'da uygulanması için çalışmışlardır. 1910-1913 yılları arasında 2.160 tezgâhta 6481 işçi ile 117 bin m^2 halı üretilmiştir. Aynı yıllarda fabrika sayısını 17'ye çıkarmışlardır. 1914 yılında I. Dünya Savaşı'nın çıkmasıyla Türk Şirketi olarak tescil ettirilmiş, Osmanlı ordusu için üniforma üretmiş ve 1918 yılında Osmanlı Savaş İstikrazına (borç verme) katılmıştır. 1922 yılındaki İzmir yangınında

ve 1929 Dünya Ekonomik Krizinden etkilenmiş, 1934 yılına kadar varlığı sürmüştür. 1935'ten sonra Şark Halı T.A.Ş yün ipliği ve kumaş bölümü İzmir Yün Mensucat T.A.Ş. altında üretime devam etmiştir (Wynn, 2011).

3.5. İzmir Pamuklu Mensucatı T.A.Ş.

Jean Babtiste Giraud 1811 yılında vefat ettiğinde aile şirketi "J. B. ve Giraud et Cie"yi 16 yaşındaki oğlu Alexandre Giraud'a bırakmıştır. Giraud'lar kuru meyve ticaretiyle yapmış olmakla birlikte sanayideki alanları tekstildir.



Resim 8. *Soldaki resim, C. J. Giraud & Co. ticaret albümü ve sağdaki ise işlem yaptığı bankaların listesi (Leventaineheritage, 2019g).*

II. Meşrutiyet sonrası takip edilen Milli İktisat Politikası sayesinde kurulan on yedi anonim şirketin dördü dokuma sanayiyle ilgili ve bunlardan üç tanesi Giraud'ların firmalarıdır.

Resim 9. *İzmir Pamuklu Mensucatı fabrikasında çalışmış işçiler (Leventaineheritage, 2019h).*

Bu firmalardan ikisi daha önce kapatılmış ve sadece İzmir Pamuklu Mensucatı T.A.Ş. 2005 yılında kapatılana kadar faaliyet göstermiştir. İzmir Pamuklu Mensucatı T.A.Ş. 1911 yılında kurulmuş, 1913 yılında faaliyete geçmiş Milli İktisat Politikası, Cumhuriyet döneminin izlenebildiği az sayıda firmadan biridir (Yılmaz, 2006:136).

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmanın amacı olan İzmir'de faaliyet göstermiş Levanten aile ve işletmelerinden seçilmiş olanlarının tarihçeleri ve faaliyetleri tanıtılmıştır. Yazın taramasında karşılaştığımız oldukça fazla sayıdaki Levanten aile ve işletmelerini tek bir çalışmada toplamanın verdiği zorluklar göz önüne alınarak daha fazla incelenmiş aile ve işletmeler anlatılmıştır. Bunlar La Fontaine and Co., C. Whittall and Co., Egypt & Levant Steamship Co. Ltd., The Oriental Carpet Manufacturers Ltd. (Şark Halı Kumpanyası) ve İzmir Pamuklu Mensucatı T.A.Ş. işletmeleridir. Ayrıca The Oriental Carpet Manufacturers Ltd.'nin ortağı olan diğer Levanten işletmelerinin de faaliyetleri çalışmada anlatılmıştır.

Levanten işletmelerinin faaliyetleri sanayi devrimi öncesi ve sonrası olmak üzere iki farklı dönemde incelenebilir. Sanayi devrimi öncesinde ticaret İzmir ve art alanda yetiştirilen tarımsal ürün (incir, üzüm, deri, meyan kökü, pamuk, zeytin, bal mumu vd.) ağırlıklı iken sanayi devrimi sonrasında fabrikalaşma ve tesisleşmeye bağlı olarak endüstriyel ürünlerin (kumaş, halı, boyalar vd.) ticaretinin olduğu görülmektedir. İzmir'in bir liman kenti olması, ihracat-ithalatla uğraşmalarının yanında bağlantılı olarak gemi taşımacılığı ve acentecilik yapmışlardır. İzmir'in Avrupalı özellikleri göstermesinde Levantenlerin etkisi vardır. Ticaret ve sanayideki dokuma fabrikaları, demiryolu sistemi, havagazı ve elektrik şirketleri gibi yeniliklerin getirilmesinin dışında birbirinden farklı mimari yapıların inşa ettirilmesinden futbol ve binicilik spor takımlarının kurulmasına kadar birçok alanda öncü oldukları söylenebilir. İzmir ve çevresinin iktisadi, sosyal ve kültürel hayatına katkıları olan Levanten aile ve işletmeler hakkında sistematik çalışma sayısının az olduğu dikkat çekmektedir. Konuyla ilgili var olan çalışmalar daha çok ailelerin yakın dönemdeki fertlerinin hatıratlarına ve sözlü miraslarına dayanmaktadır. Levanten işletmeleriyle ilgili yapılacak çalışmalarda, belirli bir sistematik düzende ilgili dönemlere ait gazete, dergi koleksiyonları ve konsolosluk arşivlerinden yararlanmaları önerilmektedir.

KAYNAKÇA

Aliotti, E. (2011). Aliotti Ailesi. (Yayına hazırlayan) Yılmaz, F., Geçmişten Günümüze Levantenler, İzmir Ticaret Odası Kültür, Sanat ve Tarih Yayınları:12, İzmir.

Eldem, E. (2006). Levanten Kelimesine Üzerine, s. 11-22, (Yayına Hazırlayanlar) Yumul, A., Dikkaya, F., Avrupalı Mı Levanten Mi?, Bağlam Yayıncılık, İstanbul.

Goffman, D. (1995). İzmir ve Levanten Dünya (1550-1650), Tarih Vakfı Yurt Yayınları, İstanbul.

İzmir'in_Tarihi_(2019)._http://www.izmir.bel.tr/CKYuklenen/icerik_sayfalari/%C4%B0zmirin_Tarihi.pdf

Levantineheritage. (2018b). The Whittalls of Turkey, 1809-1973.http://www.levantineheritage.com/book2.htm, 20.02.2018.

Levantineheritage. (2018c). Merchant adventurers in the Levant http://www.levantineheritage.com/book4.htm, 18.02.2018.

Levantineheritage._(2018a)._Family_Records_http://www.levantineheritage.com/book1.htm, 20.02.2018.

Leventaineheritage_(2019a)._http://www.levantineheritage.com/harbour.htm

Leventaineheritage_(2019b)._http://www.levantineheritage.com/rees.htm

Leventaineheritage_(2019c)._http://www.levantineheritage.com/note124.htm

Leventaineheritage_(2019d)._http://www.levantineheritage.com/testi84.htm

Leventaineheritage_(2019e). http://www.levantineheritage.com/izmir-comp.htm

Leventaineheritage_(2019f)._http://www.levantineheritage.com/ocm.htm

Leventaineheritage_(2019g)._http://www.levantineheritage.com/giraud.htm

Leventaineheritage_(2019h)._http://www.levantineheritage.com/giraudf.htm

Ortaylı, İ. (2006). "Levantenler", s. 23-28, (Yayına Hazırlayanlar) Yumul, A., Dikkaya, F., Avrupalı Mı Levanten Mi?, Bağlam Yayıncılık, İstanbul.

Öndeş, O. (2003). Son Levantenler (Gemi Acenteleri), 1. Cilt, Denizler Kitabevi, İstanbul.

Öndeş, O. (2013). Vapur Donatanları ve Acenteleri Tarihi, İMEAK Deniz Ticaret Odası Yayınları, No: 91, İstanbul.

Rijksmuseum_(2019)_https://www.rijksmuseum.nl/en/search/objects?q=+Daniël+Jan+Baron+de+Hochepied&p=1&ps=12&st=Objects&ii=3#/SK-A-4085,3

Rix, A., Rix, M. (2011). Edward Whittall (1851–1917) and His Contribution to The Royal Botanic Gardens, Kew, *Curtis's Botanical Magazine*. 28(3), 213-230.

Şenocak, B. (2008). Levant'ın Yıldızı İzmir-Levantenler, Rumlar, Ermeniler ve Yahudiler, Şenocak Yayınları, 3. Baskı, İzmir.

Tekeli, İ., (2017). İzmir-Tarih Projesi, Tasarım Stratejisi Raporu, İzmir Büyükşehir Belediyesi. Beşinci Basım. http://www.izmirtarih.com.tr/pdf/TasarimStratejisiRaporu.pdf

Wynn, A. (2011). Şark Halı Kumpanyası - Karteller, Ticaret, Politika ve Ulusal Kimlik: Türkiye'deki bir levanten şirketinin hikayesi 1907-1929. (Yayına hazırlayan) YILMAZ, F., Geçmişten Günümüze Levantenler, İzmir Ticaret Odası Kültür, Sanat ve Tarih Yayınları:12, İzmir.

Yılmaz, S. (2006). İzmirli Levantenler (17-20. YY.), s. 119-140, (Yayına Hazırlayanlar) Yumul, A., Dikkaya, F., Avrupalı Mı Levanten Mi?, Bağlam Yayıncılık, İstanbul.

AVNİ ÖMER EFENDİ VE KÂNÛN-I OSMANÎ MEFHÛH-I DEFTER-İ HÂKÂNÎ İSİMLİ ESERİ

Ercan ALAN[1]

1 Dr. Öğr. Üyesi, Bitlis Eren Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, Tarih Bölümü, e-mail: alanercan@gmail.com

AVNİ ÖMER EFENDİ VE KÂNÛN-I OSMANÎ MEFHÛH-I DEFTER-İ HÂKÂNÎ İSİMLİ ESERİ

Ercan ALAN[1]

GİRİŞ

Osmanlı İmparatorluğu'nun teşkilat tarihini anlamak açısından, doğrudan bu konuyu ele almak için yazılmış eserler çok büyük değer taşımaktadır. Bu eserler sayesinde; Osmanlı İmparatorluğu'nun hukukî yapısı, merkez ve taşra teşkilatı, ordu ve donanması, üç kıtada çok geniş alanlara yayılmış topraklarını nasıl idare ettiği ve vergilendirdiği, eğitim sistemi vs. gibi devlet yönetimiyle alakalı hususlar hakkında birinci elden bilgi edinmek mümkündür.

Bu noktada, bizzat yönetim mekanizması içinde yer alan devlet adamları tarafından, devlet teşkilatını ve kurumlarını anlatan eserlerin yazıldığını görmekteyiz. Özellikle XVII. yüzyılda bu konu ile alakalı eserlerin sayısının arttığını görmekteyiz. Osmanlı İmparatorluğu'nun klasik yapısının XVI. yüzyılın sonlarından itibaren dönüşmeye başlaması ve bunun etkisiyle yaşanan bazı problemler, sancağa çıkma usulünün kaldırılması sonucu saraydan dışarı çıkamayan ve dolayısıyla devleti tanımayan padişahların veya çocuk yaşta tahta geçen padişahların varlığı bu tip eserlerin XVII. yüzyılda sayılarının artmasının en önemli sebepleridir. Bu eserlerin bir kısmı, padişah ve devlet adamlarına yönetim mekanizmasında yaşanan sıkıntılara dair çözüm önerileri sunmakta ve literatürde "ıslahat layihası" olarak adlandırılmaktadır. Bir kısmı ise doğrudan devlet teşkilatı ve kurumları hakkında bilgi vermektedir. Ancak ismi ne olursa olsun bu eserlerin ortak özelliği; devletin yapısı, işleyişi ve kurumları hakkında, az veya çok bilgi vermektir.

Bu tipteki eserlerin sayısının IV. Murad zamanında çoğaldığını görmekteyiz. Bunun sebebi; çocuk yaşta başa geçen padişahın devleti yakından tanımak istemesi ve alacağı kararlarda bilerek hareket etme isteği olmalıdır. Bu noktada divan-ı hümayunda reisülküttab olarak görev yapan Avni Ömer Efendi'nin de padişaha ithafen bir eser yazdığını görmekteyiz. Ancak eser tamamlandığında padişah Sultan İbrahim'dir. Avni Ömer Efendi; şiirlerle ve söz sanatlarıyla eserine uzun bir giriş yaptıktan sonra; üç kıtaya yayılmış Osmanlı toprak sistemini, bu toprakları tasarruf altında bulunduran grupları ve bunların vazife ve yükümlülüklerini, giriş kısmının aksine sade ve yalın bir üslupla anlatmıştır. Bu kısım bittikten sonra yine bir şiirle eserini noktalamıştır.

1 Dr. Öğr. Üyesi, Bitlis Eren Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, Tarih Bölümü, e-mail: alanercan@gmail.com

Avni Ömer Efendi'nin bu eserinin devlet teşkilatına ait kısmı daha önce, İsmail Hakkı Uzunçarşılı tarafından neşredilmiştir.[2] Burada Uzunçarşılı, kendi şahsi kütüphanesindeki nüshayı baz alarak ve eserin giriş kısmındaki bölümü büyük oranda atlayarak doğrudan teşkilat kısmını neşretmiştir. Bunu yaparken de ilgili kısımları dipnot ile açıklamıştır. Bu noktada kendisi, eserin Ragıp Paşa Kütüphanesi'ndeki nüshası ile bir karşılaştırma yapmamış; sadece kendi nüshasını değerlendirmiştir. Ayrıca kaynak değeri açısından dönemin diğer eserlerini etkileme durumu üzerinde de durmamıştır.

Bizim çalışmamıza konu olan husus ise; eserin Ragıp Paşa Kütüphanesi'ndeki nüshayı baz alarak baştan sona tam bir neşri ve Uzunçarşılı'nın nüshası ile karşılaştırma, eserin dönemin diğer devlet teşkilatına ilişkin yazılmış eserler üzerindeki etkisi ve Uzunçarşılı'nın nüshasında olmayan, ama çalışmamıza konu olan nüshanın sonunda yer alan kadılıkla alakalı kısmın da değerlendirilmesidir.

Avni Ömer Efendi ve Eseri

"Kalemiye" diye tabir edilen bürokrasi sınıfına mensup olan Avni Ömer Efendi hakkında kaynaklarda pek fazla bilgi yoktur. Kabataş'ta yaptırdığı cami ve mektebin 1062 (1651-1652) tarihli vakfiyesinde babasının ismi Mustafa Ağa olarak geçmektedir. Yine aynı vakfiyede kendisinin nişancılık payesiyle reisiülküttablıktan emekli olduğu yazmaktadır. Kaynaklar kendisini inşa ve hüsn-i hatt sanatlarında usta olarak anlatmaktadırlar. Hatt hocası Tophaneli Mahmud Efendi'dir. Kendisi Halvetiye şeyhi Hasan Cihangiri'ye intisap ederek bu tarikata girmiştir. 1070 (1659-1660) tarihinde ise vefat etmiştir.[3]

Kendisi hakkında sınırlı bilgiye sahip olduğumuz Avni Ömer Efendi'nin eserinin iki nüshası tespit edilebilmiştir. Bir tanesi Uzunçarşılı'nın neşrettiği ve kendi şahsi kütüphanesindeki nüsha; diğeri ise Ragıp Paşa Kütüphanesi, Yahya Tevfik Kısmı 278 numara ile kayıtlı olan nüshadır. Uzunçarşılı'nın neşrettiği kısmı baz alacak olursak; iki nüsha arasında neredeyse hiç fark yoktur. Ancak Uzunçarşılı, eserin girişindeki ağdalı bir üslupla yazılmış kısmı yayımlamadığı için o bölüm hakkında bir şey söylemek mümkün değil. Fakat; eserin asıl amacı olan bölümün, iki nüshada da hemen hemen aynı olduğu görülmektedir. İki nüsha arasındaki en büyük farklılık ise; Ragıp Paşa Kütüphanesi nüshasında, eser tamamlandıktan sonra önce

2 İsmail Hakkı Uzunçarşılı, "Kanun-ı Osmanî Mefhûm-ı Defter-i Hâkanî", *Belleten*, Sayı: 59, Ankara, 1951, s. 381-399.

3 Ahmed Resmi Efendi, *Halifetü'r-rüesâ*, İstanbul, 1269, s. 35-36. Müstakimzâde Seyyid Süleyman Sadeddin, *Tuhfe-i Hattatîn*, İstanbul, 1928, s. 348. Mehmed Süreyya, *Sicill-i Osmanî*, IV, Haz. Nuri Akbayar, İstanbul, 1996, s. 1313.

XVII. yüzyıla ait mevleviyet kadılıkları ve ardından da eski harflere göre alfabetik olarak XVII. yüzyıldaki Anadolu kadıaskerliğine bağlı kadılıklar ve yevmiye miktarlarının yer almasıdır. İlmiye sınıfına mensup birileri tarafından yazıldığı anlaşılan bu kısım ya esere sonradan ilave edilmiş; yahut da, Uzunçarşılı'nın dediği gibi, istinsah edilmiş bir nüsha olması yüksek ihtimal olan bu esere, müstensih tarafından eklenmiştir.

Avni Ömer Efendi, eserinde IV. Murad'ın adını anmakta ve eserini ona ithaf ettiğini belirtmektedir. Ama eserin sonundaki tarih Şevval 1051 (Ocak 1642) tarihidir ve bu tarihte tahtta Sultan İbrahim oturmaktadır.

Kaynaklarda kendisinden iyi bir münşi ve usta bir hattat olarak bahsedilen Avni Ömer Efendi, gerçekten de bu alanlarda usta olduğunu eserinde göstermektedir. Bununla beraber bazı imla hataları da mevcuttur. Bu imla hataları ve bazı ibarelerdeki düşüklükten ötürü, Uzunçarşılı, elindeki nüshanın orijinal nüsha olmadığını iddia etmiştir.[4] Örneğin harac bahsini anlatırken harac-ı muvazzafa olması gereken bu tabir; bazı yerlerde "harac-ı muvazza" şeklinde geçmektedir. Ancak bu tip durumlar oldukça az görülmektedir.

Yazar, özellikle eserin giriş kısmında çok ağdalı bir dil kullanmıştır. Ayet ve hadislerden örnekler veren Avni Ömer Efendi, şiirlerle anlatımını güçlendirmiştir. Bu nedenle bu kısım oldukça uzundur. Muhtemelen bu sebeplerle Uzunçarşılı, bu kısmı atlayıp asıl bölümü neşretmiş olmalıdır. Bu bölümde eserini IV. Murad için bu eseri kaleme aldığını da belirtmiştir.

Yazar; süslü bir anlatımdan sonra Osmanlı toprak sistemine giriş yapmıştır. İlk olarak İslam beldesindeki arazinin, İslam hukuku gereği üçe ayrıldığını söylemektedir. İlk kısım öşrî topraklardır. Bu tip araziler, fetih esnasında Müslümanlara mülk olarak verilmiş arazidir veya arazinin sahipleri fetihten önce Müslüman oldukları için ellerinde bırakılmıştır. Kendi mülkleri olduğu için diledikleri gibi tasarruf hakkına sahiptirler. Kendileri Müslüman oldukları için haraç vermezler; sadece öşür vergisi öderler.

İkinci arazi tipi haracî topraklardır. Gayr-ı müslimlerin tasarrufunda olup fetihten sonra yine kendilerinin mülkiyetine bırakılmış topraklardır. Bu araziler de sahiplerinin mülkleridir ve sahipleri diledikleri gibi tasarruf ederler. Bu araziden harac-ı mukaseme ve harac-ı muvazzafa ismi adı altında haraç alınırdı. Ayrıca bu araziyi Müslüman biri alsa da bu durum değişmez; haracı kendisinden tahsil edilirdi. Bu araziler; sahibi öldükten sonra mirasçılarına intikal ederdi.

4 Uzunçarşılı, s. 382.

Üçüncü arazi tipi ise arz-ı memleket diye tabir edilen; ancak aslında haracî arazi olan topraklardır. Bu tip arazinin oluşturulma maksadını Avni Ömer Efendi; araziyi tasarruf eden mülk sahibinin vefatı durumunda bu arazinin mirasçıları arasında küçük parçalara bölünmesi sonucu haracın ödenmesinde güçlük yaşanacağı için mülkiyet hakkının devlete ait olduğunu olarak açıklamaktadır. Devlet; bu araziyi haracını ödemek şartıyla vatandaşa kiralamaktadır. Arz-ı memleket diye tabir edilen bu arazi tipi arz-ı mîrî olarak da bilinmektedir. Toprağı işletenlerin mülkü olmamakla beraber vergilerini aksatmadığı müddetçe vefatına kadar tasarruf edebilirdi. Vefatlarından sonra aynı şekilde oğulları işletmeye devam edebilir; eğer oğlu yoksa kızları ya da erkek kardeşleri tasarruf edebilirdi. Bu tip bir araziyi tasarruf eden kişi, üç yıl boyunca boş bırakırsa arazi başkasına verilirdi. Ayrıca bu araziler alınıp satılamaz, mülk haline getirilemez ve vakfedilemezdi.

Yazar; bu kısımdan sonra, eserinin 14b numaralı varağında hem ismini açıklamakta hem de bu eseri neden kaleme aldığını belirtmektedir. Ona göre; arazinin kaç kısım olduğu o güne kadar tam olarak yazılmadığı için kendisi bu işi üstlenmiştir. Yazar; eserinin amacını, Osmanlı hakimiyeti altındaki beldelerin, kalelerin, köylerin, mezraların ve diğer yerleşim birimlerinin nasıl idare edildiği ve bu husus hakkındaki tabirleri açıklamak olarak ifade etmektedir.

Avni Ömer Efendi, eserin yazarı olarak kendi ismini takdim ettikten ve bu eseri yazma amacını belirttikten sonra; Osmanlı İmparatorluğu'nun toprak sistemi hakkında bilgi vermeye devam etmektedir. Ona göre Osmanlı hakimiyeti altındaki belde, köy, mezra ve kaleler yirmi beş kısımdan meydana gelmektedir.[5] İlk kısım havass-ı hümâyûn denen topraklardır ve bu topraklar hakkında her şey bilindiği için anlatmak ihtiyacı duymamıştır. İkinci kısım ise vezirler ve diğer adamlarına tahsis edilen haslardır. Bir diğer has ise; hanım sultanlara tevcih edilen ve adına paşmaklık denen haslardır. Avni Ömer Efendi, burada has teriminin anlamını açıklamaktadır. Ona göre; bir kişi görevde kaldığı müddetçe kendisine mahsus olan bu araziyi tasarruf ettiği için bu araziye has denmiştir. Kendisine has tahsis edilmiş kişi görevde kaldığı müddetçe az veya çok bu hassı tasarruf etme yetkisine sahiptir. Kendisi herhangi bir şekilde görevinden ayrılırsa yerine geçen kişi o hassı tasarruf etme hakkına da sahip olurdu. Ancak paşmaklık hasları bu kuralın dışındadır. Paşmaklıkları genellikle ömür boyu tasarruf ederler ve diğer haslar gibi birbirine intikal etmezdi. Paşmaklık tasarruf edenler bu topraktan vazgeçecek olursa, toprağı havass-ı hümayuna dahil edilirdi.

5 Sofyalı Ali Çavuş ise bu sayıyı 22 olarak vermektedir. *Sofyalı Ali Çavuş Kanunnamesi*, Haz. Mithat Sertoğlu, İstanbul, 1992, s. 45, ayrıca İlhan ŞAHİN, "Timâr Sistemi Hakkında Bir Risâle", *Tarih Dergisi*, Sayı: 32, İstanbul, 1979, s. 921.

Bundan sonraki kısımda mâlikâne tipi arazi tasarruf etme usulünü açıklamaktadır. Bu durumu açıklarken; bazı sultanlara, boy beylerine ve devlete hizmet noktasında başarı göstermiş kimselere, eskiden beri padişahların mülk vermesinin kanun olduğunu belirtmektedir. Bu noktada; padişahtan aldıkları berat ve mülkname ile tasarruf edilen bu topraklar tasarruf sahibinin mülkü gibidir. Her türlü alım satım, hibe, vakfetme hakkına sahiptir. Nesilleri kesilmediği müddetçe veya herhangi bir şekilde suç işleyip azledilmedikleri müddetçe mülkiyet üzere tasarruf edilirlerdi. Rum vilayeti diye bilinen Amasya ve Sivas bölgesindeki malikaneler buna örnek gösterilebilir. Harac-ı muvazzafadan ayrı olarak hububattan ve diğer ürünlerden iki öşür alınırdı. "Öşr-i dîvânî" denen öşrü sipahi, "öşr-i mâlikâne" denen öşrü ise mâlkâne sahibi alırdı. Mâlikâne sahipleri bu toprakları; daha önce burayı tasarruf eden halka ya da başkalarına kiralama yoluyla verirdi. Bu toprakları kiralayanlar; toprağı işleyip harac-ı muvazzafa ve mukasemesini sipahiye verdikten sonra elde ettiği ürün üzerinden mülk sahibine belli bir kira verirdi. Rum eyaletindeki arazinin yarısı has ve timar toprağı iken diğer yarısı da mâlikâne tipi topraklardı. Mâlikâne tasarruf edenlere bunun karşılığında bir hizmet yüklenmemiştir. Bu tip toprakların bir kısmı vakıf statüsüne dönüştürülmüştür ve vakfedenlerin şartları çerçevesinde işletilmekteydi.

Bu tip toprakların bir kısmı ise arpalıktır. Divanda ve sarayda görev yapan bazı ağalara, devlete ait işletmelerde görev yapanların amirlerine ve bazı serhat beylerine verilirdi. Arpalıklar iki kısımdı. Birincisi; icmâlli arpalık olarak tarif edilmektedir. Bunlar; has örneğinde olduğu gibi, görev karşılığı verildiği için o göreve atanan kişiye intikal eden arpalıklardır. Diğer ise gayr-ı mahsû arpalık olup, hizmetleri karşılığı bazı kişilere verilmiştir. Bu tip arpalıklar o kişinin ardında gelene verilmezdi; ancak arpalık almaya layık olan biri denk gelirse ona da aynı şekilde tevcih edilebilirdi.

Arpalıklardan sonra ocaklık sistemine değinmiştir. Fetih esnasında, bazı ümeraya hizmet ve itaatleri karşılığında ömür boyu sancak ve has yoluyla tevcih edilen topraklar olduğunu ve yurdluk ve ocaklık olarak adlandırıldığını söylemektedir. Kürdistan beylerini buna örnek göstermektedir. Diğer ümera gibi sancak sahibi olduklarını ve buraların da sancak sayıldığını; halef-selef bütün padişahlardan aldıkları nişan ve temessükler ile topraklarını tasarruf ettiklerini; bu nedenle bu topraklar üzerinde azil ve tayin işlemlerinin yapılmadığını söylemektedir. Ancak bazı vilayetlerin birtakım sancaklarının köy ve mezralarının tahririnin yapılıp timar ve zeamet olarak tevcih edildiğini de belirtmektedir. Sefer zamanı hangi eyalete bağlı iseler diğer sipahi, zaim ve alaybeyleri ile beraber beylerbeyinin emri altına girerlerdi. Bunlardan biri vefat ettiği veya hizmette kusur gösterdiği zaman, bu topraklar ya oğluna ya da akrabasına verilir; ancak kesinlikle dı-

şarıdan birine tevcih edilmezdi. Ancak evladı ve akrabası kalmadığı vakit daha önce sancak tasarruf etmiş güvenilir birine verilirdi. Fakat o zaman yurtluk ve ocaklık statüsünden çıkarılır ve normal sancak haline getirilirdi.

Toprakların bir kısmı ise zeamet ve tımar olarak tasarruf edilmektedir. Zeamet ya da tımar tasarruf eden bu zümrenin tamamı; vergiden muaf yönetici sınıf olan "askerî" sınıfının üyeleridir. Bunlarda hariç tımar ya da zeamet tasarruf eden alaybeyi, çeribaşı gibi askerî sınıf üyeleri de mevcuttur ve verilen hizmeti yerine getirdikleri müddetçe tımar veya zeametlerini tasarruf edebilirlerdi. Hatta hizmeti eda ederken ölen ya da şehit olanların oğluna bu toprağın devri kanundu. Ancak oğlu yoksa başkasına verilirdi. Bu tip tımar ve zeametten ayrı olarak tekaüd tımarı denen bir çeşit de mevcuttur. Bir çeşit emeklilik geliri olan bu tasarruf tipi, devlete hizmet ettikten sonra yaşlılık, hastalık gibi sebeplerle hizmetten geri kalanlara verilen tımar ve zeametleri ifade etmekteydi. Ancak Avni Ömer Efendi bu düzenin kaldırıldığını yazmaktadır. Aynı şekilde yeniçerilerin emektar olanlarına da tekaüd olarak zeamet tevcih edildiğini belirtmektedir.

Bazı tımar ve zeametler ise hizmetleri mukabilinde aşiret beylerine verilmiştir. Bu kişiler kendilerine tahsis edilen bu toprakları diğer tımar sahipleri gibi tasarruf ederler. Bunlar yurdluk-ocaklık statüsündedir. Ancak sancakları yoktur; sadece zaim rütbesindedirler. Hangi sancağa bağlı iseler o sancakbeyi ile beraber sefere iştirak ederlerdi. Bu kişilerden biri ölse ya da hizmette kusur gösterse aşiret beyliği ve tımarı oğluna ya da akrabasına verilirdi. Oğlu ve akrabası kalmadığı müddetçe dışardan birisine bu toprak verilemezdi.

Bazı tımar toprakları ise, cebelü yetiştirmek şartıyla, mâlikâne şeklinde tevcih edilmiştir. Sefer zamanı, her tımara ne kadar cebelü yazılmışsa o kadar asker ile orduya katılırlardı. Bu nedenle bu askerlere "mülk eşkincülü" denildiğini yazmaktadır. Malikane olduğu için kendilerine başka hizmet yüklenmemiştir. Hatta sefere cebelüleri katılmaz ise sadece bir yıllık tımar gelirine devlet el koyabilirdi. Öldükleri zaman oğullarına, eğer oğulları yoksa, kadın ya da erkek fark etmeksizin bir akrabasına verilirdi.

Bazı tımarla ise münâvebe (nöbetleşe) kaydıyla sisteme dahil edilmişlerdir. Bu tip tımarlara kâr-ı nevbet adı verilmektedir. Bu tip tımarlara birkaç kişi birden mutasarrıf olurdu ve bu nedenle seferlere de nöbetleşe katılırlardı. Bu kişilere cebelü yetiştirmek hizmeti yüklenmediği için seferlere kendileri katılmak durumundaydılar. Bunlardan bir vefat ederse oğluna ya da hizmet etmezse başkasına tevcih edilirdi. Eğer babalarında kalmış bir tımar ise kardeşine de verilebilirdi.

Tımarların bir kısmı müsellem, yörük, piyade, çingene, akıncı beyi ve toycalara tahsis edilmiştir. Bu tımarlar arpalık hükmündeydi; kim atanırsa ona intikal ederdi. Bunlar zaim sınıfından olup sancak sahibi değillerdir. Toyca denilen grup ise akıncıların çeribaşı makamında olan kişilerdir. Onların da arpalık hükmünde icmalli tımarları vardır. Sefer vaki oldukça akıncıları beylerbeyinin olduğu yere getirmekle mükelleftiler. Bunlar vefat ettiği zaman tımarı; oğluna, oğlu yok ise akıncı ileri gelenlerinden birine ya da toyca oğullarından başka birine intikal ederdi. Bundan sonraki kısımda Avni Ömer Efendi, bu gruplarla alakalı sayısal bilgiler vermektedir.

Muhtelif sayılar zikrettikten sonra Rumeli'deki yörük ve müsellemlerin toplam olarak 2309 ocak olduğu bilgisini vermektedir.[6] Sefer olduğu zaman yamakların, avarız-ı divaniye karşılığı ellişer akçe alıp sefere gittiklerini; ancak sefer olmadığı zaman ise bu parayı almadıklarını yazmaktadır. Sefere katılan nevbetli eşkinciler o senenin adet-i ağnam denen küçükbaş hayvanlar üzerinden alınan vergiyi ödemezlerdi. Bu kişilerin seferde sipahi olarak görev yapsalar da yörüklükten çıkamayacaklarını yazmaktadır. Genellikle müsellemlere birer çiftlik yer verildiğini ve buradan elde edilen ürünün öşür ve resminin tımara kaydedildiğini yazmaktadır. Nevbetli olanlar o tımarın mahsulünü alıp sefere katılırlardı. Ancak birkaç zamandır bedelinin alınarak sefere katılmadıklarının görüldüğünü yazmaktadır.

Aynı şekilde yaya ve müsellem teşkilatının Anadolu'da da mevcut olduğunu; ancak artık bu teşkilatın kaldırılarak kendileri reaya sınıfına kaydolmuşlardır. Yerlerinin ise; yeniçeri ocağından on dört nefere "oturak yaya beğliği" olarak verildiğini ve bir kısmının da tımar ve zeamet kaydolunarak kaptan paşa ile beraber sefere memur olduklarını belirtmektedir. Ayrıca 1280 nefer canbaz ve gariban taifesinin de mevcut olduğunu; on neferde birinin nevbetle sefere katıldığını ve bu 128 kişinin sefer görevini yerine getirdiğini yazmaktadır. Ancak olnarın da şimdiki halde lağvedilerek tımar ve zeamete eklendiklerini yazmaktadır.

Bir kısım toprakların ise voynukların beylerine ve çeribaşlarına tayin olunan icmalli zeamet ve tımarların olduğunu ve bunların da arpalık hükmünde bulunduğunu belirtmektedir. Voynukların ise bölükten oluştuğunu; bir bölüğün "hassa voynukât" olarak adlandırılırken diğerinin "âmme voynukât" olduğunu yazmaktadır. Hassa voynukların başı bey, âmme voynukların başı ise çeribaşıdır. Beyler ve çeribaşıları hizmetlerinin yaptıkları müddetçe, ömür boyu bu zeamet ya da tımara tasarruf edebilirlerdi. Çeribaşının vazifesi; emri altındaki voynuklardan nevbetli olanları her sene çayır zamanında hassa atlara ve çayırlara hizmet etmek üzere gönderme-

6 Sofyalı Ali Çavuş ise Rumeli'de 849 ocak müsellem ve 1464 ocak yörük bulunduğunu yazmaktadır. Buna göre; toplamda Rumeli'de 2313 müsellem ve yörük ocağı mevcuttur. Bkz., s. 21.

siydi. Çeribaşılardan biri vefat etse yahut da hizmette kusur gösterse, yerine ıstabl-ı âmire halından herhangi birisi ulufesine bedel olarak atanırdı. Bu noktada çeribaşılık vazifesi babadan oğula intikal etmediği gibi başka alanlardan gelenlere de bu vazife verilmezdi. Bunlar ıstabl-ı âmire ile alakalı işler olduğu için diğer tımar ve zeametlerde görüldüğü üzere sefere katılma vazifesi yüklenmemiştir.

Istabl-ı âmireye hizmet eden bu gruplar; mîrî yund ocakları ve ahırları, hassa çayırlar ve taylar ağaları, bölükbaşıları, korucu ve göreci, taycı ve yund oğlanları gibi isimler altında vazife yaparlardı. Bu noktada bu grup iki bölükten oluşmaktaydı. Bölükbaşıları ve yund oğlanlarından oluşan bölük tımar alırdı. Bu tımarlar arpalık hükmündeydi ve birbirine intikal ederdi. Diğer bölük ise; tekalif-i örfiye denen vergilerden muafiyet karşılığında hizmet eden korucu, göreci ve taycı taifesidir. Istabl-ı âmireye hizmet eden bu gruptan bazıları kale muhafaza ve hizmet işlerinde de istihdam edilirlerdi.

Bundan sonraki kısımda Avni Ömer Efendi, kale halkından bahsetmektedir. Her kalenin silahı, cephanesi, topları, dizdarı, kethüdası ve neferlerinin olduğunu ve bunların hepsine "hisâr eri" dendiğini yazmaktadır. Dizdar, kethüda gibi kale işlerinde sorumluluk sahibi olanların gedik olarak kabul edilen tımarlarının olduğunu ve bu tımarların arpalığa benzediğini yazmaktadır. Hizmetlerinde kusur göstermedikçe bunun ellerinden alınmadığını; ancak bir gedik boş kaldığı zaman o gedik ve tımarın işe yatkın oğlu var ise oğluna; aksi durumda aynı kale içinde hizmet eden yetenekli birine verilirdi. Bu tip atama ve azillerin dizdarın uhdesinde olduğu ve onun arzına göre hareket edildiğini yazmaktadır.

Avni Ömer Efendi, müsellemler hakkında da ayrıntılı bilgi vermektedir. Her beş neferin bir ocak sayıldığını ve müsellemler kaç ocak ise her ocağın bir tımarının ve o tımar ile beş neferinin sefere katıldığını yazmaktadır. Bunların tımarı ortaklaşa tasarruf ettiklerini yazmaktadır. Sefer esnasında vazifelerini ise top çekmek üzerine olduğunu söylemektedir. Topları çekecek, öküz ve mandaların bakımı, alet edevatın temini ve bakımı, ordunun geçeceği güzergahın ve geçitlerin taş ve otlardan temizlenmesi, düzeltilmesi, topların güvenle nakli gibi hizmetler bunlara aitti. Vefat ettikleri zaman yeri oğullarına; oğlu yoksa beylerbeyinin arzı ile müsellem oğullarından başka birine verilir; ancak dışarıdan birine verilmezdi.

Bunlardan başka hassa av kuşçularına tahsis edilen tımarlar da vardır. Hassa doğancı, atmacacı ve şahinci taifesi de tımar tasarruf ederdi. Ancak bunlar da iki sınıftı. Bir bölüğü tımar tasarruf ederken, diğeri çiftlik ve baştina tasarruf edip tekalif-i örfiyeden muaftırlar. Çiftlik ve baştina tasarruf edenler, genellikle bu çiftlik ve baştinaların olduğu yerde oturmaktaydılar.

Her nahiyeye bir doğancıbaşı atanmıştır. Bunların da arpalık hükmünde zeamet ve tımarları vardır. Tımarı olan doğnacıbaşılar da iki bölükten teşekkül etmektedir. Birine götürücü; diğerine görünceci denmektedir. Bu iki bölük, her sene, doğancıbaşıları ile beraber, bazhane-i sultanide götürücülük ve görüncecilik hizmetini ifa ederlerdi. Bunlardan birinin tımarı boş kalırsa bu işten anlayan oğluna; aksi durumda bazhanedeki usta doğancılardan birine tevcih edilirdi. Muafiyetle hizmet gören doğancılar da iki sınıftır. Bir bölüğü yuvacı ve yavrucu olarak adlandırılırken; diğeri avcı olarak tanımlanmaktadır. Yuvacı ve yavrucuların görevi; hassa av kuşlarının dağlık alanlardaki yuvalarını korumak; oduncu, çoban gibi kişilerin buralarda gezinmesine mani olmaktır. Yavruları kollayıp gözeten bu taife, ülüş zamanında bu yavruları, doğancıbaşıları ile beraber gelerek ağalarına teslim ederlerdi. Avcılar da aynı şekilde özel olarak yetiştirdikleri ve eğittikleri av kuşlarını ağalarına teslim edip tezkere alırlardı. Bu taifenin azil ve nasbı çakırcıbaşına aittir.

Bundan sonra kendilerine "ashâb-ı derek" denen bir gruptan bahsetmektedir. Bu grup bazı özel mevzileri ve derbentleri koruyup gözetmekle mükelleftir. Bunların yurtluk ve ocaklık hükmünde icmalli tımarları vardır. Bunlar da iki bölükten oluşmaktadır. Bir bölüğü tımar tasarruf etmektedir ki; bunların, derbendleri ve tehlikeli mekanları korumak, yoldan geçenlere kılavuzluk yapmak, onların eşyalarını kendi hayvanları ile taşımak gibi vazifeleri vardır. Eğer korumakla mükellef oldukları bölge ve derbendlerde yolculara bir zarar ilişirse kendilerinden bu zarar tazmin edilirdi. Bunlardan biri vefat ettiğinde ya da işini ihmal ettiğinde yeri; oğluna ya da akrabasına verilirdi. Dışarıdan birileri bu vazifeye atanamazdı.

İkinci bölük ise asıl derbendci olan kısımdır ve muafiyet üzere bu işi üstlenmektedir. Bunlar da tehlikeli bölgelerin korunması, gelip geçenlerin güvenliğinin sağlanması, yolların temizliği ve bakımı gibi görevleri üstelenmişlerdir ve görev yerlerinde ikamet ederlerdi. Bunlarda tabl düzeni vardır. Her otuz nefer bir tabl (davul) sayılırdı ve bazen bu sayı, yerine göre artabilirdi. Bu otuz kişi derbendler içinde nöbetleşe görev yaparak yolcuları eşkıyaya karşı korurlar ve gidecekleri yere sağ salim varmalarını sağlarlardı. Kendileri bu hizmetleri eda ettikleri müddetçe avarız-ı divaniye ve tekalif-i örfiyeden muaf tutulmuşlardır.

Toprakların bir kısmı ise, "esbkeşân" diye tabir edilen ve "at çeken" olarak da bilinen gruba verilen yurtluk ve ocaklık arazidir. Bunlar Karaman eyaletine bağlı Konya sancağına bağlı Turgud ve Eskiil ile Bayburd taraflarında sakindirler. Fetihten önce Haymana taifesine bağlı iken tarım yapmadıkları için kendilerine at akçesi yüklenmiştir. Bu nedenle kendileri resm-i çift, bennak, öşür ve avarızdan muaf tutulmuşlardır. Sadece at akçesi, resm-i ganem, resm-i arû ve cürm ü cinayet adı altındaki vergileri

ödemekle mükelleftiler. Yurtlarına ve kendilerine tahsis edilen mezralara başkasının müdahale etmesi kesinlikle yasaktı.

Bazı köy ve mezralar ise sınırda görev yapan "keniz" ve "piremekür" gibi gruplara tahsis edilmiştir. Bunlar fetih esnasında devletin hizmetine giren Hristiyan gruptur ve kendilerine tahsis edilmiş mahallin reayasının kethüdası gibi vazife yapmaktadırlar. Devlete ait vergilerin toplanması, sefer için gerekli levazımın bölge halkına duyurulması, toplanması ve gideceği yere ulaştırılması gibi vazifeleri vardı. Ayrıca başka bölgelere ya da düşman topraklarına kaçan halkın geri getirilmesi de vazifeleri arasındaydı. Bu grup da iki sınıfa ayrılmıştır. Mâlik ve keniz olarak adlandırılan grup tımar ile vazife yapmakta; piremekürler ise muafiyet üzere görev almaktadırlar. Piremekürlerin tasarrufundaki topraklardan, kendileri, oğulları ve kardeşleri dahil olmak üzere ve yine cizye ve ispençe gibi Hristiyanların ödedikleri vergiler de dahil olmak üzere avarız-ı divaniye ve tekalif-i örfiyeden muaftırlar.

Bir diğer arazi birimi; voynukların tasarrufunda olan baştinalardır. Avni Ömer Efendi, baştinanın Türkçe'de "çiftlik" anlamına geldiğini söyleyerek, bunların aşar-ı şeriyye ve rüsum-ı örfiyeden muaf olduklarını belirtmektedir. Istabl-ı âmire için görev yapan bu grup hakkında daha önce bilgi verilmişti.

Bundan sonraki kısım eserin hatime kısmıdır. Bu kısım da; tıpkı medhal kısmında olduğu gibi süslü bir anlatım ve şiirlerle son bulmaktadır.

Bu noktada Avni Ömer Efendi'nin bu eseri dönemin bazı kaynakları üzerinde ciddi etki bırakmıştır. Avni Ömer Efendi'nin eseri; 1653'te Sofyalı Ali Çavuş tarafından yazılan kanunnameyi doğrudan etkilemiştir. Sofyalı Ali Çavuş'un kanunnamesi üç kısımdan oluşmaktadır. İlk kısımda imparatorluktaki eyaletler, bunlara bağlı sancaklar ve bu sancakların kısaca özellikleri ve çıkaracakları asker miktarı kaydedilmiş; ikinci kısımda imparatorluğun genelindeki toprak tasarruf sistemi üzerinde durulmuş; üçüncü kısımda ise; tımar sistemine ilişkin ıstılah ve kanunlar hakkında bilgi verilmiştir. Sofyalı Ali Çavuş'un imparatorluktaki toprak tasarruf biçimlerini anlattığı ikinci kısım, kısım büyük oranda Avni Ömer Efendi'nin yazdıklarının bir tekrarıdır.[7] Öyle ki Sofyalı'nın eseri, Avni Ömer Efendi'nin eserini aynı sıra ile kesintisiz takip etmektedir. Bu noktada Sofyalı'nın, Avni Ömer Efendi'nin eserini olduğu gibi kendi eserine geçirdiğini söyleyebiliriz. Ancak Avni Ömer Efendi, bazı hususlarda, mesela mâlikâne arazide ya da voynuk teşkilatında görüldüğü üzere, daha fazla detay vermektedir. Bir diğer fark ise; yukarıda dipnotlarla gösterdiğimiz üzere, muhtelif konular

7 Bu kısım için bkz. *Sofyalı Ali Çavuş Kanunnâmesi*, Haz. Midhat Sertoğlu, s. 44-78.

hakkında verilen sayıların iki eserde farklı olmasıdır. Bu durum, büyük ihtimalle, Sofyalı'nın kullandığı nüshadan kaynaklanmış olabilir.

Eserde Yer Alan Diğer Bilgiler

Eser tamamlandıktan sonra; muhtemelen ilmiye sınıfından biri tarafından yazılmış vefat eden bazı kişiler hakkında notlar ve şiirler yer almakta ardından da imparatorluk dahilindeki mevleviyet kadılıkları zikredilmektedir. Mevleviyetler; Anadolu ve Rumeli olarak iki başlıkta verilmiştir. "Derbeyân-ı Manâsıb-ı Mevâlî-yi İzâm Bi-vilâyet-i Anadolu" başlığı altında 22 kaza; "Menâsıb-ı Mevâlî-yi İzâm Bi-vilâyet-i Rumili" başlığı altında da 13 adet olmak üzere toplamda 35 adet mevleviyet kadılığı kaydedilmiştir.

Mevleviyetlerden sonra ise; "Der-beyân-ı Menâsıb-ı Anadolu Kazâ" başlığı altında Anadolu kadıaskerliğine bağlı kazalar ve yevmiye miktarları, eki harflere göre; alfabetik olarak listelenmiştir. Burada listesi verilen kaza sayısı ise 594'tür. Aşağıdaki tablo Anadolu kadıaskerliğine bağlı bu kazaların, yevmiye miktarlarına göre sayısal dağılımını göstermektedir.

Tablo 1: *XVII. Yüzyıl Anadolu Kadılıklarının Yevmiye Miktarına Göre Dağılımı*

Yevmiye Miktarı	Kaza Sayısı	Yüzdesi
30 Akçe	2	% 0
40 Akçe	16	% 3
50 Akçe	31	% 5
60 Akçe	21	% 3
70 Akçe	53	% 9
80 Akçe	81	% 14
100 Akçe	81	% 14
130 Akçe	84	% 14
150 Akçe	142	% 24
200 Akçe	29	% 5
300 Akçe	18	% 3
400 Akçe	1	% 0
499 Akçe	1	% 0
Belirtilmeyen	34	% 6
TOPLAM	**594**	**% 100**

Bu tabloya göre; XVII. yüzyılda Anadolu kadılıklarının 13 farklı yevmiye miktarına göre dağılım gösterdiğini görmekteyiz. Bununla beraber;

yevmiyesi hakkında bilgi verilmeyen kaza sayısı ise 34'tür. En düşük yevmiye miktarı 30 akçe iken; en yükseği 499 akçedir. Kazaların yevmiye miktarlarına göre dağılımı göz önüne alındığında; en yüksek yevmiye miktarı olan 400 ve 499 akçelik kazaların birer adet olduğu görülmektedir. Benzer şekilde en düşük yevmiye olan 30 akçelik kazaların ise sadece 2 adet olduğu görülmektedir. En yüksek sayıda kazanın olduğu yemiye miktarını ise 142 kaza ile 150 akçelik kazalar oluşturmaktadır. Onu 84 kaza ise 130 akçelik kazalar izlemektedir.

Anadolu kadıaskerliği ruznamçeleri üzerine yapılan bir çalışmada ise; Anadolu kadılıklarının 40, 45, 50, 60, 70, 80, 100, 130, 150, 200, 300, 400, 450 ve 499 akçe olmak üzere 14 farklı yevmiye miktarına dağıldığını ortaya konmuştur.[8] Bu döneme yakın tarihte yazılmış bir kadı mecmuasında ise bu kadılıklar; 30, 35, 40, 45, 50, 60, 70, 80, 100, 130, 150, 200 ve 300 akçelik kazalar olarak 13 farklı yevmiye miktarına göre listelenmiştir.[9] Bu durum, kanunnameye sonradan eklenmiş bu kısmın sıhhati hakkında bir fikir vermektedir.

SONUÇ

Avni Ömer Efendi, IV. Murad adına kaleme aldığı bu eseri Sultan İbrahim zamanında tamamlamıştır. Niyeti; Osmanlı toprak sistemi, arazinin tasarruf şekli, bu araziyi tasarruf eden görevliler, yükümlülükleri ve tabi oldukları kanun gibi mevzularda padişaha kısa ve anlaşılır bilgi sunmaktır. Her ne kadar konuyu anlatırken sade bir dil ve üslup kullansa da, eserinin özellikle giriş kısmında şiirsel anlatımlarla desteklediği ağdalı bir dil kullanmıştır. Bu özelliği; hem yazma ve söz söyleme sanatlarındaki ustalığını göstermekte; hem de Osmanlı toprak sistemine ilişkin bilgisini ortaya çıkarmaktadır. Yazdığı bu eser; kendisinden sonra kaleme alınan Sofyalı Ali Çavuş Kanunnamesi'ne de kaynak teşkil etmiştir.

Eserin sonuna, daha sonra muhtemelen ilmiye sınıfından birisi tarafından, XVII. yüzyıldaki mevleviyet kadılıkları ve Anadolu kadıaskerliğine bağlı kazalar ile bunların yevmiye miktarları eklenmiştir. Böylece eser; Anadolu kadıaskerliğine bağlı kazaların durumu hakkında da alternatif bir kaynak haline gelmiştir.

8 Cihan Kılıç, *XVII. Yüzyılın İkinci Yarısında İlmiye Teşkilatında İstihdam ve Hareket (Anadolu Kadıaskerliği Örneği)*, Yıldırım Beyazıt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Ankara, 2017, s. 129-155.

9 Süleymaniye Kütüphanesi, Ayasofya Yazmaları, No: 3774, VR. 33b-42b.

Eserin Transkripsiyonu

[1b]

Kânûn-ı Osmânî Mefhûm-ı Defter-i Hakanî

Bismillâhirrahmanirrahîm

Kitâbet-i nüsha-i levh-i kalem, nâzım evrâk-ı mâ-fî'l-âlem, debîr-i dîvânhâne-i kazâ-i kader, ressâm-ı nigârhâne-i hayr u şer hazretlerinin *te'âlâ şânehû uluvven kebîren*. Serâ-perde-i âsitân-i cemâl ve serâ-rikkât-i südde-i celâl. Lâzimü'l-iclâlenehû dürer-i hamd ü senâ ve cevâhir-i **[2a]** medh ve şükrünü hemtâ lâyık ve sezâdır ki semâvât-ı arzı ketm-i ademden vücûda getürüb kazâ ve kaderi tahrîr ve inşâ kılub ibâd-ı mü'mînîne erkâm-ı imân-ı mübîni kitâbet ve imlâ ve mezâri'-i vücûd-ı müslimîne nebât-ı habb-i hubb-i senâbile tasdîk ve yakîni işâret ve îmâ buyurdu. *Ve ce'ale-lehûmu'l-arda zalûlen femşû fî menâkıbıhâ âkilîn min-rızkıhî el-vâsi' ve min* **[2b]** *mâe'l-mu'în* ile beşâret ve ifşâ itdi. Ve bakâ-yı âlî bakâ-yı insâne menût ve bakâ-yı insânı matâim ve meşârib ve melâbis ve izdivâc-ı akrâna merbût kıldı. *Enzele mine's-semâi mâen mübâreken ve ahrece min-ba'zı'l-ardı habben müterâkıben ve min-ba'zıhâ semerâtin muhtelifen elvânuhâ liye'kulû minhâ. Ve mâ amilethû eydihim efelâ yeşkurûn* mısdâkınca **[3a]** mahz-ı fazlını kerâtından ibâd-ı inâyet-mu'tâdına menâsıb-ı hayvet ile dir-likleri ihsân buyurduğundan mâadâ nukûd-ı âlem ve kemâl ile gınâ-yı bâl ve kemîne-i mezâri' cevr bî-intihâsından gılâl-i gınâ ve mâl ile nice ni'met ve nevâl ihsân buyurdu. *Tekaddemet esmâvuhû*. Ve't-tetâbe'at nimâvuhû. Ve tahiyyât-ı tayyibât ve salvât ve efyât ol hülâsae'l-mâi ve't-tîn. Efda-le'l-ebniyâ ve'l-mürselîn. **[3b]**

Nazm

Taht-neşînân-ı harîm-i celâl

Sadr-ı güzînân-ı sarây-ı Kemâl

Memleket-ârâ-yı diyâr-ı hüner

Vâkıf-ı esrâr-ı kazâ vü kader

Nesr

Hâm-keş defâtîr-i şer‘iat u dîn emîn ve hayy-ı rabbi’l-âlemîn hazretlerinin rûh-ı mutahhar ve merkad-ı münevverine olsun ki kânûn-ı şerî‘at ta‘lîm ve âyîn-i hakîkati tefhîm buyurdular. Ve ashâb-ı izâm ve âl-i kirâm ki her birisi hüdât-ı dîn ve bedrika-i yakîndir rıdvânullâhi te‘âlâ aleyhim ecma‘în. Çün Rabbü’l-erbâb ve müsebbibi’l-**[4a]** esbâb dâr-i âhireti makâm-ı sevâb ve dünyâ-yı dâr-ı umûm ve ıztırab ve medâr-ı ta‘lîş ve mahall-i iktisâb kılub *ed-dünyâ mezrâtü’l-âhiret* mefhûmunca emr-i ma‘âşı levâzım-ı muâde-zerî‘a ve tahsîl-i sevâba vesîle idüb *fenteşirû fi’l-arzı ve’btegû min-fadlillâh* emr-i âlî kadriyle râzı ve ziyâ‘ ve esbâb-ı ticâret ve metâ‘a ruhsat virüb kabbehû semâi sakafe merfû‘ ve arzı mehl-i mebsût ve **[4b]** cihet-i ta‘ayyiş-i esbâba menût kıldı. *Zâlike fadlullâhi yu’tihî men-yeşâ.*

Şi‘r

Rûşenî meş‘ale-i âb u gül

Saykala-i âyine-i cân-ı dil

Rik‘a-i nüvisende-i hükm-i kader

Cilve-dih-i şâhid-i meh-rûy-i hûr

Pes hamd ü Hüdâ salavât-ı resûl-i müctebâ aleyhi efdalü’l-tahiyyât edâ olundukdan sonra medh-i pâdişâh-ı cihân ve duâ-yı devlet-i sultân-ı cihânbân ehemm ü elzem olmağın metâliya (?) iklîm-i Rum sa‘d-eser ki **[5a]** hâk-i ruh heft keşver-i hakîkate zübde-i ma‘mûre-i huşk ü terdir evreng-i cefâ yine taht-ı baht-ı hüsrevâniyenin şâh-ı pâdişâh-ı Osmânî neseb-i hâkânî ma‘delet-nejâd-ı âlî haseb cenâb-ı hâkân-ı rû-yı zemîn sultâni’l-islâm ve’l-müslimîn burhânü’l-enâm ve’l-muvahhidîn ke’s-ru’ûsi’l-küffâr ve’l-münâfıkîn kâhir-i âsâr-ı zalâm ve’l-mülhidîn hâmi’l-harem nigâhbân-ı Mekke ü Yesrib hidîv-haşmet **[5b]** şi‘âr-ı cenûb ve şimâl meşrik ve mağrib fermân-dih-i Şâmât ve Filistin ve Mısır ve Irak hükm-rân-ı keşver-i Yunan-zemîn ve deşt-i Kıpçak mâlik-i memalik-i Erzeni’r-rum ve Gürcistan şehinşâh-ı Bağdad ve Basra Loristan Kürdistan teb‘a-i San‘ân-ı Yemen sultân-ı Cazan ve Zebid ve Aden Feat diyâr-ı reb‘ia ve Maraş ve Ermen ve … Habeş Nübe ve Said ve Zengibar tâc-bahş-i Ejderhan **[6a]** ve havâkîn-i Tatar fermân-ı fermâ-yı Cezâyir ve Endülüs ve Fas ve Firenk rikâb-ı bende-i gerden-keşân sâhib-i tâc-ı Özbek harâcistân-ı Eflak ve Boğdan ve Laz ve Rus mâlik-i medâyin ve Belgrad ve Budun ve Engürüs ve Rodos Arab ve Acem hân-ı Kostantiniyye mâlik-i memâlik-i Cem-i Cemşîd zamân-ı İskender-i devrân tarâvet-bahş-i serîr-i saltanat nezâret-dih-i taht-ı baht-ı sa‘âdet zübde-i Âl-i Osman **[6b]** mazhar-ı inâyet-i aliyye-i Yezdân es-sultân ibnü’s-sultân hazret-i sultân Murâd Han ibnü’s-sultân Ahmed Han

dâmü'l-medârü'l-emn ve'l-âmân hazretleri kim hâme-i miskîn rakam ve fasîhü'l-lisân hüsn-i evsâfı tahrîrinde hayrân ve akl-i arş-ı âşiyân şeref-i menâkıb ve hasâili takrîrinde sergerdândır. Zât-ı mekârim-i gâyâtı mülk-i saffât olub sahâve-i Hâtem adâletde Nûşîn-revândır.

Şi'r

İzi devlet yüzünün **[7a]** secde-gâhı

Kapusı nusret ü fethin penâhı

Alur seyfi adûden gerçi hânı

Olur evsâfa âb-ı zendegânı

Cû varub dehr-i adli cûybârı

Nusâret buldı dînin sebze-zârı

Sinânı hâme-i şer'in sütûnı

Olupdur tîg-i dînin reh-nümûnı

Nesr

El-hak ahkâm-ı mu'âhid-i ahkâm-ı lutf u ma'delet ve hedm-i mu'âkıd-ı esâs-ı sû-i isâ'et ve tecdîd-i maâlim-i adâlet ve insâf ve afv-i merâsim-i cevr ve i'tisâfda bir vechile sa'y-i cemîl itdi ki **[7b]** âsâr-ı adl ü dâda ve netîce-i rüşd ü sedâdın envârı tâli' olub ruhsârı rûzgârda hurşîd-i envâr gibi lâmi' ve teşdîd-i kavâyim-i erkân-ı dîn ve'l-muhîd kavâid-i şer'-i mübîne ikdâm-ı bî-dirîğ itdi ki izâr çarh-ı firuze-reng ve gadâda misâl-i hâl-i had-nigâr-ı bî-misâl yâdigâr olmuşdur. Ve bilcümle âstân-ı adâlet âşiyânı mutâf-ı selâtîn-i ümem ve havâkîn-i âlem olub halka-i ubûdiyeti gûşvâre-i gûş-i **[8a]** cihân olmuşdur.

Şi'ir

Elâ ey şehriyâr-ı rub'-ı meskûn

Sa'âdet ola her dem sana makrûn

Mu'înin ola dâim lutf-ı Yezdân

Zahîrin himmet-i merdân-ı irfân

Bulub ilm ü amel devrinde revnak

Mu‘înin ola dâim hazret-i Hak

Berâber olmasın âlimle câhil

Ayakda kalmasun her merd-i kâmil

Zebûn olmaya her dem ilm ü irfân

Anın ehline lutf it eyle ihsân

Değildir ma‘rifet gayra mu‘âdil

Bunun ehli değil gayra mümâsil

Serîr-i saltanatda kâmkâr ol

Cihân **[8b]** durdukca devr-i dünyâda var ol

Olub her dem sana avn-i Hüdâ yâr

Ola zâtın cihânda vech-i endâr[10]

Sa‘âdetlü ve kerâmetlü pâdişâhımızın deryâ-yı Kulzum ihsân ve i‘tâları hafta pâyân yemm-i Muhît-i cûd ü sehâları beyânına bi’l-kuvve imkân yokdur. Esnâf-ı berâyâ ve ümem hân ü nevâl ü ni‘metinden emr-i zevk ve muğtanem olub hüddâm-ı atabe-i aliyye-i şâhâne ve ibâd-ı mevhibet-mu‘tâd-ı pâdişâhâneleri vezâyifine bir günde **[9a]** mebzûl olan emvâl hesâbında hıred-i hûrde-bîn-i akl u bâl âciz ve lâldir. *Lâzâlet saltanatuhû müselseleten ilâ yevm-i yübasûn velâ berhet.* Ahkâm-ı ma‘delete câriye fî aktâdi’l-merba‘i’l-meskûn. Tevfîk-i zebânî ve te’yîd-i subhânî ile havza-i hükûmet-i tâmme ve dâire-i adâlet-i âmlerinde münderic olan memalik-i fethiyyeti’l-eknâflarında mütemekkin ve akâlîm-i vas‘îatü’l-etrâflarında mutavattın olan tavâif-i enâm ve kabâil-i havâss **[9b]** ve avâmın kurâ ve emsârda ve eknâf ve aktârda medâr-ı maâşları ve menât-ı intifâ‘ ve intiâşları olan arzı ve ziyâ ve kabza-i tasarruflarında olan bizâ‘ları tafsîl olunub öşriyye midir harâciyye midir tasarruf idenlerin mülkleri midir değil midir keşf ve beyân olunmaduğu ecilden şerh ve tafsîl ve tefsîr ve tekmîl olunur ki bilâd-ı İslâmiyye’de olan arazi muktezâ-yı şer‘iat-ı şerîfe üzere üç kısımdır. Bir kısmı arz-ı **[10a]** öşrîdir ki hıyn-ı fetihde ehl-i İslâm’a temlîk olunmuşdur. Yâhûd kable’l-feth ehl-i İslâm’a gelüb yerleri ellerinde ibkâ kılınmışdır. Bu kısım sâhiblerinin mülkleridir. Sâir mâlları gibi nice dilerlerse tasarruf iderler. Ehl-i İslâm üzerlerine ibtidâ-yı harâc vâz‘ı nâmeşrû‘ olmağın öşr vaz‘ olunmuşdur ki ekerler ve biçerler. Hâsıl olan

10 Uzunçarşılı’nn neşrettiği kısım bu şiirden sonra başlamaktadır.

gallenin öşründen gayri asla bir habbe alınmaz. Anı dahi kendüler fukarâ ve **[10b]** ve mesâkîne virirler. Sipâhîden ve gayrîden aslâ ferde helâl değildir. Arz-ı Hicaz ve arz-ı Basra böyledir. Bir kısmı dahi arz-ı harâciyyedir ki hıyn-ı fetihde keferenin ellerinde mukarrer kılınup kendülere temlîk kılınup üzerlerine hâsıllarından öşr yâhûd seb‘ veyâ sâdis muhassal-ı mansafına dek arzın tahammülüne göre harâc-ı mukâseme vaz‘ olunub yılda bir mikdâr akçe dahi harâc-ı muvâza‘a vaz‘ olunmuşdur ki bu kısım dahi **[11a]** sâhiblerinin mülk-i sahîhlerdir. Bey‘ ü şirâya ve sâir envâ‘-i tasarrufâta kâdirlerdir. İştirâ idenler dahi vech-i meşrûh üzere ekerler ve biçerler. Harâc-ı mukâsimesin harâc-ı muvâza‘ın edâ iderler. Ehl-i İslâm iştirâ itseler dahi kefereden alına gelen harâcları sâkite olmaz. Bî-kusûr edâ iderler. Egerçi ehl-i İslâm’a ibtidâ-yı harâc vaz‘ olunmak meşru‘ değildir. Ammâ ibkâen alınmak meşrû‘dur mutasarrıf **[11b]** olanlar eğer ehl-i zimmetdir. Eğer ehl-i İslâm’dır mâdâmki ellerinde olan yerleri zirâ‘at ve hirâset idüb ta‘tîl eylemeyeler. Aslâ dahl ve ta‘arruz olunmaz. Nice dilerlerse tasarruf iderler. Fevt olduktan sonra sâir emvâl ve emlâkları gibi vereselerine intikâl ider. Sevâd-ı Irak arazisi böyledir. Kütüb-i şer‘iyyede mastûr ve meşhûr olan arazi bu iki kısımdır. Ammâ bir kısmı dahi vardır ki ne arz-ı **[12a]** öşriyye ve ne vech-i meşrûh üzere harâciyyedir. Ana arz-ı memleket dirler. Aslı harâciyyedir. Lâkin sâhiblerine temlîk olunduğu takdîrce fevt olub verese-i kesîre mâbeynlerinde taksîm olunmak emr-i asîr olub her birine bir cüz’î kıt‘a değüb her birinin hissesine göre harâcları tevzî‘ ve ta‘yîn olunmakda kemâl-i su‘ûbet ve işgâl olub belki âdete muhâlif olmağın rakabe-i arza-i beytü’l-mâli’l- **[12b]** müslimîn içün alıkonulub reâyâya icâre-i fâside tarîkiyle virilüb zirâ‘at ve hirâset idüb bağ ve bağçe ve bostân idüb hâsıl olandan harâc-ı mukâsemesin ve harâc-ı muvazza‘n virmek emr olunmuşdur. Sevâd-ı Irak’ın arzı ve ba‘zı eimme-i dîn mezhebinde bu kabîldendir. Vilâyet-i Rumili ve öte yakalıda vâki‘ olan eyâletlerin âmme-i arzı dahi bu üslûb-ı mergûb üzere arz-ı memleketdir **[13a]** ki arz-ı mîrî dimekle ma‘rûfdur. Reâyânın mülkleri değildir. Mikdârı nâ-ma‘lûm icâre-i fâside tarîkiyle tasarruf idüb zirâ‘at ve hirâset ve sâir vücûh isti‘mâl idüb öşr-i âdîne harâc-ı mukâsemesin ve çift akçesi nâmına harâc-ı muvazza‘n virüb mâdâmki ta‘tîl itmeyüb vücûh-ı merkûm üzere ta‘mîr idüb hukûkun edâ eyleye. Aslâ bir kimesne dahl ve ta‘arruz eylemeyüb fevt oluncaya **[13b]** dek niçe diyârlarına tasarruf iderler. Fevt olduktan sonra oğulları kendülerin makâmlarına kâim olub tafsîl-i mezbûr üzere tasarruf iderler. Oğulları kalmayub kızları, karındaşları kalsa il virdüğü tapu ile anlara virilür. Anlar dahi minvâl-i meşrûh üzere tasarruf iderler. Şöyleki mezbûrların yeri tasarrufunda olan yeri üç yıla ta‘tîl eylese şer‘le elinden alınub âhere tapuya **[14a]** virilür. Bunların her birisi vücûh-ı merkûme muhâlif tasarrufuna kâdir değildir. Bey‘leri ve şirâ‘ları ve sâir vücûh ile temlikleri e vakf itmeleri cemî‘an bâtıldır. Anadolu yakasında ve Rumili’nde olan âmme-i arazinin emn ü âmine-i mu‘tâd ve imâret arz-ı zürû‘ ve kürûm gars-i eşcâr

ve cinâne müştemil ve nevâhî ve kurâ ve buldânın imâreti say‘-ı insâna menût ve muntavî olub **[14b]** lâkin cemî‘-i arzı kaç kısım üzere olduğu bu ana dek sebt ve tahrîr olunmaduğu ecilden u abd-i ahkâr Avnî Ömer bi-inâyet-i rabbi’l-ekber tahrîrine tasaddî itdi. Mevcûddur ki kusûru ma‘zûr ve dâmen-i afv ve kerem ile mestûr buyurula. *Vefekkenallâhû teâlâ limâ yuhibbu ve yerzâ ve hatemu hâlinâ bi-uluhini vallâhu’l-müste‘ân ve ileyhi’r-racî‘* şürû‘ kerden-i risâle pes bu makâle-i kuvve-i kâhire-i Osmâniye ve azamet **[15a]** ve şevket-i hâkâniyye muhît olduğu memâlikde vâki‘ olan bilâd ve kılâ‘ ve kurâ ve mezâri‘ ve sâir vücûh-ı arziyyenin aksâm-ı tasarrufât ve ba‘zı ıstılâhâtı beyânındadır. Umûmen memâlik-i mahrûsede vâki‘ olan bilâd ve kılâ‘ ve mezâri‘ ve kurâ yirmi beş kısım olmuşdur. Evvelâ bir kısmı havâss-ı hümâyûndur ki mîrî cânibinden zabt olunur. Bunun i‘lâm-ı ma‘lûm ve tahsîl-i hâsıl olmağın tafsîl olunmadı. Bir kısmı **[15b]** dahi havâss-ı vezîr-i vüzerâ-yı a‘zâm ve mîr-i mîrân-ı kirâm ve ümerâ ve defterdârân ve âyân-ı dîvân-ı âlî-şândır. Bir kısmı dahi cihet-i levâzımları içün ba‘zı sultânlara ta‘yîn olunan havâssdır ki anlara paşmaklık dahi dirler. Eyle olsa havâss dimekden murâd budur ki mansıbda oldukça mutasarrıf olanlara mahsûs olur. Ya‘nî erbâb-ı menâsıb içün ta‘yîn ve tebyîn olunmuş icmâllü hâslar vardır kalîl ve kesîr **[16a]** herkes mansıbı zamânında kendü hâslarına mutasarrıf olur. Hattâ birisine halel vâki‘ olsa yerine kangı mansıb olursa ol hâslar ana intikâl ider. Ammâ paşmaklık ıtlâk olunan hâslar böyle değildir. Zîrâ sultânlar erbâb-ı menâsıb gibi azl ve nasb kabul eylemezler. Belki kayd-ı hayâtda olduklarınca ol hâslar tasarrufunda olur. Sâir havâss ehl-i menâsıb gibi mahsûs olub birbirine intikâl **[16b]** eylemez. Hattâ birisi hâslarından müstağniye olsa ekseriyâ ol hâsları havâss-ı hümâyûna ilhâk olunur. Bir kısmı dahi budur ki malikânedir ki ba‘zı sultânlara ve atabe-i ulyâya müstahak olanlara ve boy beylerine ve ba‘zı memleket erlerine hizmet ve liyâkatlerine göre tevcîh ve temlîk olunub selâtîn-i mâzîyedir. Mûcibince hâlâ sa‘âdetlü pâdişâh-ı âlem-penâh hazretlerinden ellerinde nişân-ı hümâyûnları ve mülk-nâme vardır. Hemân mülk-i **[17a]** mevrûslarına gibidir. İsterlerse mülkiyyet üzere tasarruf iderler ve dilerse âhara bey‘ iderler ve hîbe veyâhûd vakf iderler. Neslen ba‘de-neslin tâ silsileleri münkati‘ veyâhûd def‘ine hükm-i şerîf sâdır olmadıkça mülkiyyet tarîki üzere mutasarrıf iderler. Min ba‘d mukâbelesinde hizmet teklîf olunmamışdır. Bir kısmı dahi Rum eyâletinde vâki‘ olan mâlikâneden Amasiyye ve Sivas eknâfı ki vilâyet-i Rum dimekle ma‘rûfdur. Gayri yedi pâre sancakdır. Evvel sancakların ba‘zı ahvâli **[17b]** dahi vardır. Meselâ harâc-ı muvazzafdan gayri hubûbâtdan ve sâir gallâlinden iki öşür alınub birine öşr-i dîvânî dirler. Sipâhî tâifesi alur. Birine öşr-i mâlikâne dirler. Ashâb-ı evkâf ve emlâk alurlar. Sebeb bu değildir ki diyâr-ı mezbûrun arazisi kaviyye olub harâc-ı mukasemesi humus olunub nısfı bir tâifeye ve nısfı bir tâifeye ta‘yîn olunmuşdur. Evvele ol aslâ meşrû‘ değildir. Belki aslı budur ki ol diyârın hıyn-ı fetihde ehli yerlerinde mukarrer kılınub sâir

memâlik-i **[18a]** mahmiyye ehli gibi re'slerine cizye darb olunub arazilerine harâc-ı muvazza'ı ve harâc-ı mukâsemesi vaz' olunub kendülere temlîk olunmayub beytü'l-mâli'l-müslimîn ihrâz olunduktan sonra rakabât-ı arâzî-i nâhiye ba'zı â'yâna temlîk olunub lâkin Rumili'nde ba'zı vüzerâ ve â'yâna temlîk olunan gibi harâcları ve sâir hukûku ile temlîk olunmayub belki mâlik olanlar harâc-ı muvâzza'n ve harâc-ı mukâseme **[18b]** sin beyt-i harâc virmek üzere temlîk olunub mezkûrlar dahi çokluk yerleri bizzât ta'mîr ve istiğlâl itmek müte'assir ve mütea'zzib belki âdetâ müstehil olmağın her biri mülkü olan nâhiyeleri evvelden tasarruf iden reâyâdan ve gayriden ba'zı tâifeye icâre tarîkiyle virür. Her biri elinde olan yeri eküb biçüb harâc-ı muvazza'a ve harâc-ı mukâsemesin sipâhîye virdükden sonra hubûbdan ve bağ **[19a]** ve bağçe ve bostândan hâsıl olan gallâlin öşrünü dahi icâre-i arz diyu mâlikâneye virmek üzere terâzî ile akd idüb tarafından bunun üzerine tasarruf ve teâmül olunub mürur-ı zamân ile mâlikler ve mutasarrıf olanlar fevt olub ebâ-an-ced ihtiyâr itdükleri üslûbu ol resimleri ve halkları kabûl idüb anın üzerine müstemid ve müstemirr olmuşlardır. Öşr-i mâlikâne didikleri budur ki **[19b]** bu takdîrce eyâlet-i mezbûre olan cemî'-i arzının nısfı havâss ve timâr ve nısf-ı âheri mâlikânedir ki ashâb-ı evkâf ve emlâk tasarruf idenler bunlara aslâ bir hizmet ta'yîn olunmamışdır. Bir kısmı dahi evkâfdır ki ba'de't-temlîk ba'zı kimesneler mülknâmeleri mûcebince mutasarrıf oldukları kurâ ve mezâri' vakf eylemişlerdir. İlâ-elân vakfiyyet üzere tasarruf olunur. Pes imdi bu makûleler dahi makbûl **[20a]** pâdişâhlar zamân oldukça ile'l-ınkırâzi'd-devrân şart-ı vâkıf mûcebince amel olunur. Bir kısmı dahi arpalıkdır ki bâb-ı sâ'adet ve rikâb-ı devlet ağalarına ve mîrî kâr-hânelerde hizmet iden ehl-i hirefin başbuğlarına ve ba'zı serhad beğlerine ta'yîn olunmuşdur. Velâkin bu dahi iki kısım üzerinedir. Bir kısmı icmâllüdür. Sadr-ı kadîmden arpalık bağlanmışdır. Havâss-ı ehl-i menâsıb **[20b]** gibi birbirine intikâl ider. Bir kısmı dahi gayr-ı mahsûsdur. Ya'nî icmallü arpalık değildir. Sonradan ba'zı mahall-i hizmet olan beğlere ve beğlerbeğilere virilü-gelendir. O makûleler yerine gelene virilmez. Belki aslına rücû' ider ve gâh olur ki yine arpalığa lâyık ve müstahak bir kimesneye dahi virilür. Ve bir kısmı ocaklıkdır ki hıyn-ı fetihde ba'zı ümerâya himmet ve itâ'atleri mukâbelesinde ber-vech-i te'bîd **[21a]** sancak ve hâss tarîkiyle tevcîh olunmuşdur ki bu makûlelere erbâb-ı dîvân ıstılâhatda yurdluk ve ocaklık dirler. Kürdistân beğleri ve hâkimleri bu kabîldendir. Yine sancak i'tibâr olunur. Sâir ümerâ gibi tabl-ı alem sâhibleri gibidir. Selâtîn-i selef ve halefden ellerinde nişân-ı hümâyûnları vardır ve temessükâtları mûcebince bunlar azl ve nasbı kabûl eylemezler. Ammâ ba'zı elviyenin sâir sancakları gibi **[21b]** kurâ ve mezâri'nin mahsûlâtı tahrîr ve defter olunmuşdur. İçlerinde zeâmet ve timârlar vardır. Sefer-i hümâyûn vâki' oldukça züamâ ve erbâb-ı timârı ve alay beğleri ile kendüleri sancaklar gibi kangı eyâlete tâbi'ler ise beğlerbeğleri ile maan sefere eşerler. Bunlardan bir kısmı fevt olsa yâhûd edâ-yı hizmet itmese

yurdu ve ocağı olmağla sancağı ve hâssları oğluna ve akrabâsına virilür. Hâricden **[22a]** kimesneye virilü-gelmemişdir. Meğer ki evlâd u akrabâsı münkariz ola. Ol zamânda sancak tasarruf itmiş umûr-dîde kimesneye virilüb ammâ yurdluk ve ocaklık i‘tibârı olmaz. Sâir elviye gibi tasarruf olunur. Bir kısmı dahi zeâmet ve timârdır ki erbâb-ı dîvâna vâ‘id ile mukâtele mukâbelesindedir. Ba‘zı dîlvârına ta‘yîn olunmuşdur ki erbâb-ı dîvân-ı âstân-i adâlet-ünvâna hizmet ve seferlerde serdâr-ı zafer-şiâr **[22b]** olanlara mülâzemet idüb bu kalemde mevcûd ve hizmet-i lâzimelerine vücûd virirler. Bu tâifenin mâ‘adâsına züamâ ve erbâb-ı tîmârdırlar. Askerî didikleri bu tâifedir. Alaybeğleri ve çeri-başıları vardır ki anlar dahi zeâmet ve timâr tasarruf iderler. Cümlesi me’mûr oldukları hizmetlerinde dâim ve kâim olduklarınca zeâmet ve timârları tasarruflarında olur. Bilâ-sebeb ellerinden alınub **[23a]** âhara virilmez. Hattâ birisi uğur-ı hümâyûndan giriftâr ve şehîd veyâ fevt ve nâ-bedîd olsa kânûn vaz‘ olunmuşdur. Zeâmet ve timârları ol kânûn üzere oğluna oğlu yoğise âhara virilür. Bir kısmı tekâüddür ki yine zeâmet ve timârdan ifrâz olunub uğur-ı pâdişâhîde envâ‘-i hizmetleri sebk eyledikden sonra marîz ve emekdâr ve pîr ve alîl ve ihtiyâr olub sefer-i **[23b]** hümâyûndan iktidârları olmayanlara tevcîh olunub kayd-ı hayâtda olduklarınca duâya müdâvemet iderler idi. Hâlâ ref‘i fermân olundu. Yeniçeri ocağından piyâde yiğitlerine ta‘yîn olan on dört zeâmetdir ki ber-vech-i tekâüd ocakda emekdâr ve ihtiyâr olanlara virilüb onlar dahi subh ve şâmda devâm-ı devlet-i pâdişâhiye duâ iderler. Ve bir kısmı dahi itâ‘at ve hizmetleri mukâbelesinde ba‘zı aşîret **[24a]** beğlerine ta‘yîn olunmuşdur ki bunlar kavm u kabîle sâhibleridir. Sâir ümerâ gibi timâr ve aşîretlerine vâlî-i hâkimlerdir. Ya‘nî timâr ve aşîretlerinin rüsûm-ı riâyetleri ve cürm-i cinâyetler ve tâziye müteallik siyâsetleri min-külli’l-vücûh bunlara mahsûsdur. Velâkin bunlar tabl u alem sâhibi değildirler. Belki züamâ makâmındadır. Kangı sancağa tâbi‘ler ise sancak beğleri ile maan sefere eşerler. Ammâ zeâmet ve timârları yurdluk **[24b]** ve ocaklık hükmündedir. Birisi fevt olsa yâhûd edâ-yı hizmet itmese timârı ile mîr-aşîretliği oğluna ve akrabâsına virilür. Mâdâm ki evlâd ü akrabâsı münkarız olmaya âhara virilmek hilâf-ı kânûndur. Ve bir kısmı dahi ashâbına mâlikâne tarîkiyle timâr virilmişdir. Cebelü eşdirmek şartıyla tasarruf olunur. Ol minvâl üzere ellerinde berevât ve temessükâtları vardır. Sefer-i hümâyûn vâki‘ oldukça her timâra **[25a]** ne-mikdâr cebelü ta‘yîn olunmuş ise ana göre cebelülerin eşdirirler. Zîrâ bu makûle timârlara mülk eşkincilü dirler. Mâlikâne râyihası olmağla bi-nefsihi ashâbına hizmet teklif olmamışdır. Hattâ cebelüleri dahi varmasa zecren-leh ancak timârlarının birer yıllık mahsûlü mîrî cânibinden zabt olunur. Sâir zeâmet ve timâr gibi ellerinden alınub âhara virilmez. Ve fevt olduklarında timârları **[25b]** oğullarına virilüb oğulları olmasa zükûr ve inâsdan sâir vârislerine intikâl ider. Anlar dahi cebelülerden eşdirirler. Bir kısmı dahi münâvebe tarîkiyle timâra kayd olunmuşdur. Sâir erbâb-ı timâr gibi ellerinde berâtları vardır. Bu makûle

timârlara kâr-ı nevbet dahi dirler. Defter-i icmâl-i sultânîde kaç nefer bağlanmış ise ber-vech-i iştirâk tasarruf iderler. Sefer-i hümâyûn vâki‘ oldukça nevbet **[26a]** ile eşerler. Ve kânûn kendüleri gitmekdir. Zîrâ bunlara cebelü fermân olunmamışdır. Bunlardan birisi fevt olsa timârı oğluna ve oğlu oğluna yâhûd edâ-yı hizmet itmese âhara virilür. Eğer babalarından kalmış timâr ise karındaşına dahi virülegelmişdir. Kânûn mukarrerdir. Ve bir kısmı dahi müsellem ve yörük ve piyâde ve çingâne ve akıncı beğlerine ve toyca beğlerine ta‘yîn olunmuşdur **[26b]** ki her birinin icmâllü timârları ve zeâmetleri vardır. Arpalık hükmündedir. Her kim mansıb olursa ana intikâl ider. Sâir ümerâ gibi her biri kendüye mahsûs olan tâifeye vâlî ve hâkimlerdir. Velâkin bunlar dahi züamâ hükmündedir. Tabl-ı alem sâhibi değillerdir. Ve toyca didikleri kimesneler akıncı tâifesinin çeri-başıları makamındadır. Anların dahi arpalık hükmünde icmâllü timârları vardır. Hizmet ve sefer **[27a]** vâki‘ oldukça tavâif-i mezbûreyi âgâh ve tenbîh idüb beğleri cem‘iyyet eylediği mahalle sürüb getürürler. Ve me’mûr olduğu hizmet iderler. Bunlardan birisi fevt olsa timârı ile toyucalığı hizmetine kâdir oğlu var ise oğluna oğlu olmasa yâhûd edâ-yı hizmet itmiyene akıncı tâifesinden iş görmüş bir ihtiyâr kimesneye veyâhûd ayakda kalmış toyuca oğullarından bir müstahıkkına virilür. **[27b]** Vilâyet-i Rumili’nde vâki‘ olan Akçabolu ve Tekridağı, Selanik, Kocacık, Naldöken ve müsellemân-ı Kızılca, müsellemân-ı Çirmen, çingâne-i muâf, müsellemân-ı Vize cümlesi bin on dokuz ocakdır. Defter-i pâdişâhîde yörük ve müsellem kayd olanların otuz neferi bir ocak beş neferi be-nevbet eşkinci cümlesi bin on dokuz ocak değildir. Belki ancak tâife-i müsellemân-ı Rumili bin on dokuz ocaktır. **[28a]** Rumili’nde olan yörük tâifesi bin iki yüz doksan ocaktır ki müsellemân ve yörükân-ı Rumeli cemî‘an iki bin üç yüz dokuz ocakdır. Yirmi beş neferi yamak olub sefer-i hümâyûn oldukda nevbetlü eşkinci yamaklarından avârız-ı dîvâniye mukâbelesinde ellişer akçe harçlık alub sefer iderler. Sefer olmaduğu zamânda almazlar. Be-nevbet eşen eşkincileri sefer eşdikleri sene âdet-i **[28b]** ağnâm virmezler. Bu tâife şöyle ki seferlerde sipâhî dahi olursa yine yörüklükden halâs olmazlar. Umûmen müsellemlere birer çiftlik mikdârı yir virilmişdir. Çiftlikde hâsıl olan kendü terekesinin öşr ve resmi timâra kayd olunmuşdur. Nevbetlüsü ol timârın mahsûlün alub sefere giderler. Bu makûle hizmetlere istihdâm olunurlar. Bu zikr olunan hizmetler bunlar eliyle görülüb züamâ ve erbâb-ı timâra ancak cenk **[29a]** ve kıtâl hizmeti teklîf olunurdu. Birkaç zamânda bir bedelleri alınub sefer hizmetine gitmezler. Anadolu’da dahi piyâde ve müsellem tâifesi var idi ki cümle sefer eşerler. Nevbetlüsü altı bin dokuz yüz nefer olub yamakları ile yirmi altı bin beş yüz nefer idi. Zikr olunan piyâde ve müsellem tâifesinin nevbetlüsü olanları sefere ihrâc idüb top çekilmek ve yol ayırtılmak ve zahâyir getürmekde **[29b]** hizmet iderlerdi. Rumili’nde olduğu üzere bunların dahi müsellem ocağının çiftliği olub hâsıl olan terekenin öşr-i resmin ol ocakda nevbetlü olan yaya ve müsellem sefer hizmetin edâ

ider idi. Şimdiki hâlde yaya ve müsellem tâifesi ref‘ olunub Anadolu’da olanların cümlesi reâyâ kayd olunmuşdur. Ve çiftlikleri zeâmet ve timâr bağlanub bâlâda tahrîr olduğu üzere yeniçeri ocağından **[30a]** olan on dört nefere oturak yaya beğliği virilüb mâadâsı zeâmet ve timâra kayd olunub kapudân paşa ile deryâ seferine me’mûrlardır. Bunlardan mâadâ bin iki yüz seksen nefer cânbâzân ve garîbân tâifesi dahi vardır ki anların dahi on neferde bir neferi sefer nevbeti hizmetin edâ idüb yüz yirmi sekiz nefer sefer eşerlerdi. Hâlâ anlar dahi mensûh olub zeâmet ve timâr kayd **[30b]** olunmuşdur. Aslı tafsîl üzere defter-hâne-i âmirede mastûr ve mukayyeddir. Ve bir kısmı dahi voynuk tâifesinin beğlerine ve çeri-başılarına ta‘yîn olunmuşdur ki müsellem ve yörük beğleri gibi her birisinin mu‘ayyen icmâllü zeâmet ve timârları vardır. Arpalık hükmündedir. Yollu yolunca birbirine intikâl ider. Ve zikr olunan voynuk tâifesi memnû‘i’l-kalem ve maktû‘i’l-kademdir. Bâd-ı hevâları ve cürm-i cinâyetleri **[31a]** te’dîbiyye müte‘allik olan siyâsetleri beğlerinin ve çeri-başılarınındır. Zîrâ umûmen voynukât iki bölükdür. Bir bölüğü hâssa ve bir bölüğü âmmedir. Öyle olsa hâssasına beğleri ve âmmesine çeri-başıları hüküm ider. Pes imdi bunların beğleri ve çeri-başıları hizmetlerinde dâim ve kâim olduklarınca zeâmet ve timârları ellerinden alınub âhara virilmez. Belki kayd-ı hayâtda olduklarınca tasarruf iderler. **[31b]** Çeri-başıların hizmetleri budur ki her çeri-bâşı zîr-i destinde olan voynuklardan nevbetlüsün ihrâc idüb Âsitâne-i sa‘âdete sürüb getürürler. Her sene çayır zamânında hâssa atlara ve çayırlara hizmet etdirirler. Bunlardan birisi fevt olsa yâhûd edâ-yı hizmet itmese timârı ile çeri-başılığı yine âhûr halkından ulûfesine bedel yolu ile bir kimseye virilür. Hâricden kimseye veyâ oğluna virilmez ve virilü **[32a]** gelmemişdir. Ve bunlara sâir züamâ ve erbâb-ı timâr gibi sefer hizmeti teklîf olunmamışdır. Zîrâ bunlar ıstabl-ı âmireye müte‘allikdir. Sefer ve hizmetleri pâdişâh-ı âlem-penâh hazretlerine râci‘dir. Bir kısmı dahi yine ıstabl-ı âmireye müte‘allik ba‘zı hizmet içün ta‘yîn olunub hizmetleri mukâbelesinde timâr tarîki üzere tevcîh olunmuşdur ki memâlik-i mahrûsede câ-be-câ mîrî yund ocakları ve âhûrları ve hâssa **[32b]** çayırlar ve taylar ağaları ve bölük-başıları ve korucu ve göreci ve taycı ve yund oğlanları ta‘yîn olunmuşdur. Velâkin bunlar iki bölükdür. Bir bölüğü timâr iledir ki anlar bölük-başıları ve yund oğlanlarıdır. Timârları arpalık hükmündedir. Min-ba‘d tebdîl ve ta‘yîn olunmaz. Kendülere mahsûsdur. Yollu yolunca birbirine intikâl ider. Ve bir bölüğü muâfiledir ki anlar korucu ve göreci ve taycıdır. Hizmetleri mukâbelesinde **[33a]** tekâlîf-i örfiyyeden muâf ve müsellemlerdir. Her ocağa ne mikdâr nefer ta‘yîn olunmuş ise her tâife ocaklarının yundların ve tayların ve âhûrların görüb gözedirler. Ve görelerin ıslâh idüb terbiye iderler. Kemâlin bulub sonra taylar ağası olanlar kabz idüb ıstabl-ı âmireye teslîm iderler. Bir kısmı dahi umûmen memâlik-i mahrûsede olan kılâ‘nın hıfz u hademesine ta‘yîn olunmuşdur ki **[33b]** her kal‘anın cebe-hânesi ve top ve tüfengi ve yarağ u yatı ve dizdârı ve kethüdâ ve neferâtı vardır ki

leyl ü nehâr hizmetleri muhâfaza-i kal‘adır. Ve ba‘zı mîrî hizmetine dahi istihdâm olunurlar. Bu tâifeye hisâr eri dirler. Ve dizdâr ve kethüdâ ve sâirinin ta‘yîn olunmuş icmâllü timârları vardır. Gedik i‘tibâr olunmuşdur. Hemân arpalık gibidir. Hizmetlerinde dâim ve kâim ve hıfz-ı kal‘aya müdâvim olduklarınca **[34a]** timâr ve gedikleri bilâ-sebeb ellerinden alınub âhara virilmez. Şöyle ki içlerinden bir gedük mahlûl olsa timârı ile gedüğü müstahak oğlu var ise oğluna ve illâ yine kal‘a mülâzımlarından ol gedüğün fenninde mâhir ve hizmetine kâdir bir kimesneye virilür. Bunların azl ü nasbı ve zabt ü rabtı kal‘a dizdârına mahsûsdur. Arzı mûcebince amel olunur. Ve bir kısmı dahi müsellemân tâifesine ta‘yîn olunub her **[34b]** beş nefere bir ocak i‘tibâr olunmuşdur. Ya‘nî müsellemân tâifesi ne mikdâr ocak ise her ocağın bir timârı ve ol timâr ile beş neferi be-nevbet sefer eşer müsellemi vardır. Timâr-ı mezbûru ber-vech-i iştirâk zabt iderler. Sefer-i hümâyûn vâki‘ oldukça nevbetiyle eşerler. Bunların sefer-i hümâyûnda hizmetleri toplar üzerindedir. Ve top çeken kâv ve camusları hıfz u hirâset iderler. Ve topların âlât ve esbâbın görüb gözedirler. **[35a]** Ve kal‘a muhâsarasında metris yollarında ve ba‘zı kemîn-gâhların hıfz itmek ve topları bir mevzi‘den bir mevzi‘e nakl itmek ve asker mürûr itmek içün ba‘zı derbendlerin sa‘b ve sengistân mahallerin tathîr ve tevsî‘ itmek hep bunların yoludur ve hizmetleridir. Bunlardan birisi fevt olsa timârı oğluna virilür. Oğlu olmasa yâhûd edâ-yı hizmet itmese **[35b]** hâricden kimseye virilmez. Belki beğlerbeği arzı mûcebince yine müsellem oğullarından bir müstahıkka virilür. Ve bir kısmı dahi hâssa doğancı ve şâhinci ve atmacacı tâifesine yakîn[11] olunmuşdur ki timâr tarîki üzere tasarruf olunur. Bunların sâir erbâb-ı timâr gibi ellerinde berâtları vardır ve bunlar iki bölükdür. Bir bölüğü timâr ile ve bir bölüğü çiftlik ve baştina tasarruf idüb muâfıyladır. Ve ekser çiftlik ve baştinaları olduğu mahalden **[36a]** sâkinlerdir. Ve her nâhiyede birer doğancı-başı ta‘yîn olunmuşdur ki anların dahi arpalık hükmünde zeâmet ve timârları vardır ki tâife-i mezbûrenin zabt u rabtı ki anlara sipâriş olunmuşdur. Ve timârı olanlar dahi iki bölükdür. Bir bölüğü götürücü ve bir bölüğü dahi görencecidir. Bu iki tâife her sene ülüş zamânında doğancı-başılarıyla maan südde-i sa‘âdete gelüb münâvebe tarîki üzere **[36b]** bâz-hâne-i sultânîde götürücülük ve görüncecilik hizmetin iderler. Bunlardan birisinin timârı mahlûl olsa bâz ve şehbâz ilminde mâhir ve hizmete kâdir oğlu varise oğluna oğlu olmasa yâhûd edâyı hizmet itmese bâz-hâne mülâzımlarından bir ve üstâd doğancıya virilür. Ba‘de muâfiyetle olanlar dahi iki bölükdür. Bir bölüğü yuvacı ve yavrucu ve bir bölüğü avcıdır ki memalik-i **[37a]** mahrûsede câ-be-câ ba‘zı kûhistân ve sa‘b-ı sengistân mahalerde hâssa çakır ve şâhîn ve atmaca ve âşiyânları vardır ki yuvacı ve yavrucu olanlar ol âşiyânları hıfz u hirâset iderler. Yavru zamânı geldikde hâricden kimesneleri ve ba‘zı râî ve hattâbları ol âşiyâneler olduğu havâlide men‘ ü def‘ iderler. Tâ ol yavrular tahsîl-i

11 Bu kelime, Uzunçarşılı nüshasında “tayin” olarak geçmektedir.

per ve bâl idüb kâbil-i pervâz oluncaya **[37b]** dek leyl ü nehâr görüb gözedirler. Ba‘dehû yuva âşiyânlarından ihrâc idüb terbiyet-i ta‘lîm ve befteriye(?) da‘vet iderler. Ülüş zamânı oldukda anlar dahi doğancı-başıları ile maan der-i devlete gelürler ve ol yavruları ağalarına teslîm idüb yoklanurlar. Ve avcı olan kimesneler dahi bezl-i makdûr idüb ba‘zı mahallerde damlar vaz‘ idüb sayyâdlık iderler. Anlar dahi yuvacı ve yavrucu **[38a]** gibi doğancı-başıları ile maan atabe-i ulyâya gelüb âşikâr eyledükleri bâz ve şehbâzları ağalarına teslîm idüb tezkere alurlar. Bunların azl ve nasbı çakırcı-başına mahsûsdur. Timâr ve gedikleri mîr-i mîrân ve cânib-i dîvân-ı âlîşândan virilü gelmemişdür. Belki çakırcı-başının tezkeresi mûcibince amel olunur ve ellerine berevât-ı hümâyûn virilür. Bir kısmı dahi umûmen memalik-i **[38b]** mahrûsede vâki‘ olan derbendlerin ve ba‘zı mevâzi‘-i mahsûsa-i mahfûzunun müstahfızlarına ta‘yîn olunmuşdur ki timâr tarîki üzere tasarruf olunur. Ammâ yurdluk ve ocaklık hükmündedir. Fakat tâife-i mezbûreye mahsûsdur. Bu tâifeye ashâb-ı derek dirler. Her birinin icmâllü timârları vardır ve bunlar dahi iki bölükdür. Bir bölüğü timâr iledir ki ta‘yîn olundukları derbendleri ve haternâk mahalleri yarar âdemleri ile hıfz u hirâset **[39a]** iderler. Ve ebnâ-yı sebîle delîl ve rehber olub selâmetine çıkarlar. Hattâ derbendleri içinde âyende ve revendenin başlarına bir hâl gelse veyâ dâbbeleri bî-mecâl olub ahşam irişse mu‘ayyen ve zâhîr olub selâmete varınca yarar âdemler koşarlar. Ve erbâb ve eskâl ve mâllarına zarar u ziyân irgörmeyüb kendü davarlarıyla şenliğe ulaşdırırlar. Şöyle ki ihmâl ve tekâsülleri **[39b]** sebebiyle ol dîdebân oldukları derbend içinde ebnâ-yı sebîlin ahmâl ü eskâl ve erzâk ve emvâlinden bir nesneleri zâyi‘ ve ma‘sûb olsa anlara tazmîn itdirirler. Kadîmü’l-eyyâmdan şart ve iltizâmları bu minvâl üzeredir. Ve berâtlarında dahi vech-i meşrûh üzere tasrîh olunmuşdur. Bu hizmet mukâbelesinde bunlar azl ve nasbını kabûl eylemezler meğer ki hıyânetleri zâhir ola. **[40a]** Hattâ birisi fevt olsa veyâhû edâ-yı hizmet itmese timarı ile dirliği oğluna ve akrabâsına virilür. Hâricden kimesneye virilügelmemişdir. Bir kısmı dahi muâfiyetledir ki asıl derbendci didikleri bu tâifedir ki memerr-i nâs[12] olub mahûf ve muhâtara olan mahallerde sâkin ve mutavattın olub kalmışlardır. Bunlar dahi ashâb-ı direk gibi âyende ve revendeyi muhâfazat idüb kondururlar ve göçürürler ve ta‘yîn **[40b]** olundukları derbendlerin hudûdları dâhilinde vâki‘ olan sa‘b ve sengistân mahalleri tevsî‘ ve tathîr ve müşkilü’l-ubûr olan ba‘zı edviye ve cüsûr-ı muhâlifeyi termîm ve ta‘mîr iderler ve bunlarda tabl i‘tibârı vardır. Kadîmü’l-eyyâmdan otuz nefere bir tabl fermân olunmuşdur ki dîde-bân oldukları mahaller tahammül mesâfesine göre tabl-ı vâhid mikdârı ise otuz nefer dahi ziyâde ise ana göre i‘tibâr olunur. **[41a]** Ol otuz nefer kimesne münâvebe tarîki ile derbendleri içinde eşkiyâ ve kuttâü’t-tarîk ba‘zı kemîngâhları olan mahallerde âlât u harb ile durub darb-ı tabl idüb ebnâ-yı sebîli mahalle-i selâmetine irgürürler. Hizmet-i muhâfazat ve

12 Bu kısım, Uzunçarşılı’da “memerr-i nasb” olarak geçmektedir.

muhâresetlerinde dâim ve kâim oldukca avârız-ı dîvâniyye ve tekâlif-i örfiyeden muâf ve müsellemlerdir. Bir kısmı dahi şol mezrâ‘dır ki esb-keşân tâifesine yurdluk ve ocaklık **[41b]** tarîki ile ta‘yîn olunmuşdur ki bunlar vilâyet-i Karaman’da Konya sancağına tâbi‘ Turgud ve Eskiil ile Bayburd nâhiyyelerinde sâkinler olub at çeken tâifesi dimekle ma‘rûflardır. Bunlar kable’l-feth Haymana tâifesinden olub zirâat ve hirâsete mâyil olmadıkları ecilden kendülere at akçesi vaz‘ olunmuşdur. Ol mukâbilde tâife-i mezbûre resm-i çift ve bennâk ve kendülere yurd yazılan yerlerin öşrlerinden **[42a]** afv olunub hattâ avârız virmek dahi ref‘ olunmuşdur. Mîrî cânibine hemân at akçesi ve resm-i ganem ve resm-i arûs ve cürm ü cinâyet virirler. Sâkin oldukları yurdları ve ta‘yîn olunan mezrâ‘ları kendülere mahsûsdur. Kimesne kimesnenin medhali yokdur. Bir kısmı dahi şol kurâ ve mezâri‘dir ki serhadlerde ba‘zı mâlik ve keniz ve piremekür(?) tâifesine ta‘yîn olunmuşdur. Bunlar hıyn-ı fetihde vilâyetlerinin mîrî **[42b]** hizmetini kabûl idüb her birisine ne mikdâr karye bahş olmuş ise ol kurâ ahâlîsinin bunlar kethüdâları gibidir. Mâl-ı mîrî tahsîline ve ba‘zı sefere mühimmâtçün reâyâya fermân olunan hutûtu[13] ihbâr ve tevzî‘ idüb cem‘-i tahsîline küllî muâvenet iderler. Hattâ zîr-i destlerinde olan kurâdan ba‘zı reâyâ dârü’l-harbe veyâ âher diyâra firâr itseler yirine getürmeğe iltizâm ve ta‘ahhüd eylemişlerdir ve bunlar dahi iki bölükdür. Bir bölüğü **[43a]** vech-i meşrûh üzere timâr iledir ki anlar mâlik ve kenizlerdir. Sâir erbâb-ı timar gibi ellerinde berâtları vardır. Ve bir bölüğü muâfıyladır ki anlara piremekür dirler. Zirâat ve hirâset eyledikleri çiftlik ve baştinalarının hukûk ve rüsûmları ve kendüleri ve oğulları ve karındaşlarının cizye ve ispençeleri hizmetleri mukâbelesinde afv olunub avârız-ı dîvâniye ve sâir tekâlif-i örfiyeden muâf ve müsellemdir. **[43b]** Ve bir kısmı dahi şol mezâri‘dir ki baştina i‘tibârı üzere voynuk tâifesine ta‘yîn olunmuşdur ki lisân-ı Türkî’de baştina çiftlik dimekdir. Zirâat ve hirâset iderler. Â‘şâr-ı şer‘iyye ve rüsûm-ı örfiyyelerinden muâf ve müsellemlerdir. Baştinaları kangı karyenin hudûdunda ise min ba‘d sâhib-i arzın ve gayrın medhali yokdur. Öşr rüsûmları kendülere mahsûsdur. Bâlâda zikr olunduğu üzere **[44a]** baştina beğleri ve çeri-başıları ve legatorları vardır ki zabt u rabtları anlara mahsûsdur ve bunlarda gönder i‘tibârı vardır nize ma‘nâsına her çeribaşılık ne mikdâr gönder ise her göndere üçer voynuk olub birisi asıl ikisi yamak kayd olunmuşdur. Hizmet ve sefer vâki‘ olundukca münâvebe tarîki ile her göndere her birer voynuk eşer ve nevbet ıtlâk olunan âdem üç yılda **[44b]** bir düşer. Bunlar ıstabl-ı âmire hizmeti içün ta‘yîn olunmuşdur. Nevbetlü olanları çeribaşıları ve legatorları ile her sene çayır zamânında der-i devlete gelüb hâssa atlara hizmet iderler. Hizmetleri tamâm olduktan sonra mîr-âhûr-ı kebîr ve sagîrden tezkire alurlar. Eğerçi im‘ân nazar olunsa bu makâle erkamının nâme-i i‘mâli gibi tesvîd-i ibâret-i sakîm ile rû-siyâh ve muharririnin cerîde-i âmâli gibi **[45a]** temhîd-i isti‘âret-akîm ile pürtebâhdır.

13 Bu kelime, Uzunçarşılı’da “hususu” olarak geçmektedir.

Ammâ vüs‘at-ı ahlâk ashâb-ı keremden mütevakki‘ ve fesahat-ı erbâb-ı neşîmden mutazarrı‘dır ki sakatâtına nâzır olub i‘tirâz ve hefevâtına bakub a‘râz buyurmayalar. Lillâhü’l-hamd bu risâle alâ-vechi’l-i‘câl şâh-ı pâdişâh-ı cihân ile merkûm ve duâya devâm-ı ömr-i devlet-i şehen-şâh-ı zamân ile ma‘nûn ve mahtûm oldu. Hak subhânehû ve te‘âlâ vücûd-ı şerîflerin âlâm u avarızdan **[45b]** masûn havâdis-i dehr-i dûnden me’mûn ide Hak el-insâf-ı cüz’iyyât ve külliyâtda medâr-ı nizâm-ı âlem olan umûr-ı dîn ü devletde ma‘lûm-ı sa‘âdetleri olmadık ahvâl yokdur.[14]

Kıt‘a

Hüsrev-i şîr-zamîrin kûh-ı kîni âyendir

Arz-ı ahvâl-i cihân hâcet değildir ol kadar

Sevinir bir demde âb-ı tîğ-i hûnbâr-ı güle heb

Tutsa dehri dağılub eşrâr-mânend şerer

Şehr-i yâr-ı mülk-i Osmânsın ki virdi Hak sana

[46a] Rütbet-i Bûbekr ve azm-i Haydar adl-i Ömer

Bâd-ı mazarrat rehberindir her yana azm eylesen

Re’yin ikbâl ü devlet leşkerin feth-i zafer

Döndükce nüh sipihr durduğunca yedi ker

Devlet ü adl ile ol âlemde şâh-ı bahr-ı berr

Hatt-ı fermânın olub tuğra-yı menşûr-ı kazâ

Kadrin ahkâmının ursun her dem imzâsı kader

Cerâ zâlik fî şehr-i Şevvâl sene ihdâ ve hamsîn ve elf

Der-beyân-ı Manâsıb-ı Mevâlî-yi İzâm Bi-vilâyet-i Anadolu

Mekke-i Mükerreme, Medîne-i Münevvere, Mısır-ı Kahire, Kudüs-i Şerîf, Şâm-ı Şerîf, Trablusşam, İzmir, Manisa, Tire, Birgi, Bağdad, Amid yani Diyârbekr, Maraş, Erzurum, Kayseri, Sinob, Konya, Üsküdar, Bursa, Ankara[15], Halebü’ş-şehbâ, Kütahya.

14 Uzunçarşılı’nın neşrettiği kısım burada sona ermektedir.

15 Ankara mevleviyet kadılığı olarak gösterilmesine rağmen, bir sonraki listede 150 akçelik yevmiye ile Anadolu kadıaskerliğine bağlı bir kaza olarak da kaydedilmiştir.

Menâsıb-ı Mevâlî-yi İzâm Bi-vilâyet-i Rumili

Kostantiniyye, Galata, Haslar, Edirne, Sofya, Filibe, Belgrad, Selanik, Yenişehir, Sakız, Girid, Bosna, Kamaniçe.

Der-beyân-ı Menâsıb-ı Anadolu Kazâ[16]

KAZA	YEVMİYESİ
Eğirdir	150
Ürgüb	150
İlbeyi	70
Ulus	130
Ilıca-i Bergama	130
Akyürek	80
Amasiyye	200
Ulak	130
Azdavay	130
Eskihisar	Belirtilmemiş
Onikidivan	150
Aydıncık	150
Ermenek	100
İncirbazarı	70
Eşen	100
Amasra	130
Ulubey	150
Akkeçili	80
Aygır-ı Tercan	50
Esved	70
Ardanuç	60
Efteni	70
Arhos	60
Aksaray	200
Ovayüzü	80

16 Bu kısım, eserde, eski harflere göre alfabetik olarak listelenmiştir. Ancak; tablo olarak vermenin daha anlaşılır olduğundan hareketle, metindeki sıra da gözetilerek, bu şekilde verilmiştir. Ayrıca buradaki bilgilerin, XVII. yüzyıl Anadolu kadıasker ruznamçeleri başta olmak üzere diğer kaynaklardaki bilgilerle kıyaslanması yerinde olacaktır; ancak hem yazımızın asıl konusu bu olmadığı için hem de bu işlem yazının hacmini aşacağı için başka bir çalışmanın konusu olarak değerlendirilecektir.

KAZA	YEVMİYESİ
Ayasuluğ	150
Emlak	70
Eflekan-ı Yenice	100
Ökse	70
Akçaşehir-i Aydın	150
Ardahan	50
Adana	300
Ezine-i Lazkiye	130
Atina	130
Ağlasun	80
Ekradlık	130
Oltu	50
Akçay	150
Eflani-i Bolu	130
İcra	40
Ayaş maa Pondi	50
İbrav?	130
İznikmid	300
İne maa Kuşadası	150
Anduğu	100
Ayvacık	60
İlkin	150
Ortapare	150
Ilgun	150
Eğr(i)göz	150
İdlib	150
Ayazmend	300
İskilib	200
Akyazı	150
Eyübili	150
Arım	130
Üskübü	130
İshaklı	80
Ayandon	150
Ezine-i Lazkiye	130
Afşar	80

KAZA	YEVMİYESİ
Ilıca-i Saruhan	150
Eskiil	150
Eğil	130
Artıkabad	100
Ula	150
Of	130
Erzincan	150
Akhisar-ı Saruhan	150
Eskişehir	150
Ereğli-i Karaman	200
Alaşehir-i Aydın	300
Ezine-i Ayasuluğ	Belirtilmemiş
Atala	200
Urgovan?	130
Eflani-i Daday	150
Aladağ	100
İfraz-ı Fenaris	40
Akkaya	80
Amasiyye-i Aydın	80
Eşme maa Anay	100
Üzümlü	80
Elmalı	150
Akhisar-ı Geyve	150
Akdağ	100
İnegöl-i Ladin	100
İnegöl-i Bursa	150
Ahıska	50
Öğün?	70
Ebulhayr	70
Ansuyu	80
Ab-ı Safi	80
Arak?	100
Alaçam	60
Antalya	200
Aydın Yenişehri	150
Ağırdos	80

KAZA	YEVMİYESİ
Aktaş	80
Uluborlu	150
İfraz-ı Yörükan-ı Bolu	50
İnallıballı	100
Ayaş	150
Akköy	40
Antakiyye	300
İvrindi	150
Ağros	130
Eriha	150
Ortakçı	130
Esküşer	80
Akçaşehir-i Bolu	80
Edremid	70
Ergani	130
İğdir	100
İbradi	80
Abbasiye	50
Atranos	150
İznik	150
Araç	80
Ankara	150
Esard	80
Erbil	80
Avniye	80
Ünye	100
Asir	60
Irla	130
Bolaman	40
Bazıgüldiken	80
Bozok	70
Bayburd-ı Erzurum	150
Bozok-ı Sorgun	100
Beyrut	130
Balya	150
Benderekli	150

KAZA	YEVMİYESİ
Bolvadin	130
Barla	100
Benek	40
Betkerk?	50
Bavlu	150
Bacı	100
Birnaz	100
Beyşehri	200
Beçin	150
Bergama-i Saruhan	150
Bavlu-yı Hamid	70
Bozöyük-i Bursa	150
Bakras	130
Bozöyük-i Menteşe	150
Burdur	150
Bazarsuyu	100
Boyabad	200
Birgi	150
Bolu	200
Bitlis	80
Bozdoğan	100
Başgelembe	100
Banaz	100
Bayas (Payas)	Belirtilmemiş
Bozulus	130
Balat	150
Bigadic	150
Bavlu Bolu	100
Bilviran	100
Bafi	150
Bolbey?	100
Bozkırı	130
Bafra	130
Biretü'l-fırat	150
Perakende-i Aydın	70
Barçınlı	100

KAZA	YEVMİYESİ
Bayramlı	130
Burgos-ı Kalhan?	60
Bırloganda?	Belirtilmemiş
Balyabolu	150
Baklan	100
Budaközü	60
Bazarcık	80
Boğazlıyan	40
Biga	150
Bilas?	80
Bertek	80
Bilecik	Belirtilmemiş
Boyalı	60
Bayramic	Belirtilmemiş
Bozkır	100
Bayburd-ı Karaman	80
Beybazarı	150
Bafra-i Bolu	80
Telbeşar	130
Tevzet	300
Turhal	130
Türkmen-i Haleb	200
Temürci-i Saruhan	200
Tus?	130
Tırhala	200
Tahtü't-tarik	80
Terme	150
Tercan	60
Tokat	499
Todurga	150
Tercil maa Mihran	70
Todmir	70
Temürcüborlu	150
Torum	50
Tütenk	50
Tezin-i Haleb	70

KAZA	YEVMİYESİ
Cevariz	70
Çubukabad	150
Cebele	80
Çemişkezek	150
Çabakçur	30
Çimaş?	50
Çerkeş	150
Cüzderesi	50
Çine	150
Çekline	100
Çakırca	40
Çamardı	Belirtilmemiş
Çorum	150
Çal	80
Çarşamba-i Bolu	100
Çukurhan	100
Cide	70
Çöreği	40
Çağabolu	130
Çarşamba-i Lazkiye	130
Çeşme	150
Çerkeşgönü	70
Çalbabad	100
Çay	80
Çan	150
Çiniçonkar	80
Humus	150
Hızır	40
Hacıbekdaş	80
Hisarönü	80
Haymana	50
Hoyran	130
Hisarcık	40
Homa	150
Hüseyinabad	50
Hısnımansur	100

KAZA	YEVMİYESİ
Hazo?	40
Havza	100
Hacıhamza	80
Hamah	300
Hısnıkeyfa	150
Hizan maa (Boş)	80
Harim	80
Honaz	70
Hısnülekrad	Belirtilmemiş
Hasan Kalesi	80
Han-ı Cedid-i Mustafa Paşa	130
Hoşalay	80
Hass-ı Mermercik	100
Haritbolu?	150
Harmancık	Belirtilmemiş
Devrek	150
Devrekani	150
Döğer	70
Develi	130
Dörtdivan	80
Dönekseabad?	70
Darende	200
Deper maa Rehime?	70
Derküş	130
Dikikkeskini	80
Dergene	80
Danişmendli	100
Zalnunabad	100
Dize	100
Ruha	300
Rumkale	130
Romahna?	100
Zekiye	100
Zeytun	100
Zerzene	80
Zari	150

KAZA	YEVMİYESİ
Ziba	100
Zile	200
Sirke	70
Selendi	130
Seferihisar-ı Çeşme	300
Serger	40
Süleymanlı-yı Kebîr	60
Süleymanlı-yı Sagîr	80
Saray-ı Kastamonu	60
Düşenbe	130
Saz	80
Sincanlı	130
Siverek	70
Seydişehri	200
Simav	150
Sivas	200
Sakız	70
Siroz	80
Sinanlı maa Zeyni?	50
Söğüd	130
Selenti?	80
Sisorta	50
Seferhisar-ı Günyüzü	150
Seydigazi	80
Sürmene	130
Sivasili	80
Seferhisar-ı Teke	Belirtilmemiş
Seravalıs?	200
Silifke	130
Sahil	100
Sis	150
Sultanhisarlı	150
Sermin	150
Semavat	Belirtilmemiş
Seferhisar-ı Karaman	Belirtilmemiş
Şavşad	70

KAZA	YEVMİYESİ
Şurba	150
Şeyhli	150
Şiran	100
Şehabeddin	100
Şarkipare	80
Şahme	70
Şucaeddin	150
Şuhud	150
Şere maa Küfrat?	Belirtilmemiş
Şure maa Biçak	80
Şabanözü	80
Şehrizol maa Kerkük	150
Şeyh-i Amik	70
Şehriban-ı Bağdad	Belirtilmemiş
Sabancı	150
Safed	150
Sosa	150
Sağman	50
Sarıçam	80
Satılmış	100
Sındırgı	200
Sobice	130
Samsun	150
Samako	150
Sorkun-ı Kastamonu	100
Sarta	130
Sandıklı	150
Sarıkavak	80
Sarıçayır	80
Sayda	130
Sart	130
Savur	Belirtilmemiş
Son?	Belirtilmemiş
Zamantı	Belirtilmemiş
Talma	Belirtilmemiş
Tuzla	300

KAZA	YEVMİYESİ
Tırahiye?	Belirtilmemiş
Taşabad	130
Doğanhisarı	150
Turgud	100
Taraklı Yenicesi	150
Tazkırı	100
Taşköprü	200
Tavas	200
Trabzon	300
Tatpa	130
Taraklıborlu	150
Tarsus	150
Domaniç	130
Taşseker	40
Taşili maa Kahta	60
Tavel?	130
Tosya	150
Dağardı	80
Tobla Osmanili	70
Daday	130
Torgan	Belirtilmemiş
Ake?	150
Osmancık	150
Alaiye	150
Aclun	150
Otak maa Han	80
Arabkir	150
Adilcevaz	150
Ane maa Hayd?	70
İmadiye	100
Uşak	300
Gaferyad	100
Feleke maa Kurak	100
Fenike	130
Foça-i Menteşe	130
Fut maa Şamlı	100

KAZA	YEVMİYESİ
Fenaris	60
Fesleğen-i Germe?	70
Fevkaü't-tarik	Belirtilmemiş
Kayı	100
Kuşaklı	100
Kıraguş?	40
Karacaşehir	150
Kurşunlu	130
Kızılbil	130
Karışözü	50
Kalecik Keskeni	100
Kaş	130
Konurpa?	150
Karahisar-ı Sahib	300
Karacaviran	70
Karasubolu	80
Kınık maa Aziz	Belirtilmemiş
Kıbrıs?	70
Kars-ı Zülkadriye	300
Karameyve	80
Karacakoyunlu	Belirtilmemiş
Kurbazar-ı Kalecik	80
Karıbazarı	80
Karaova	60
Karahisar-ı Timurci	130
Kırşehri	130
Korubazarı	150
Karalar	80
Kastamonu	300
Kalecik	130
Karacalar	60
Kızılhisar	150
Karaağaç-ı Göl	130
Konur	50
Kavak	70
Kargu	150

KAZA	YEVMİYESİ
Kuruçay	70
Kazabad	150
Karaağaç-ı Yalvaç	150
Karaburun	150
Kadmus?	60
Kallı?	80
Koçhisar-ı Karaman	100
Kızılkaya	80
Kırili	100
Kalkanlı	100
Kula	150
Karaulus	100
Kıravhan?	60
Kayacık	130
Karahisar-ı Teke	130
Koyluhisar	80
Karahisar-ı Rumşah	70
Karayaka	60
Karahisar-ı Nallı	50
Katarsarayı	80
Kason?	50
Karbuzlu	150
Kars-ı Erzurum	70
Karahisar-ı Gerede	150
Karaisalı	100
Karahisar-ı Şarki	150
… maa Meydan	70
Karataş	70
Karaağaç-ı Gölhisar	150
Kala-i Sultaniye	200
Kelemgad?	70
Gölbazar-ı Bolu	130
Gördös	150
Güğercinlik	150
Gököyük-i Kütahya	100
Keçiborlu	100

KAZA	YEVMİYESİ
Keşab	70
Kestel	400
Günyüzü	100
Gökler?	50
Gercaş?	60
Gerger	70
Kinolu	130
Keçenus?	100
Germeği	70
Kürtün	70
Göynük	150
Köyceğiz	150
Gölabad	100
Gerede	150
Genç	50
Gerze	80
Keşderesi	50
Köşk	150
Gülnar	60
Göle	Belirtilmemiş
Geranis?	80
Kankırı	200
Gümüş	100
Küre-i Selendi	70
Gülgers?	70
Gökçedağ	70
Kemer-i Hamid	70
Geyve	150
Keyfa	130
Gönen-i Karesi	150
Kadırga?	150
Taşköprügölü	130
Gölhisar-ı Hamid	130
Kelkit	100
Gölhisar	130
Gönye	50

KAZA	YEVMİYESİ
Göl…	80
Kilis	300
Küre-i Cedid	70
Giresun	150
Gürci-i Kebir	100
Kebsud	150
Kemah	130
Gökçeağaç	Belirtilmemiş
Gölbazar-ı Bursa	100
Gönen-i Hamid	100
Keranis?	70
Küreü'n-nuhas	200
Kemer-i Edremid	150
Gedikcik	Belirtilmemiş
Gümüş	80
Keles	130
Gedüs	150
Gökceli	Belirtilmemiş
Labseki	150
Lefke	100
Lazkiyeü'l-Arab	130
Lazkiye-i Denizli	200
Ladik	130
Lale Deresi	50
Larende	150
Mardin	Belirtilmemiş
Merzifon	150
Merküze	130
Manyas	300
Mandaca	100
Milan	50
Mande-i Huriye	80
Mandeliyyat	80
Mamuriye	80
Meğri	130
Mütevettiat	150

KAZA	YEVMİYESİ
Makarrü'l-mısriyyin	130
Malatya	200
Med	80
Marmara	80
Mihaliççık	150
Meydan	50
Muğla	150
Mukataat-ı Manisa	70
Maçuka	60
Mensus-ı Germiyan?	70
Mepavri?	50
Murakkıb	Belirtilmemiş
Muş	Belirtilmemiş
Mehmai's-selam	80
Milan-ı Kankırı	130
Mengen	150
Mensûhât-ı Saruhan	80
Mazgird	50
Musul	200
Mecidözü	130
Memrevan?	40
Murtazabad	150
Mareü'n-numan	150
Mesuli?	100
Merzifonabad	130
Mezun	130
Mehmed Şerif	Belirtilmemiş
Milas	100
Nevahime-i Ermenek	100
Nevahi-i Bergama	130
Nif	200
Nevahi-i Barçınlı	80
Nevahi-i Alaiye	150
Niğde	200
Nusaybin	100
Niksar	150

KAZA	YEVMİYESİ
Nizib	130
Van	150
Vicime?	40
Viranşehir	150
Vakıf	80
Hemşin	Belirtilmemiş
Yabanabad	200
Yortan?	Belirtilmemiş
Yörükân-ı Araç	70
Yörükân-ı Taraklıborlu	100
Yüzdepare	150
Yakubbey Derbendi	150
Yörükân-ı Ankara	150
Yalvaç	150
Yarhisar	100
Yavebolu	Belirtilmemiş
Yaviçe?	100
Yağmurderesi	30
Yerkeseği	130
Yedidivan	130
Yüreğir	80
Yapalı	100
Yorur?	150
Yeniil	300
Yalakabad	150
Yenişehr-i Bursa	150
Yılanlıca	50
Müjdeciyan	100
Yalvaç-ı Karaağaç	80

KAYNAKÇA

Arşiv ve Kütüphane Kaynakları

Ragıp Paşa Kütüphanesi

Avni Ömer Efendi, Kânûn-ı Osmânî Mefhûm-ı Defter-i Hakanî, Yahya Tevfik Kısmı, No: 278.

Süleymaniye Kütüphanesi, Ayasofya Yazmaları

No: 3774.

Yayınlanmış Belgeler ve Kaynak Eserler

Abdurrahman Abdi Paşa Kanunnammesi, Haz. H. Ahmet Aslantürk, İstanbul, 2012.

Ahmed Resmi Efendi, *Halifetü'r-rüesâ*, İstanbul, 1269.

Ayn Ali Efendi, *Kavânin-i Âl-i Osman der-Hülâsa-i Mezâmin-i Defter-i Dîvân (Giriş ve Tıpkıbasım)*, Haz. M. Tayyib Gökbilgin, İstanbul, 1979.

Aynî Ali Efendi, *Kanunnâme-i Al-i Osman Osmanlı Devleti Arazi Kanunları,* Haz. Hadiye Tuncer, Ankara, 1962.

Aynî Ali Efendi, *Osmanlı İmparatorluğunda Eyalet Taksimatı, Toprak Dağıtımı ve Bunarın Mali Güçleri,* Haz. Hadiye Tuncer, Ankara, 1964.

Aziz Efendi, Kanunname-i Sultanili Aziz Efendi, Haz. Rhoads Murphey, Ed. Şinasi Tekin - Gönül Alpay Tekin, Harvard, 1985.

Hezarfen Hseyin Efendi, *Telhîsü'l-Beyân Fî Kavânîn-i Âl-i Osman*, Ankara, 1998.

Koçi Bey Risaleleri, Haz. Seda Çakmakcıoğlu, İstanbul, 2008.

Koçi Bey, *Koçi Bey Risâlesi*, Haz. Yılmaz Kurt, Ankara, 2011.

Mehmed Süreyya, *Sicill-i Osmanî*, IV, Haz. Nuri Akbayar, İstanbul, 1996.

Müstakimzâde Seyyid Süleyman Sadeddin, *Tuhfe-i Hattatîn*, İstanbul, 1928.

Sofyalı Ali Çavuş Kanunnâmesi, Haz. Midhat Sertoğlu, İstanbul, 1992.

ŞAHİN, İlhan, "Timâr Sistemi Hakkında Bir Risâle", *Tarih Dergisi*, Sayı: 32, İstanbul, 1979, s. 905-935.

UZUNÇARŞILI, İsmail Hakkı, "Kanun-ı Osmanî Mefhûm-ı Defter-i Hâkanî", *Belleten*, Sayı: 59, Ankara, 1951, s. 381-399.

Araştırma - İnceleme Eserleri

BALTACI, Cahit, "Arpalık", *DİA*, III, İstanbul, 1991.

DİA, "Haraç", *DİA*, XVI, İstanbul, 1997. s. 88-90.

EMECEN, Feridun M., "Yaya ve Müsellem", *DİA*, XLIII, İstanbul, 2014, 354-356.

_____, *İmparatorlu Çağının Osmanlı Sultanları-II,* Ankara, 2016.

İNALCIK, Halil, "Kanunnâme", *DİA*, XXIV, İstanbul, 2001, s. 333-337.

_____, "Timar", *DİA*, XLI, İstanbul, 2012, s. 168-173.

İPŞİRLİ, Mehmet, "Avni Ömer Efendi", *DİA*, IV, İstanbul, 1991, s. 124-125.

KAYAPINAR, Ayşe, "Voynuk", *DİA*, XLIII, İstanbul, 2014, s. 126-127.

KILIÇ, Cihan, *XVII. Yüzyılın İkinci Yarısında İlmiye Teşkilatında İstihdam ve Hareket (Anadolu Kadıaskerliği Örneği)*, Yıldırım Beyazıt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Ankara, 2017.

ÖZCAN, Abdülkadir, "Istabl", *DİA*, XIX, İstanbul, 1999, s. 203-206.

SAHİLLİOĞLU, Halil, "Askerî", *DİA*, III, İstanbul, 1991, s. 488-489.

TABAKOĞLU, Ahmet, "Öşür", *DİA*, XXXIV, İstanbul, 2007, s. 100-103.

_____, "Tekâlif", *DİA,* XL, İstanbul, 2011, s. 336-337.

GELENEKSEL FESTİVALLERİN KIRSAL TURİZM ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ: TOSYA ÖRNEĞİ

Ercan KARAÇAR[1], Mehmet İZCİ

1 Dr. Öğr. Üyesi, Sinop Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu

GELENEKSEL FESTİVALLERİN KIRSAL TURİZM ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ: TOSYA ÖRNEĞİ

Ercan KARAÇAR[1], Mehmet İZCİ

GİRİŞ

Turizm, kazanç sağlama amacı amacına yönelik olmamak ve sürekli yerleşmemek koşuluyla yabancıların bir yere seyahatleri ve orada konaklamalarından doğan olay ve ilişkilerin bütünüdür (Aktaş, 2002, s.1). Turizm sektörü, bulunduğu destinasyonun barındırdığı kültürel zenginlikler ve gerçekleştirilen aktiviteler ile büyük derecede gelir kaynağı sağlamaktadır. Bu faaliyetler tek bir turizm türüne bağlı kalınmaksızın deniz, kum, güneş turizminin dışında barındırdığı değerler ve çevreye yönelik festivaller, rekreasyon turizmi, kırsal turizm, kültür turizmi, spor turizmi gibi birçok alanda destinasyonlar kendilerini geliştirerek sürdürülebilir turizmi hayata geçirmeyi hedeflemektedir. Alternatif turizmi sağlamak adına gerçekleştirilen turizm türleri üzerine çalışılmaktadır. Bu durumu sosyo-kültürel çekiciliği sağlayan yerel faktörler, mevsimlere göre çeşitlendirilen turizm aktiviteleri, bulunan yörenin folklorik özellikleri, bulunan yöreye özgü doğal kaynaklar etkilemektedir.

Günümüzde yapılan çalışmalar tek bir turizm aktivitesini desteklemeden ziyade iç içe bir şekilde farklı turizm türlerini de etkilemeyi amaçlamaktadır. Yapılan bu tür çalışmalar ve sıra dışı etkinlikler bölgeye alışıla gelenin dışında daha yüksek ölçüde gelir sağlamaktadır. Bölgelerde yapılan rekreatif bir faaliyet olan festivaller geleneksel hale getirilerek sürdürülebilirliği arttırmakta olup diğer turizm türlerini de yapılan etkinlikler ile doğrudan etkilemektedir. Belli bir turizm türü amacıyla gelen turistlerde bulunan yöredeki cazibe halindeki doğal güzellikler ve diğer turizm türlerine yönelik yapılan aktiviteler bölgeye gelen turistte diğer turizm türlerine yönelik dürtülere yol açmaktadır. *Turizme katılan ziyaretçilerin olağandan farklı bir deneyim yaşamak, yeni şeyler keşfetmek, farklı olanı görmek yönündeki istekleri alternatif turizm türlerine verilen önemi artırmaktadır* (Çeken ve ark., 2012). Bölgeyi etkileyen turizm aktiviteleri sonucu bölgede yaşayan insanlarda bireysel girişimcilik ruhu hareket geçerek girişimlerde bulunmasını sağlamakta ve bölge insanı üzerinde olumlu bir ekonomik etki sağlamaktadır. Turizm türlerinin birbirini etkilemesinden yola çıkılarak rekreatif faaliyet olan festivaller kırsal turizm ile doğrudan ilişkilendirilmiştir. Bu durum benimsenerek yayılmış, turistleri de olumlu anlamda etkileyerek her yaş grubu ve cinsiyeti etkileyecek duruma gelmiştir. Festivaller kapsamında yapılan konserler, yarışmalar, folklorik etkinlikler,

1 Dr. Öğr. Üyesi, Sinop Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu

güreşler, piknikler ve hatta toplu sünnet şenlikleri kırsal turizmi doğrudan etkilemektedir. Yapılan bu çalışmada da Tosya ilçesi örneğinin geleneksel hale gelen Kültür ve Pirinç festivalinin kırsal turizm üzerindeki etkileri ve yerel halk üzerindeki ekonomik etkileri değerlendirilmiştir.

Avrupa Birliği tarafından yapılan çalışmalarda kırsal turizm "*tarımsal ya da yerel değerlerle iç içe bulunarak hoşça zaman geçirmek amacında olan turistlere, beklentileri doğrultusunda konaklama, yiyecek, içecek ve diğer hizmetleri veren küçük ölçekli işletmelerin yer aldığı küçük yerleşimlerde gerçekleştirilen faaliyetler bütünü"* olarak tanımlanmaktadır (EC, 1999: 151).

Yapılan festivaller ve etkinlikler bölgedeki yerel halkın ürettiği yiyecek-içecek, hediyelik ve kullanım eşyaları, bölgenin doğal ve kültürel özelliklerinin tanıtımı konusunda köprü görevi görerek tanıtımını sağlamakta ve bölgeye gelir sağlamaktadır. Aynı zamanda geleneksel hale gelmesi bulunan bölgenin ulusal anlamda tanıtımını sağlamaktadır.

Yapılan bu çalışmada rekreasyonel bir faaliyet olan festivallerin ve yerel etkinliklerin kırsal turizme olan katkısı araştırılmıştır. Yapılan bu çalışmanın amacı rekreasyon turizmi içerisinde bulunan festivallerin, yerel etkinliklerin kırsal turizm üzerindeki etkileri ve yerli halk üzerindeki etkileri ortaya koyularak bölgedeki kırsal turizm ve rekreatif faaliyetlerin geliştirilmesine ve teşvik sağlanmasına katkıda bulunmaktır.

Rekreasyon; kelime anlamı olarak 'boş zaman yönetimi' anlamına gelmektedir. İnsanların günlük yaptığı uğraşlardan (çalışma, yemek yeme, uyuma vs.) arta kalan zamanlarında kar amacı gütmeksizin tamamen gönüllülük esasına dayanan eğlenmek, dinlenmek, motivasyonunu sağlamak amaçlarıyla yapılan aktivitelerdir. Rekreatif faaliyetler insanların her ortamda yapabileceği etkinliklerle kitap okuma, herhangi bir spor aktivitesinde bulunma, piknik yapma gibi çeşitlendirilebilir. ayrıca yapılış türü ve yerine göre kendi aralarında sınıflandırılmaktadır. Çalışmanın konusu olan festivaller ve şenlikler de açık alan boş zaman etkinliklerine girmektedir.

Kırsal turizm; dünya üzerinde bulunan doğal güzellikler, mağaralar, göller, yaban hayatı, flora, fauna, köy yaşamı, yöresel ve tarihsel alanlar, mesire yerleri, akarsular gibi alanlarda yapılan turizm faktörlerini kapsayarak kar amacı gütmeksizin yapılan etkinliklerin ve kurulan ilişkilerin tümü olarak tanımlayabiliriz. Günümüzde insanlarda giderek betonlaşan şehir hayatından kurtularak bir süreliğine de olsa doğa ile iç içe olma ihtiyacı doğmaktadır. Bu durum doğrudan kırsal turizmi etkilemektedir. Duyulan kırsal turizm ihtiyacı ile birlikte kırsal turizmi kapsayan alanlarda ekonomik artışı ve istihdam artışını olumlu yönde etkilemektedir. Kırsal alanlara

otel, restoran, kafe, eğlence merkezleri gibi işletmeler açılmakta dolayısı ile iş gücü ihtiyacı ortaya çıkarak karşılanmaktadır. Kırsal bölgelerde cazibe haline gelen hediyelik eşyalar ve yiyecek-içecekler yöre halkı tarafında üretilip satılarak bölge ekonomisine etki sağlayacaktır. Kırsal turizm bölgelerinde yapılan etkinlikler ve organizasyonlar bulunan bölgeye insanların gelmesini sağlamaktadır.

Festival; yerel bir topluluk tarafından belirlenmiş ve benimsenerek geleneksel bir hale getirilmiş belirli gün ve tarihlerde yapılan, yapılan bölgenin simgesi haline gelen eğlence ve şenlikler olarak tanımlayabiliriz. Bölgede yapılan şenlikler, konserler, güreşler, şölenler, piknikler etkinliklerin yanı sıra festival alanlarında ve çevresinde kurulan stantlar ile bölgeyi temsil eden yöresel ürün tanıtım ve satışlarıyla da bölge ekonomisine katkı sağlamaktadır. Festivaller bulunduğu bölgenin sosyo-kültürel özelliklerine göre şekillenmektedir. Örneğin; Mesir Macunu Festivali, Kırkpınar Güreşleri gibi etkinlikler bulunduğu bölgeyi temsil etmekte ve farklı alanlarda etkinlik göstermektedir.

Kastamonu ili Batı Karadeniz Bölgesi'nde bulunan, geçmişten günümüze kadar tarihi ve kültürel değerlerini koruyan, yeşil ile maviyi barındıran tipik bir Karadeniz ilidir. Tarihe tanıklık eden konaklar, türbeler, kanyonlar, milli parklar, yöresel yiyecek-içecek ve kıyafetleriyle turistlerin cazibe merkezi haline gelmektedir. Kastamonu ili 4 mevsim turist çekme potansiyeline sahip olup; taşınmaz kültür varlıkları ile kültür turizmi, Ilgaz Dağı Milli Parkı ile kış turizmi, Cide, İnebolu, Abana, Doğanyurt, Bozkurt, Çatalzeytin gibi sahil ilçelerinin deniz, kum, güneş turizmi potansiyelini taşımaktadır. Ayrıca Kastamonu '2018 Türk Kültür Dünyası Başkenti' ev sahipliğini yapmış yıl içerisinde yerli ve yabancı turistlerin akınına uğrayarak şehrin turizm potansiyelinin hak ettiği yere getirilmesinde katkı sağlamıştır.

Kastamonu'nun 19 ilçesinden biri olan Tosya 40.000 aşan nüfusu ve tarihi İpek Yolu'nun verdiği avantaj ile en büyük ilçesi olma özelliğine sahiptir. İlce Osmanlı İmparatorluğu döneminden bu yana önemli ticaret merkezlerinden sayılmaktadır. Tosya Kastamonu'nun en güney ucunda bulunan ilçesidir. Şehir Ilgaz Dağları'nın Devrez Çayı'na bakan güney eteklerine kurulmuş ilerleyen zaman ile birlikte E-80 karayolu boyunca uzanmıştır. Genel olarak ilçenin geçim kaynağı üretim üzerine dayanmaktadır. Başta pirinç üretimi ve mobilya sanayisi olmak üzere bunları takiben kese, kuşak, çakı, demir ve bakır işlemeciliği, bir ziynet eşyası olan kıstı üretimi ilçede en çok geçim kaynağı olarak tercih edilen meslekler olmuştur. Osmanlı döneminden kaldığı bilinen ülkenin ilk çeltik fabrikası 1970 yılına kadar faaliyet göstermiştir. Şehrin güneyinden gecen E-80 kara yolu

ülkemizin doğusu ve kuzey batısını birbirine bağlayarak sanayi ve ticaret şehri olmuştur.

İlce doğal yaşam hayatını bozmadan yerleşim yapısı oluşturmuş ve şehir merkezi çevresinde pek çok mesire yeri, akarsu ve göller koruma altına alınmış. Önemli tarihi geçmişe sahip taşınmaz kültür varlığı olarak bilinen cami, hamam ve türbe gibi pek çok değeri barındırmaktadır. Doğa ile iç içe olan ilce sınırları bünyesinde olan göller ve akarsulardaki endemik canlı türleri av tutkunlarının ilgisini çekmektedir. İlçede kültürel alanlar korunarak ve çeşitli etkinlikler ile cazibe haline getirilmeye çalışılmaktadır. İlçede yapılan en önemli etkinliklerden biri olan Geleneksel Tosya Kültür ve Pirinç Festivali'dir. Bu festivalde çeşitli etkinlikler yapılarak ilçenin kültürel ve doğal güzellikleri, ilçede üretimi yapılan ürünlerin tanıtımı yapılmaktadır. Bu festival hem ilce ekonomisine önemli katkı sağlamakta ve ilce turizm merkezlerinin keşfedilip tanıtılmasını sağlamaktadır.

YÖNTEM

Turizm günümüzde birçok ülke ve yerleşim merkezlerinin kalkınma kaynaklarından biridir. Turizmi etkileyen pek çok unsur vardır. Bu unsurlardan biri olan geleneksel festivallerin kırsal turizm üzerindeki etkisini ölçmek amacı ile ilçede yaşayan yerel halkın düşünceleri alınmıştır. İlçede geleneksel bir hal alan Kültür ve Pirinç Festivali'nin ilçeye olan maddi, manevi etkileri, yerel halkın ilce turizmine bakış acıları ve düşünceleri, ilçede gerçekleştirilen diğer etkinlikler ve ilçe turizminin gelişimine yönelik düşüncelerini almak ve algılarını ölçmek amacı ile bu çalışma yapılmıştır.

Günümüze kadar yapılan araştırmalara göre turizmin birçok etkisinin olduğu ortadadır. Bu araştırmada ilçe turizminin değerleri, ekonomik etkileri ve sosyo-kültürel etkilerine yönelik yerel halkın algılarını öğrenmek amacıyla yapılan bu çalışma, Kastamonu ili Tosya ilçesi ile sınırlandırılmıştır. Zaman ve ulaşılabilirlik nedeni ile araştırmanın kapsamı sınırlı tutulmuştur.

Yapılan nicel araştırmalarda çıkan sonuçlar sayısal veriler ışığında ifade edilir. Fakat insanlar duygu ve düşüncelerinin nicel araştırmalarda rahatlıkla ifade edemez, kısıtlı kalır. Yapılan bu araştırmada da katılımcıların algı ve düşüncelerini rahatlıkla ortaya çıkarmak için nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Katılımcılara açık uçlu sorular sorulmuş, fakat katılımcıların düşüncelerini değiştirmeye yönelik yönlendirmelerde bulunulmamıştır. Araştırmaya katılan katılımcılara yarı yapılandırılmış, nitel araştırma yöntemi niteliklerine uygun ve araştırma yapılmak istenen konu ile ilgili 14 adet soru sorulmuştur.

Tosya ilçesinin nüfusu 40245 kişiden oluşmaktadır. Bu çalışmada Tosya ilçe nüfusu evren olarak seçilmiştir. Çalışmanın örneklemi ise toplam 31 kişiden oluşmaktadır. Araştırmaya katılmış olan katılımcıların tamamı Tosya'da yaşayan yerel halk arasından seçilmiştir. Araştırmaya katılan katılımcıların demografik özellikleri aşağıdaki tablodaki belirtilmiştir:

BULGULAR VE DEĞERLENDİRME

Tablo 1: *Katılımcıların Demografik Özellikleri*

Katılımcı	Yaş	Doğum Yeri	Cinsiyet	Eğitim	Meslek	Gelir
Katılımcı 1	24	Tosya	Erkek	Lisans	Öğrenci	1000
Katılımcı 2	40	Tosya	Erkek	Lise	Sinema	2020
Katılımcı 3	50	Tosya	Erkek	Lisans	Mimar	6000
Katılımcı 4	42	Tosya	Erkek	Lise	İşçi	2020
Katılımcı 5	30	Tosya	Erkek	Ön Lisans	Esnaf	3000
Katılımcı 6	25	Ankara	Erkek	Yüksek Lisans	Resepsiyonist	2020
Katılımcı 7	27	İskilip	Erkek	Ön Lisans	Resepsiyonist	2020
Katılımcı 8	60	Tosya	Erkek	Lisans	Emekli İşletmeci	6000
Katılımcı 9	56	Tosya	Erkek	Üniversite Terk	Emekli Ciftci	2500
Katılımcı 10	24	Tosya	Erkek	Lise	Fotoğrafçı	2000
Katılımcı 11	29	Tosya	Erkek	Lisans	Orman Mühendisi	4500
Katılımcı 12	38	Tosya	Kadın	İlkokul	Ev Hanımı	-
Katılımcı 13	27	Diyarbakır	Erkek	Lise	Yard. Antrenör	2020
Katılımcı 14	25	Tosya	Erkek	Ön Lisans	İşçi	2250
Katılımcı 15	24	Tosya	Erkek	Lisans	İssiz	-
Katılımcı 16	24	Tosya	Erkek	Ön Lisans	Sağlık Teknikeri	2800
Katılımcı 17	25	Trabzon	Erkek	Ön Lisans	Memur	3500
Katılımcı 18	25	Kastamonu	Erkek	Lisans	Din Görevlisi	3400
Katılımcı 19	24	İskilip	Erkek	Ön Lisans	İşsiz	-
Katılımcı 20	21	Tosya	Erkek	Ön Lisans	Öğrenci	500
Katılımcı 21	24	Tosya	Erkek	Ön Lisans	Askeri Personel	6000
Katılımcı 22	32	Tosya	Erkek	Lisans	Öğretmen	4000
Katılımcı 23	44	İskilip	Erkek	Lisans	Mdr. Yardımcısı	5000
Katılımcı 24	44	Tosya	Erkek	Yüksek Lisans	Öğretmen	4000
Katılımcı 25	30	Tosya	Erkek	Lisans	Memur	4000
Katılımcı 26	25	Tosya	Kadın	Ön Lisans	Güvenlik Görev.	2500
Katılımcı 27	37	Elazığ	Erkek	Yüksek Lisans	Öğretim Görevlisi	5500
Katılımcı 28	25	Tosya	Kadın	Lise	Resepsiyonist	2020
Katılımcı 29	43	Tosya	Erkek	Lise	Marangoz	2020
Katılımcı 30	55	Tosya	Erkek	İlkokul	Esnaf	5000
Katılımcı 31	53	Tosya	Erkek	Lisans	Öğretmen	4000

<u>Soru 1:</u> Turistlerin Tosya yöresini ziyaret etmesini sağlayacak en önemli turistik değerler olarak neleri sayabilirsiniz? Turizm faaliyetleri açısından Tosya yöresini nasıl değerlendiriyorsunuz?

Tosya ilçesinde yaşayan katılımcılar ilçede bulunun turistik değerleri genel olarak pirinç, kese, kuşak, çakı/bıçkı, yöresel yemekler, tarihi cami, ev gibi yapılar, mesire yerleri, göller, bağlar, Kültür ve Pirinç Festivali olarak sıralamışlardır. İlçe turizminin yetersiz olduğu ve geliştirilmesi gerektiği yönünde görüş bildirmişlerdir. Bazı katılımcıların cevapları aşağıdaki gibidir:

'Göller, mesire yerleri, camiler, hamamlar. Dağ ve yayla turizmi acısından elverişli olmasına rağmen değerlendirilmiyor. Ayrıca en işlek yollardan biri olan D-100 karayolu turizm hususunda değerlendirilemiyor.'

(Katılımcı 9, E, 56 yaş, Emekli Çiftçi)

'Hamamlar, yöresel ürünler ve yemekler, Dipsiz Göl, Yeşil Göl sayılabilir. Turizm değerlerimizin hak ettiği değeri görmediğini düşünüyorum.'

(Katılımcı 12, K, 38 yaş, Ev Hanımı)

'Kösen Cayırı, Kayı Köyü alabalık tesisleri, Meraş-i Abdurrahman Paşa Camii, Dipsiz Göl, bıçakçılar arastası, Osmanlı Parkı. Tosya'nın turizm alanından elde etmiş olduğu gelirin yeterli seviyede ve hak ettiği yerde olduğunu düşünmemekteyim. İlgili kişi ve kurumların turizm sektörüyle daha fazla yakından ilgilenmesi, gerekli adımların atılması ve sorumluluk almaktan çekinmemeleri gerektiğini düşünüyorum.'

(Katılımcı 21, E, 24 yaş, Askeri Personel)

'Ilgaz Anadolu'nun yüce bir dağısın dediğimiz Batı Karadeniz bölgesinde yer alan Tosya'nın turizm değerleri; ağaç sanayisi ve kendine has lezzeti ile dikkatleri çeken Akceltik, Sarıkılcık, Yaşar, Maratelli pirincinin yanı sıra dokumacılıkta dikkat çeken kese, kuşak, tela, vatka gibi değerlerini tanıtırken kendine has bağları ile ünlü ilçemizde bağ işlerinde kullanılan Tosya çakısı ilçemizin kültürel değerleridir. Kültürel değerleri korunması ve yerli, yabancı turistlere tanıtılması gerektiğini düşünüyorum.'

(Katılımcı 31, E, 53 yaş, Öğretmen)

<u>Soru 2:</u> Tosya'da tarımsal ürünler gerçek değerinde satılıyor mu?

Katılımcılar genel olarak ilçede başlıca yetiştirilen pirincin değerinin altında satıldığını düşünmektedir. Bunun yanı sıra olması gereken değerde

satıldığı ve pahalı satıldığını düşünenler de mevcuttur. Ayrıca pirinç üretiminin önceki yıllara göre giderek düşüş gösterdiği belirtilmiştir. Katılımcıların bazılarının cevapları aşağıdaki gibidir:

'Ürünlerin gerçek değerinde satıldığını ama tarımsal üretimin yeterli olmadığını düşünüyorum.'

(Katılımcı 1, E, 24 yaş, Öğrenci)

'Pirinç üretimi düşük düzeyde devam etmekte ve değerinin altında satılmaktadır.'

(Katılımcı 6, E, 25 yaş, Resepsiyonist)

'Günümüz şartlarında hayır. Piyasa değerinin üzerinde satılıyor.'

(Katılımcı 13, E, 27 yaş, Yardımcı Antrenör)

'Günümüzde tarım ürünleri üreticiliği azaldığı için farklı sektörlere kayılmış durumda. Farklı sektörlerde çalışan insanlar tarım ürünlerini ek gelir olması amacı ile az miktarda ekip satmaktadır. Bu yüzden olması gereken değer tutturulamamaktadır.'

(Katılımcı 31, E, 53 yaş Öğretmen)

<u>Soru 3:</u> Yöredeki turistik faaliyetler yerel halka yeterince katkı sağlıyor mu?

Katılımcılar genel olarak ilçede turistik faaliyetlerin yerel halk üzerinde katkısının yeterli olmadığını düşünmektedir. İlçede turistik faaliyetlerin yeterli olmaması, turizmde yeterli aktivite ve çalışma yapılmadığı kanaati ağır basmaktadır. Katılımcıların bazılarının cevapları aşağıdaki gibidir:

'Hayır sağlamıyor. Kamu kurumları ile birlikte yöre halkının daha fazla etkinlik ve sosyal aktivite yapması gerektiğini düşünüyorum.'

(Katılımcı 1, E, 24 yaş, Öğrenci)

'Dışarıdan gelen kişiler pirinç alıyor diğer unsurlara pek yönelmiyor. Bu yüzden az katkı sağlıyor.'

(Katılımcı 17, E, 25 yaş, Memur)

'Turistik değerler ve festivaller geliştirilmediği için yerel halka bir katkı sağladığı söylenemez.'

(Katılımcı19, E, 24 yaş, İşsiz)

'Turistik faaliyetler yeterli olmadığından dolayı katkı sağladığını söylemek zor.'

(Katılımcı 23, E, 44 yaş, Müdür Yardımcısı)

Soru 4: Turizmin yerel halka katkısını arttırmak için ne yapılabilir?

Katılımcıların çoğunluğu genel olarak ilçenin ve ilçedeki turistik değerlerin tanıtım ve reklam faaliyetlerinin yapılması gerektiğini, ilçede mevcut bulunan turistik değer taşıyan yapı ve alanların geliştirilmesi ve çevre düzenlemesi yapılması gerektiğini, turistik değer taşıyabilecek etkinliklerin artırılması ve müze gibi turistik değer taşıyan yapı ve alanların yapılması gerektiğini düşünmektedir. Ayrıca ilçede sıkça mevcut olan bağların geliştirilerek bağ turizminin canlandırılması gerektiğini beyan etmektedirler. Katılımcıların bazılarının cevapları aşağıdaki gibidir:

'Tescilli tarihi yapıların restorasyonları yapılmalı, eko turizme gereken önem verilmeli, Dipsiz Göl ve Yeşil Göl çevresinde tesisler oluşturulmalı ve tanıtımları yapılmalı.'

(Katılımcı 3, E, 50 yaş, Mimar)

'İlçeye müzeler kazandırılması gerekiyor. Tarihi yapıların restore edilmesi gerekiyor, ören yerlerinin bakımlı hale getirilmesi gerekiyor.'

(Katılımcı 13, E, 27 yaş, Yardımcı Antrenör)

'Tanıtım faaliyetleri arttırılmalı, teşvik edici faktörler arttırılmalı, sivil toplum kuruluşları ile iş birliği yapılmalı.'

(Katılımcı 15, E, 24 yaş, İşsiz)

'Tanıtım çalışmaları yapılmalı, insanların ilgisini çekecek faaliyetler yapılmalı, yöresel ürünler daha iyi pazarlanmalı, festivaller ve fuarlar yapılmalı.'

(Katılımcı 23, E, 44 yaş, Öğretmen-Müdür Yardımcısı)

Soru 5: Bölgeye festival zamanında yerli turist mi yabancı turist mi daha çok geliyor?

İlçede yaşayan katılımcı genel olarak festival döneminde ilçeye yerli turistin geldiğini beyan etmektedir. Bunun yanında az sayıda katılımcı festival döneminde ilçeye hiç turist gelmediğini, sadece yerel halkın ya da şehir dışında yaşayan Tosyalıların geldiği görüşünü sunmuşlardır. Katılımcıların bazılarının cevapları aşağıdaki gibidir:

'Yerli turist gelmektedir, yabancı turist hiç gelmiyor.'

(Katılımcı 29, E, 43 yaş, Marangoz)

'Hiç turist gelmiyor. Sadece yerel halk eğlenmek için festivale katılıyor.'

(Katılımcı 8, E, 60 yaş, Emekli İşletmeci)

'İlçeden göç etmiş yerli halk dışından başka yerlerden katılım olmuyor.'

(Katılımcı 27, E, 37 yaş, Öğretim Görevlisi)

'Çevre il ve ilçelerde yaşayan insanların yanı sıra gurbetçi Tosyalılar katılmakta. Dolayısı ile yerli turist gelmektedir.'

(Katılımcı 31, E, 53 yaş, Öğretmen)

Soru 6: Sizce Tosya bir turizm yöresi olarak yeterince tanınmakta mıdır?

Katılımcıların büyük çoğunluğu ilçenin bir turizm yöresi olarak yeterince tanınmadığını düşünmektedir. Ayrıca katılımcıların bir kısmı ilçenin belli başlı unsurları olan Tosya pirinci, D-100 karayolu sayesinde kısmen tanındığını savunmaktadır. Ayrıca bir kısım katılımcı Tosya'nın kendi il ve ilçeleri tarafından tanınmadığı ve etkinliklerde yer verilmediği için serzenişte bulunmuştur. Katılımcıların bazılarının cevapları aşağıdaki gibidir:

'Hayır, yeterince tanınan bir yöre değil.'

(Katılımcı 7, E, 27 yaş, Resepsiyonist)

'Hayır. Sadece pirinç üzerine yoğunluk gösterilmekte olduğu için ilçenin diğer özellikleri arka planda kalmakta.'

(Katılımcı 15, E, 24 yaş, İşsiz)

'Türk Kültür Dünyası Başkenti olan Kastamonu ilçesi Tosya kendi içinde yaşayan fertleri tarafından turist yöresi olarak değer bulmamıştır ki dışarıda yaşayan dostlarına hitap edebilsin.'

(Katılımcı 31, E, 53 yaş, Öğretmen)

Soru 7: Yörenin bilinirliğini arttırmak için neler yapılabilir?

Katılımcılar genel olarak ilçede yapılan etkinliklerin, tarihi mekân, yöresel ürünler, yiyecek-içecekler gibi turistik değerlerin tanıtımı ve reklamı

hususunda daha aktif çalışmalar yapılabileceğini, kamu-özel sektör işbirliği ayrıca sivil toplum kuruluşlarıyla da işbirliği yapılarak yörenin bilinirliğinin arttırılabileceğini düşünmektedirler. Çeşitli turizm unsurlarının canlandırılarak yapılan etkinliklerin eksik kalan tanıtımlarının harekete geçirilmesi gerektiğini düşünmektedirler. Katılımcıların bazılarının cevapları aşağıdaki gibidir:

'Ulusal reklam kampanyaları, kültürel aktiviteler ve görsel pazarlar daha da yaygınlaştırılmalıdır.'

(Katılımcı 1, E, 24 yaş, Öğrenci)

'KUZKA ve diğer ajanslarla çalışmalar yapılmalı ayrıca üniversite etkinlikleri arttırılmalı.

(Katılımcı 6, E, 25 yaş, Resepsiyonist)

'İlçede bulunan turizm değerleri tespit edilip etkin hale getirilerek turizme açılmalı ve sonrasında acılan alanların tanıtımı yapılmalı.'

(Katılımcı 8, E, 60 yaş, Emekli İşletmeci)

'Yöresel ürünler ve el sanatları ile üretilen ürünlerimizin reklamının daha aktif yapılması gerekiyor.'

(Katılımcı 11, E, 29 yaş, Orman Mühendisi)

Soru 8: Belediyeniz Sınırları İçerisinde Düzenlenen Etkinlikler Nelerdir?

Katılımcılar genel olarak ilçede geleneksel hale gelen Kültür ve Pirinç Festivalini düzenlenen etkinlik olarak belirtmektedir. Bunun yanında katılımcılar festival kapsamında gerçekleştirilen güreşler, sünnet şöleni, pilav ikramı gibi etkinliklerin yapıldığını beyan etmişlerdir. Ayrıca dini ve milli önem taşıyan günlerde de ilçede çeşitli etkinlikler yapıldığı anlaşılmaktadır. Katılımcıların bazılarının cevapları aşağıdaki gibidir:

'Milli ve dini bayramlarda düzenlenen kültürel etkinlikler, Kültür ve Pirinç Festivali'

(Katılımcı 12, K, 38 yaş, Ev Hanımı)

'Kutlu gün ve geceler, anma törenleri, festival, güreşler düzenlenmekte.'

(Katılımcı 15, E, 24 yaş, İşsiz)

'İslami acıdan önem taşıyan günlerde halka şerbet, aşure, pilav vb. yöresel lezzetlerin ikramı ve geleneksel hale gelen Kültür ve Pirinç Festivali.'

(Katılımcı 21, E, 24 yaş, Askeri Personel)

Soru 9: Konaklama için ilçede işletme bulunmakta mıdır? Varsa kaç adet olduğunu söyler misiniz?

Katılımcılar ilçede yeterli sayıda konaklama işletmesinin olduğunu belirtmekle birlikte ortalama ilçede 5-6 adet işletme olduğunu belirtmektedirler. Katılımcıların bazılarının cevapları aşağıdaki gibidir:

'İlçede yeterince konaklama işletmesi bulunmaktadır. Bildiğim kadarıyla 6 adet otel statüsünde işletme vardır.'

(Katılımcı 1, E, 24 yaş, Öğrenci)

'Evet, 6 tane otel var.'

(Katılımcı 8, E, 60 yaş, Emekli İşletmeci)

'5-6 tane var.'

(Katılımcı 23, E, 44 yaş, Öğretmen-Müdür Yardımcısı)

Soru 10: İlçeye etkinlikler için gelen ziyaretçilerin; yöresel ürünler, hediyelik eşya vb. alabilecekleri yerler bulunmakta mıdır? Var ise neler satılmaktadır?

Katılımcılar ilçede yöresel ürünlerin satıldığı yerlerin olduğunu fakat yeterli sayıda olmadığını düşünmektedirler. Bu alanlarda ise ilçeyle özdeşleşmiş olan pirinç, kese, kuşak ve Tosya bıçkısı/çakısı satıldığı cevabı sıklıkla alınmıştır. Katılımcıların bazılarının cevapları aşağıdaki gibidir:

'Sınırlı sayıda vardır. Kese, kuşak, pirinç, çakı gibi ürünler satılmaktadır.'

(Katılımcı 4, E, 42 yaş, İşçi)

'Bıçakçılar arastası ve bakırcılar çarşısında Tosya'nın kültürünü anlatan değerler için bilinen başlıca ürünler satılmakta.'

(Katılımcı 18, E, 25 yaş, Din Görevlisi)

'Kısmen var olduğu söylenebilir ama derli toplu bir halde değil. Pirinç, çakı, kese, kuşak, ahşap ürünleri.'

(Katılımcı 22, E, 32 yaş, Öğretmen)

<u>Soru 11:</u> İlçenizde düzenlenen etkinlikler için yerel yönetimler ne tür aktiviteler yapıyor?

Katılımcıların bir kısmı yerel yönetimlerin yetersiz derecede aktivite yaptığını veya aktivite yapmadığını belirtmiştir. Yerel yönetimlerin aktivite yaptığını belirten katılımcılar bunların Kültür ve Pirinç Festivali ile festival kapsamında yapılan etkinlikler olduğunu ayrıca fuar ve stant çalışmaları olduğunu aktarmışlardır. Katılımcıların bazılarının cevapları aşağıdaki gibidir:

'Fuarlarda tanıtımlar yapılıyor bunun yanı sıra Tosya Pirinci ve Tosya Bıçkısı için Coğrafi Mahreç İşareti alındı.'

(Katılımcı 3, E, 50 yaş, Mimar)

'Yerel yönetimler turizm acısından yetersiz kalıyor.'

(Katılımcı 6, E, 25 yaş, Resepsiyonist)

'Festivalde satış yapmak isteyenlere stant kiralıyor yöresel ürünler satılıyor, konserler yapılıyor, güreş, sünnet ve pilav ikramı yapılıyor.'

(Katılımcı 12, K, 38 yaş, Ev Hanımı)

<u>Soru 12:</u>Etkinlikler yerel halka ekonomik anlamda katkı sağlamakta mıdır?

Katılımcılar genel olarak etkinliklerin yerel halka beklenen yeterli katkının sağlandığını düşünmemektedirler. Kısmen katkı sağladığını düşünen katılımcılar dışarıdan gelenlerin konaklama gibi girilen ilişkiler sonucu olduğunu yerel katılımcıların ise etkinliklerin yapıldığı alan çevresinde ihtiyaçları doğrultusunda yapılan ticaret ile katkı sağladığını aktarmaktadırlar. Katılımcıların bazılarının cevapları aşağıdaki gibidir:

'Hayır. Sadece festival yapılan alanın etrafındaki esnaf kazanç sağlamaktadır.'

(Katılımcı 4, E, 42 yaş, İşçi)

'Yapılan etkinlikler kısıtlı imkân ve kısıtlı şekilde gerçekleştirildiği için istenilen düzeyde ekonomik gelir elde edilemiyor.'

(Katılımcı 21, E, 24 yaş, Askeri Personel)

'Festival süresi boyunca ilçeye gelenlerin otelde kalması, lokantada yiyip içmesi, hediyelik eşya alması, pirinç gibi ürünler alması ile yerel halka ekonomik katkı sağlar.'

(Katılımcı 31, E, 53 yaş, Öğretmen)

Soru 13: Festival sayesinde ilçemizin tanınırlığı artmakta mıdır?

Katılımcılar festivalin ilçe tanınırlığını genel olarak kısmen etkilediğini belirtmektedirler. Bazı katılımcılar hiç katkı sağlamadığını düşünürken bazı katılımcılar da ilçenin tanınmasında yardımcı olduğunu düşünmektedir. Katılımcıların bazılarının cevapları aşağıdaki gibidir:

'Hayır. Zaten festivali bilen kişiler geliyor.'

(Katılımcı 13, E, 27 yaş, Yardımcı Antrenör)

'Festival eskisi gibi düzenli olarak yapılmamaktadır. Son dönemde yapılan festivallerde 'yapıldı' söylemini yerine getirmek için gerçekleştirilmektedir. Bu yüzden mevcut tanınırlık da azalmaktadır.'

(Katılımcı 16, E, 24 yaş, Sağlık Teknikeri)

'Farklı yerlerde yaşayan insanların Tosya'yı tanımasının yanında daha önceki senelerde başka yerlere göç eden gurbetçilerin çocuklarının da ata topraklarını tanıması sağlanmaktadır.'

(Katılımcı 31, E, 53 yaş, Öğretmen)

Soru 14: Tosya ilçesini turizm anlamında neler geliştirebilir?

Katılımcılar genel olarak ilçede bulunan turizm değerleri olan tarihi yapılar ve doğal alanların geliştirilmesi ve düzenlenmesi gerektiğini, turistlerin ilgisini çekebilecek projelerin hayata geçirilmesini, coğrafi olarak doğa ile iç içe olan ilçede doğa sporları ve eko turizmin geliştirilmesini, bağların turizme açılmasını, hobi bahçelerinin oluşturulmasını düşünmektedir. Ayrıca ilçede alt yapı çalışmasının yapılması gerektiği, turizm kültürünün oluşturulması gerektiği, turizm değeri arz eden her şeyin korunması gerektiği korunması ve canlandırılması gerektiği anlaşılmaktadır. Katılımcıların bazılarının cevapları aşağıdaki gibidir:

'Kastamonu ilinin %70'i ormanlarla kaplıdır. Tosya'ya da aynı şekilde orman ve yayla turizmine destek ve önem verilmelidir. Dağ sporları için gerekli alan ve alt yapılar oluşturulmalıdır ayrıca yaylalarda insanlara rekreatif olanaklar sağlanmalıdır.'

(Katılımcı 1, E, 24 yaş, Öğrenci)

'Bağ, bahçe gibi eko turizm geliştirilmeli, Dipsiz Göl ve Yeşil Göl'e yatırımlar arttırılmalı, spor turizmi, sağlık turizmi potansiyeli ortaya çıkarılmalı, teşhir alanları kurulmalıdır.'

(Katılımcı 3, E, 50 yaş, Mimar)

'Yeşil alanların çevre düzenlemeleri yapılmalı. Mesela seyirlik alanlar var; çarsıdan bu seyirlik alanlara teleferik yapılabilir ve seyirlik alanlara insanların gidebileceği cay bahçeleri gibi işletmeler kurulabilir.'

(Katılımcı 7, E, 27 yaş, Resepsiyonist)

'Turizm kültürü ve alt yapı geliştirilmeli, el sanatları ürünleri çeşitlendirilmeli, D 100 kara yolu çevresinde yöresel ürünlerin satıldığı alanlar oluşturulmalı, ilçenin tarihini, kültürünü yansıtan müze açılmalı, Yeşil Göl, Dipsiz Göl ve Devrez Vadisi düzenlenmeli, kampingler doğa yürüyüş ve bisiklet yolları yapılmalıdır.'

(Katılımcı 8, E, 60 Yaş, Emekli İşletmeci)

'Hobi bahçeleri, doğa turizmi, doğa sporları geliştirilebilir.'

(Katılımcı 11, E, 29 yaş, Orman Mühendisi)

SONUÇ VE ÖNERİLER

Her destinasyonda olduğu gibi Tosya ilçesinin de turizme ve turistlere hitap edecek unsurlar olduğu ortaya çıkmaktadır. İlce genellikle doğal alanları, kültürel ve tarihi mimari yapıları, yöreye özgü ürünleri ile turizm potansiyeline sahiptir. Ayrıca ilçede gerçekleştirilen Kültür ve Pirinç Festivali de turizme hizmet edecek potansiyeldedir. Tosya'da başlıca turistik çekiciliğe sahip unsurların Mer'aş-i Abdurrahman Paşa Camii, konaklar, bağ evleri (gümeleler), hamamlar, Dipsiz Göl, Yeşil Göl, mesire yerleri, yöresel yiyecek-içecekleri, pirinç, tiftik kesesi, kuşağı, çakı/bıçkı olduğu anlaşılmaktadır. İlçedeki turistik çekiciliğe sahip alan ve ürünlerin tanıtımının yapılması hususunda çalışmaların daha etkin şekilde yapılması ve geniş kitlelere yayılması gerekmektedir. Doğal alanların çevre düzenlemelerinin yapılması, tarihi ve kültürel değer taşıyan yapıların bakım, restorasyon gibi çalışmalarının yapılarak turizm için daha elverişli hale getirilmesi gerekmektedir. Yapılan araştırmada Tosya pirinci ve bıçkısı üzerine patent çalışmalarının yapılmış olduğu ve özellikle Tosya pirincinin değeri ve bilinirliğini arttırmak için çalışmalar yapıldığı anlaşılmıştır. Yapılan bu çalışmalara istinaden turistik ürün niteliği taşıyan bu ürünler üzerine tanıtım ve pazarlama çalışmaları geliştirilmelidir.

Tarımsal ürünlerin fiyatları mevsimlere göre değişkenlik göstermektedir. Ayrıca tarımsal ürünlerin fiyatlarını etkileyen faktörlerden biri de üretimin azalmasıdır. Yerel yönetimler tarafından ilçede başta Tosya pirinci olmak üzere tarımsal ürünlerin üretimine yönelik teşvikler yapılmalı ve ürünlerin satışında ortalama fiyatlar belirlenerek ticareti sağlanmalıdır. Araştırmada katılımcıların tarımsal ürünlerde ki düşünce farklılığı ürünlerin farklı yer ve dönemlerde farklı fiyatlarda satıldığını göstermektedir.

Yapılan araştırmada Tosya'da turistik faaliyetlerin yetersiz kaldığı ve bu nedenle turizmin yerel halka olan katkısının önemli bir yere sahip olmadığı ortaya çıkmıştır. Yerel yönetimlerin ilçede gerekli alt yapı çalışmalarını yaparak destinasyon pazarlaması üzerine çalışmalar yapması gerekmektedir. Ayrıca ilçede gerçekleştirilen festival gibi farklı etkinliklerin çoğaltılarak etkinlik çeşitliliğinin artırılması ilçenin çekiciliğini artırarak turistlerin gelmesini sağlanacaktır. Böylece ilçeye gelen turistler yerel halka katkı sağlar ve turizm sektöründe istihdam oranı artış gösterir.

Araştırmada Tosya'da gerçekleştirilen Kültür ve Pirinç Festivali'ne katılan turist çeşitliliğinin artırılması için çalışmalar yapılması gerekmektedir. Festival bünyesinde daha ses getirecek aktiviteler yapılarak kısa vadede ulusal anlamda uzun vadede uluslararası anlamda cazibeyi oluşturacak çalışmalar yapılması gerekmektedir. Bu tür etkinliklerin hayata geçirilmesi planlandıktan sonra tanıtım ve reklam çalışmaları yapılmalıdır. Bu tür büyük çaplı bir organizasyonun ses getirmesi için etkinlik öncesi, etkinlik anında ve etkinlik sonrasında kitle iletişim araçları en iyi şekilde değerlendirilmelidir. Ayrıca bu tür organizasyonlara fuarlar da eklenebilir. İlce de ahşap sanayii oldukça yaygındır ve ilce halkının çoğu ahşap sektöründe çalışarak geçimini sağlamaktadır, kırsal alanların geniş yer aldığı ilçede ulusala hitap edecek ahşap fuarı, tarım fuarı veya kültürel anlamda kitap fuarı gibi fuarlar tertip edilerek ilçedeki etkinlikler çoğaltılır ve daha çok turistin gelmesini sağlar.

Tosya turizm anlamın yeterince tanınırlığa sahip değildir. Yeterli tanınırlığa erişmesini sağlamak için daha önce bahsettiğimiz reklam ve tanıtım çalışmalarının yanı sıra ilce sınırlarından geçmekte olan D-100 karayolu etkin bir şekilde kullanılmalıdır. Karayolunda bulunan ilce güzergahına çeşitli stantlar kurulabilir ve ilçedeki turistik değerler ve ürünlerin afişleri yerleştirilebilir. Ayrıca bağlı olduğu il ve ilçelerde gerçekleşen organizasyonlara paydaş olarak katılarak hem etkinlik sayısını artırıp hem de tanınırlığını artırmaya yönelik çalışmalar yapılabilir.

İlçede bulunan konaklama işletmeleri günümüzde yeterli sayıda olduğu söylenebilir. Fakat konaklama tesislerinde çeşitli alanlarda eksikler bulunmaktadır. Bu eksikler işletmelerin yıldız sayılarında da kendini

göstermektedir. Konaklama tesislerine spor alanları, havuz hamam ve toplantı salonları eklenerek geliştirilebilir. Böylece işletmelerin yıldız sayılarında da artış sağlanarak daha kaliteli hizmet sağlanacaktır.

İlçede turistik ürünlerin satışı için uygun toplu bir alan bulunduğu söylenemez. İlçeyi temsil eden pirinç, kese, kuşak, çakı/bıçkı, kıstı gibi ürünlerin satılacağı bir alan geliştirilmelidir. Ürünlerin toplu bir alanda satılması turistlerin ulaşa bilirliği acısından kolaylık sağlayacaktır. Bunun için tarihi anlamda değer katan bir alan restore edilerek yerel yönetimlerin alt ve üst yapı çalışmaları ile kazandırılabilir. Bu denli otantik bir alan oluşturulması turistlerin ilgisini daha çok çekecektir.

İlce turizminin geliştirilmesi için öncelikle yerel yönetimler, sivil toplum kuruluşları ve yerel halk gerekli çalışmaları yapmalıdır. İlce bulunduğu konum gereğince bolca kırsal alana sahiptir ve ayrıca köklü bir tarihe sahip olan Tosya'nın kültürel ve tarihi değerlerine yönelik proje çalışmaları yapılarak turizme kazandırılmalıdır. İlçede bulunan Dipsiz Göl ve Yeşil Göl etrafında insanların vakit geçirebileceği sosyal ve rekreatif alanlar yapılmalıdır. Bu tür doğal güzelliğe sahip alanlara ulaşım kolaylaştırılarak ziyaretçi sayısı arttırılabilir. Mevcut olan kırsal alanlarının değerlendirilmesi için ilçede doğa sporları düzenlenebilir. Doğa sporları ile ilgilenen federasyonlara gerekli başvurular yapılıp yerel yönetimlerin gerekli alt yapı çalışmalarının yapması gerekmektedir. Ayrıca ilçede çok sayıda bulunan bağ evleri değerlendirilerek bağ turizmi canlandırılarak hobi bahçeleri oluşturulabilir. İlçedeki tarihi ve kültürel yapıların etrafına bilgilendirme amacı ile görevli ya da çeşitli materyaller kullanılabilir. İlçede büyük bir eksik olarak görülen Tosya tarihini anlatan bir müze yapılmalıdır. Yerel halka turizm kültürü ve bilgisi aşılanmalı gerekli seminer, konferans gibi çalışmalar düzenlenmelidir. İlçede yaşayan yerel halka turizmin katkıları anlatılarak gerekli teşvikler sağlanmalıdır.

KAYNAKÇA

Aktaş, A. (2002), Turizm İşletmeciliği ve Yönetimi, Antalya: Azim Matbaa Fatih Ofset San. Tic. Ltd. Şti.

Çeken, H., Dalgın, T. & Çakır, N. (2012). "Bir Alternatif Turizm Türü Olarak Kırsal Turizmin Gelişimini Etkileyen Faktörler ve Kırsal Turizmin Etkileri". Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi. 2 (2): 11-16.

European Commission (EC) (1999). Towards Quality Rural Tourism, Enterprise Directorate General, Brussels: Tourism Unit.

Kastamonu Valiliği http://kastamonu.gov.tr/. Erişim tarihi: 25.04.2019

Kastamonu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü: http://www.kastamonukultur.gov.tr/. Erişim tarihi: 28.04.2019

Tosya Belediyesi: https://www.tosya.bel.tr/. Erişim tarihi: 25.04.2019

MODERN BİLİMİN EPİSTEMOLOJİSİ

Erdal İSBİR[1]

1 Dr., Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi, Felsefe Bölümü, erdalisbir@gmail.com; eisbir@adu.edu.tr

MODERN BİLİMİN EPİSTEMOLOJİSİ

Erdal İSBİR[1]

GİRİŞ

Skolastik düşünceden bilimsel düşünceye geçiş, uzun ve zor bir süreç olmuştur. Reform ve Rönesans dönemi bütünüyle bu zorlu geçişin izlerini taşır. Bir yandan rasyonel bilginin artması ve yaygınlaşması, diğer yandan bazı bilgilerin inançtan kaynaklanan önyargılarla reddedilmesi, aynı entelektüel zihinde var olabiliyordu. Cusanus'un bir yanda bilgiye ve akla güven duyarken diğer yandan skolastik dogmalara bağlı olması buna örnektir. Bu bağlılığına rağmen Cusanus, skolastiği sarsan ve bilgisel bir kuşkuculuk yaratan bir iç darbedir. Matematiğe tutkun olan Cusanus için, sayılar, şeyleri karşılaştırmayı sağlar. Ancak her karşılaştırma bir uyumla sonuçlanır. Bu da sayısal bir orandır (Boas, 1962, s.45). Pythagorasçı bu bakış açısı, matematiği artık nicelikleri ölçen bir bilim olmaktan çıkarıp sonsuz olanın bilimi olarak kabul eder. Çünkü nicelikler arasında sonsuz sayıda oran kurulabilir. Bu düşünce, matematiği artık salt bir ölçüm aracı olmaktan çıkarıp sonsuzun bilimine dönüştürür.

Cusanus'a göre matematiğin ışığıyla evrene baktığımızda üç ilke görürüz: *yeterlilik*, *edim*, *devinim*. Varlıkları birbirine bağlı olan bu ilkeler, "çeşitli derecelerle de olsa" her şeyde bulunurlar. Yıldızların devinimleri düşünüldüğünde, Dünya'nın da bir devinime sahip olması gerektiği anlaşılır. Çünkü "Dünya'nın toprağa, havaya, ateşe ya da başka bir şeye, durağan bir merkez üzerinden sahip olması imkânsız görünür" (Nicolaus de Cusa, 1954). Cusanus'un bu çıkarımı, Dünya'nın ne merkezi ne de çevresi olduğu kabulüyle devam eder ve yine Dünya'nın "herhangi bir kürenin" merkezi olamayacağı düşüncesiyle sonuçlanır. Cusanus'un matematiksel bir akıl yürütmeyle vardığı bu sonuç, skolastik düşüncenin dünya görüşüne ilişkin bir kuşku uyandırır ve "öğrenilmiş bilgisizlik" dediği skolastik düşünceyi sarsar. Buna rağmen Cusanus'un matematiksel çıkarımlarının arkasında teolojik kaygılar olduğundan, onun matematiği bütünüyle bir yenilik anlamına gelmez (Koyre, 2004. ss.7-8). Onun evren hakkında dile getirdiği matematiksel bilgiler, biraz da bu nedenle ve henüz deneyle doğrulanmış olmadığından bir kuram olarak kabul edilmez.

Katolik kilisesinin bilgi üzerindeki otoritesinin, Protestan bir başkaldırıyla sınırlanması Rönesans dönemi için belli belirsiz bir hoşgörü ortamı yaratır. Cusanus'un başlattığı sarsıntı ve kuşku, bu ortam içerisinde yeni sorgulamalara ön ayak olur. Örneğin Leonardo Da Vinci, Nuh Tufanı hak-

1 Dr., Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi, Felsefe Bölümü, erdalisbir@gmail.com; eisbir@adu.edu.tr

kında konuşurken, Dünya'nın durağan oluşu kabul edildiğinde, tufan sonrası suların nereye çekildiği konusunda şüpheci sorular sorar (Da Vinci, 2008, ss.17-30). Da Vinci'nin Dünya'nın "durağanlığı" ya da "devinimi" ile "suların hareketi" arasındaki ilişkiye dair bu sorulara verdiği yanıtlar sistemli değildir. Buna rağmen, onun soruları ve yanıtları astronomi konusunda Copernicus'u, fizik konusunda da Galileo ve Newton'u önceler. Bilimsel gelişmenin neden öncelikle astronomi alanında olduğuysa, şöyle açıklanabilir. Skolastik düşüncesinin arkasındaki Aristotelesçi mantığın sarsılması, bilimsel düşüncenin yönteminin ne olması gerektiği konusunda bir boşluk yaratır. Bu nedenle Rönesans döneminin hiçbir düşünürü, düşüncelerini mantıksal bir sistem içine yerleştiremez. Aristotelesçi mantığın ve ontolojinin sarsıldığı bu dönemde, geçmişten gelen bilgi birikiminin çok fazla olduğu alanlarda gelişme yaşanması boşuna değildir (Cohen, 2015, ss.102-122). İşte Copernicus ve Galileo'nun astronomideki başarıları bu muazzam bilgi birikiminin ve Rönesans'ta başlayan kuşkucu sarsıntının sonucudur.

Yöntem Sorunu

Matematikle doğrulanan bir olgunun, gözlenen olguya uymaması, Cusanus'un çıkarımlarındaki sorundur. Modern bilimin gelişim serüveninde matematik ile gözlem nasıl uyumlu hale gelmiştir? Copernicus ile Galileo'nun başarısı da buradadır. Copernicus gözlemi öne çıkarırken (Boas, 1962, s.69); Galileo matematiksel akıl yürütmeler ile gözlemi ilişkilendirir. Ancak bu iki bilim insanı da bu iki öğeyi "sistematik bir yöntem" içinde uyuşturmayı başaramaz. Bilimin yöntemini belirlemekten ziyade, bilim yapan Copernicus ile Galileo'nun çalışma biçimlerini, bilimin yöntemi olarak bir prosedüre dönüştüren Bacon ve bu prosedürü başaralı bir şekilde uygulayan Newton olmuştur (Cohen, 2015, ss.241-244).

Copernicus'a göre, "merkezin devinimsiz olduğunun ve merkeze yakın olan parçanın daha yavaş devindiğinin ileri sürülmesi Dünya'nın evrenin ortasında devinimsiz durduğunun kanıtı" olmaz (Copernicus, 2002, s.31). Doğrudan bir gözlemin sonucu olan bu durum, olsa olsa bir küre biçiminde olan Dünya'nın kutuplarının "daha az devindiğini" kanıtlar. Küçük Ayı, Kartal, Köpek Yıldızı gibi yıldız takımlarının hareketlerine dair sistematik gözlemlerini buna kanıt olarak sunan Copernicus, Dünya'nın "bir merkez noktası değil, bir cisim olarak var olduğu" için çember biçiminde bir yörüngeye sahip olduğunu söyler (Copernicus, 2002, s.32). Dünya'yı merkezde ve devinimsiz tasarlayan skolastik dünya görüşü, Copernicus'un bu sistemli gözlemleri sonucunda sarsılır (Boas, 1962, s.73). Cusanus bile, ağırlığı temel aldığında, Dünya'nın merkezde bulunmasını bir zorunluluk olarak görüyordu. Oysa Copernicus'a göre, "Dünya'nın döndüğü görüşün-

de olunursa", cisimlerin ağırlıklarına göre düşmesinin "zora bağlı bir devinim değil, doğaya bağlı bir devim olduğu" anlaşılır (Copernicus, 2002, s.34). Diğer bir deyişle, cisimlerin ağılıkları gereği yere düşmeleri, toprağın onları kendine çekmesinden değil, cisimlerin ağırlıklarına göre bir yörüngede devinmelerindendir. Fiziğe ilgi duymayan Copernicus, cisimlerin neden yere düştüğünü açıklamaz (Boas, 1962, ss.88-89). Bunu açıklama başarısı daha sonra Newton'un olur.

Hareketin nedeni tartışmasını fizikçilere bırakan Copernicus, Dünya'nın "küre biçimli bir yüzeyle sınırlandığını" düşünür ve okurlarını, "sınırı bilinmeyen ve bilinmeyecek olan tüm evrenin kayıyor olması yerine", doğası gereği "Dünya'nın devinimini kabul etme" cesaretini göstermeye çağırır (Copernicus, 2002, s.35). Dünyanın devinimini kabul eden Copernicus'un hipotezi, Güneş'in devinimsiz merkezde olduğunu kabul eder (Copernicus, 2002, s.38). Bu kabulle, Copernicus, gezegenlerin yörüngelerinde bir düzensizlik değil, bir düzen olduğunu başarılı bir şekilde açıklar (Copernicus, 2002, ss.39-48).

Bilimlerin değerini, ele aldıkları konu belirliyorsa eğer, Copernicus'a göre "kimilerinin astronomi, kimilerinin astroloji, eksilerinin çoğunun yüksek matematik dediği bilim açık farkla en yüksek yeri alacaktır". Bu "Tanrısal bilimin" zorluğu, "Yunanlıların *hypotez* dediği" ilkelerin farklı görüşlere ve hesaplamalara dayanmalarıdır. Bu zorluğun kendisi için de geçerli olduğunun farkında olan Copernicus, geniş bir araştırma yapması gerektiğini itiraf eder (Copernicus, 2002, ss.21-23). Copernicus, kendisinin izleyeceği yolu tarif ederken, bilimin geçmişin yanlış da olsa bilgi birikimine dayandığını ima eder. Bu nedenle kendi hipotezini, önceki hipotezlerle karşılaştırmayı sağlayacak çok fazla olgu toplaması gerektiğini kabul eder. Copernicus'un bunu yaparken kullandığı şey, sistemli gözlemdir. O bu gözlemlerden elde ettiği sonuçları, kendi hipotezini kanıtlamak için önceki hipotezlerle karşılaştırır ve onların yanıtlayamadığı soruları yanıtlamaya çalışır. İşte bu "sistemli gözlem" Copernicus'un modern bilimin yöntemine yaptığı katkıdır. Yine de hipotezi doğrulayacak yöntemsel araç henüz eksiktir.

Bir hipotezi doğrulayan ölçme aracının geliştirilmesi konusunda asıl başarı Galileo'nundur (Hall, 1963, ss.34-35). Modern bir gözlem aracı olarak ilk teleskobu icat eden Galileo'nun dehasının önemi, aslında modern bir ölçüm aracını üretmiş olmasında yatar (Swerdlow, 1998, ss.265-267). Elbette, Galileo'nun gözlem ile matematiksel akıl yürütmeyi birleştiren çalışma biçimi, sadece astronomiyle sınırlı değildir. Fiziği de bugünkü anlamda bir bilime dönüştüren Galileo'nun bu çalışma biçimidir. Bu başarılarına rağmen Galileo'nun çalışma biçimini tanımlamak konusunda bilim tarihçileri arasında bir farklılık söz konusudur. Örneğin, Koyre, Galileo'yu

deneyci kabul ederken (Koyre, 2004, ss.65-66); Santillana, "katı bir usçu olarak" tanımlar (Santillana, 2006, s.229). Aslında bu farklılığın nedeni de anlaşılır bir durumdur. Çünkü Galileo için gözlem, sistemli bir deneydir ve "en iyi deney", bir ayna gibi araştırmacıyı doğanın karşısına yerleştirir. Araştırmacı, doğanın dilini bilmiyorsa eğer, onunla konuşamaz. Doğanın dili ise, matematik ve geometridir (Hall, 1963, ss.78-102). Bu nedenle, deneyin verileri ancak matematiksel akıl yürütmelerle anlaşılabilir. Her ne kadar en iyi fiziğin akılla yapılacağını düşünüp zorunlu olmadıkça deney yapmaktan kaçınsa da, açıktır Galileo, deney ile matematiksel akıl yürütmeleri başarılı bir şeklide birleştirir. Onun bazen kaçındığı bir şey olsa da matematiksel akıl yürütmeleri doğrulamak için deneye başvurmak zorunda kalır. Bilim tarihçileri arasındaki farklılığın nedeni de Galileo'nun bu tavrıdır.

Galileo deney ve matematiksel akıl yürütmeleri, insan aklının içsel ve dışsal biçimleri olarak tarif eder. Deney aklın dışsallığını ifade eder. Burada zihin, nesnelerin düşünülür sonsuz özellikleriyle karşı karşıyadır ve bu nedenle aslında, "sonsuzluk karşısında bir hiçtir". Zihin içsel yönden önermeleri tam olarak kavrar. Galileo'nun ilahi bilgelik dediği bu alan, matematiğin, aritmetiğin, geometrinin alanıdır. "Matematiksel akıl yürütmelerle elde edilen bilgi", "İlahi Bilge'nin bilgisiyle aynıdır". "Ama […] Tanrı'nın, bizim sadece bir kaçını bildiğimiz önermeleri bilme biçimi, elbette bizimkinden daha mükemmeldir; bizim bilme biçimimiz tümevarımla başalar ve sonuçtan sonuca geçer. Oysa onunki tek bir düşünmede ya da sezgide olup biter" (Galileo, 1967, s.103). Buna göre insanın kavrayış yeteneği, doğal olguların önce en basit yönlerini tanımlar ve onlardan hareketle daha karmaşık tanımlara gider. İnsanın deney ve matematiksel akıl yürütmeyi içeren bu bilme biçimi, "zamansal bir tümevarımdır". İnsanın bilme biçimi, "zahmetle ve aşama aşama ilerleyerek, bir ışık gibi İlahi zihinden geçer". Bu yönüyle insan zihni doğanın sırrını kavrayacak bir güçtedir ve bu bakımdan Tanrı'nın "en mükemmel eseridir" (Galileo, 1967, s.104).

Kuşkusuz Galileo, insan zihninin çalışma biçimini, bilimin sistematik bir yöntemi olarak dile getirmez. Galileo'nun çağında fizik ve hatta astronominin de felsefeden henüz tam ayrılmadığı düşünüldüğünde, onun derdinin bilim için sistematik bir yöntem ortaya koymak değil de geleneksel bilme biçimini eleştirmek olduğu görülür. Galileo, sistematik bir yöntem ortaya koymasa da tarif ettiği çalışma ve çalışmalarında kullandığı bilme biçimi, modern bilimin yönteminin kökenidir (Hall, 1963, s.105). Bu bilme biçimi, sıradan bir gözlemin heyecanıyla başlar, matematiksel varsayımlarla ilerler ve nihayetinde düzenli bir deneyle matematiksel varsayımlar doğrulanır. Duyudan hareket eden gözlemlerle kendisini sınırlama-

yan Galileo, Copernicus'ta "kendisini şaşırtan şeyin" bu olduğunu söyler (Galileo, 1967, s.328). Çünkü duyuların bir sınırı vardır. Özellikle yaptığı teleskopla duyuların sınırını çok iyi fark eden Galileo, ölçme araçları geliştirerek bu sınırları aşar. Matematiğin ve geometrinin doğanın fiziksel gerçekliğinin dili olarak kabul edilmesi, modern bilimin duyularla sınırlı olamayacağını gösterir. Çünkü fiziksel doğa, duyulur niteliklerden değil matematiksel niceliklerden oluşur. Bu nedenle onu anlamının yolu, duyuların ötesine geçen matematiksel akıl yürütmeler olabilir. Böylece Galileo, Copernicus'un başlattığı sarsıntıdan hareketle, evreni duyulur niteliklerin toplamı olarak kavrayan skolastik düşünceye ölümcül darbeyi indirir. Yine de modern bilimin gelişimi, Galileo'da bile henüz ilk aşamalarındadır. Galileo'nun skolastik düşünceye indirdiği darbe, geleneksel düşüncelere dair derin bir kuşku yaratır. "Kesinlik" arayışı da bu kuşkuculuğa eklenince, Galileo'nun neden modern bilimin öncüsü olduğu anlaşılır.

Geleneksel felsefi düşüncenin sarsılması ve yıkılması, bilgi konusunda bir şüphe yaratır (Walsh, 2005). Bu da hemen akla Bacon ve Descartes'i getirir. Çünkü her iki düşünür de şüphe duyulmayacak kesin bilgiye ulaşmanın doğru yöntemini arar. Böylece modern bilimin sistematik yöntem boşluğu, doldurulmuş olur (Boas, 1962, ss.238-241). Peki, bu yöntemin epistemolojik bağlamı nedir? Bilim ve felsefe için "sağlam ve kalıcı bir yapı" kurmak isteyen Descartes, "yaşamında daha önce inanmış olduğu bütün kanıtlardan" kuşku duyarak onları yeniden temellendirmek ister (Descartes, 1003, ss.9-10). Kendisine öğretilen şeylere güvenmemesi gerektiğinin farkına varan Descartes, aklın ortaya koyduğu bilgilerin "daha mükemmel ve sağlam" olduğunu düşünür (Descartes, 2003, ss.9-10). Dolayısıyla Descartes'ın yöntemi, aklın nasıl kullanılması gerektiğine ilişkindir. Ancak bu yöntem, kendi deyimiyle "genel bir yöntem" değil (Descartes, 2003, s.5), sadece onun kendi aklını nasıl kullandığını belirten bir dizgedir. Bilim ve felsefe için genel bir kurallar bütünlüğü olarak dile getirmese de Descartes'in tarif ettiği yöntem, Galileo'nun düşünme biçimindeki matematiksel akıl yürütme aşamasını tarif eder.

Descartes için geometri şekillerle, cebir sayılarla sınırlıdır. Bu nedenle ikisi de aklın kavramsal düşünme biçimini, "karışık ve karanlık bir sanata" dönüştürmüştür. Doğru düşünmenin yöntemi, şekillerin karmaşıklığını ve sayıların sonsuz karanlığını birleştirmelidir. İşte geometri ve cebiri birleştiren bu yöntem, bugün analitik geometri olarak bilinen matematiksel bir mantıktır. Descartes'e göre mantığın sayısız kuralından ziyade, bu yöntem, "her durumda uyulması gereken dört ilkeye dayanır": a) açıkça kavramadığın hiçbir şeyi doğru olarak kabul etme, b) incelediğin konuyu, mümkün olduğu kadar bölümlere ayır, c) en basit ve kavraması en kolay şeylerden başlayarak en bileşik şeylerin bilgisine yavaş yavaş yüksel, d) hiçbir şeyi

atlamadığına emin olmak için eksiksiz sayımlar ve genel kontroller yap (Descartes, 2003, s.14). Descartes'in kendi düşünme biçimi için saydığı bu kurallar, dikkatle bakılırsa, Galileo'nun düşünme biçiminin rasyonel yönünü tarif eder. Aklı "acele karar vermekten alıkoyan" ve "kendisinden şüphe edilmeyen açık ve seçik bilgiye" ulaşmayı öğütleyen ilk ilke, Galileo'nun "aklı duyuların boyunduruğundan kurtarma" çağrısıdır. Descartes'in sıraladığı sonraki üç ilke de Galileo'nun "aklın yavaş yavaş ve aşamalı çalışması, önce basit şeyleri tanımlaması, sonra bu tanımlardan daha karmaşık olanlara geçmesi gerektiği" biçiminde tarif ettiği düşünme tarzına işaret eder.

Doğru düşünmenin genel kurallarını dile getirmediğini açıkça ifade eden Descartes'e göre, bilim ve felsefe alanında hata, insan zihnin eksikliğinden kaynaklanır. Ancak bu, "saf bir yoksunluk değil" (Descartes, 2003, s.95), bir bilgi eksikliğidir ve aklın "açık-seçik kavrayamadığı bir şey hakkında peşin hüküm vermesinden" kaynaklanır. İşte bu eksiklik, yöntemsel bir düşünmeyle aşılabilir. Descartes'in sadece kendisi için yerine getirdiği bu kurallı düşünme biçimi, modern bilim söz konusu olduğunda, sistemli ve aşamalı düşünme biçimini, mantıksal bir yönteme bağlanır. Mantıksal genel yöntem düşüncesini de Bacon'da görürüz. Nasıl ki, Descartes, Galileo'nun düşünme biçiminin matematiksel akıl yürütmelere dayanan yönünü sistematik bir yönteme dönüştürmüşse, Bacon da onun deneye dayanan yönünü sistemik ve *genel* bir yönteme dönüştürmüştür.

Bacon için deney, insan aklının "gerçek bir destekçisidir". "İnsan aklının gücünü hatalı bir şekilde takdir edip yüceltmek yerine" onun bu destekçisi araştırılmalıdır (Bacon, 2003, s.34). Bu nedenle bilim, ne sadece deneyle ne de sadece akılla sınırlanır. Bacon empiristleri karıncaya; rasyonalistleri örümceğe benzetir. Karınca sadece toplar ve kullanır; örümcekse yalnızca kendisi için bir ağ örer. Oysa gerçek bilim, arının çalışması gibidir. "Bahçe ve tarladaki çiçeklerden malzemeyi toplar ama onları seçip değiştirebilir" (Bacon, 2003, s.79). Bilimin alanı artık genişlemiştir ve ortaya çıkan yeni alanlarda, "denenmemiş yollara girişmeden", eski mantık sistemine göre bir şeyler uygulamak "çılgınca ve öz-çelişkilidir". Bu nedenle bilim için, üzerinde çalıştığı deney verisini düzenleyecek yeni bir mantık sistemi zorunludur. Töz, öz, nitelik gibi gerçeklikten soyutlanmış kavramları temel aldığından, doğanın değişen gerçekliğini açıklayamayan Aristoteles mantığı, "yeni bilimsel keşifler yapmak için" yetersiz olduğu gibi, "yanlış kavramlarla kurulmuş hataları" düzeltmek yerine güçlendirmektedir (Bacon, 2003, ss.34-35). Doğanın gerçekliğini dikkate almaksızın, akıl yürütmeleri sadece kendi içinde doğrulamaya zorlayan bu mantık sistemi artık değişmelidir (Rossi, 1968, ss.46-47).

Bilgiye ulaşmanın iki yolu vardır. İlki tikellerden, duyulur şeylerden hareket eder ve en genel aksiyomlara hızlıca ilerler. Tartışılmaz kabul edilen bu genel aksiyomlardan hareketle ara aksiyomlara iner. Bacon için her ne kadar yeni gibi görünseler de Galileo da dahil kendisinden önceki her düşünürün yaptığı budur. Oysa yeni "denenmemiş yol", "yine duyulur şeylerden hareket ederek, en genel aksiyomu keşfedinceye kadar aralıksız ve derece derece ilerler". İlk yol, aklın tembelliğinden kaynaklanıp deneye sadece dokunurken; ikinci yol, aklın sabırlı çalışmasına dayanıp, deneyi düzenli ve faydalı bir biçimde kullanır (Bacon, 2003, ss.36-37). Yalnızca ikici yol, aklın kalıplaşmış fikirlerini bir yana bırakıp doğanın gerçekliğini kavramamızı sağlar. Kuşkusunun aksine Bacon için doğa, bu doğru yöntemle bilinebilir. Bacon'ın "gerçek tümevarım" dediği bu yöntemin amacı, "sonuçlardan yeni sonuçlar" ya da deneyimlerden yeni deneyimler elde etmek değil, deneyimlerden "nedenler" türetmek ve bu nedenlerden genel aksiyomlara ulaşmaktır (Bacon, 2003, ss.90-91).

Bacon için, nasıl ki yaşamak isteyen bir beden zahmetle toprağı ekip biçmek zorundaysa, bilimle uğraşmak isteyen bir zihin de "ayinlerinde emek harcamak zorundadır" (Bacon, 2003, s.221). İşte zihnin bu ayini, doğayı anlama ve kavrama çabasıdır. Ancak doğru bir yöntemle gerçekleşen bu çaba, insanın doğa üzerinde "hâkimiyet" kurmasını sağalar. Bu öncelikle insanın doğaya boyun eğmesini gerektirir (Bacon, 2003, s.100). İnsan bunu, bilimle ve sanatla, doğaya anlamlar yükleyerek gerçekleştirebilir. Çünkü doğru bir yöntemle bilim, doğanın gerçek formunu ve onun nedenselliğini, yani "ola-gelmesinin kaynağını" belirleyebilir (Bacon, 2003, s.102). Bacon için bu yöntem bilimin genel yöntemidir. Etik ve politika da dâhil, "bütün bilimleri kapsar" (Bacon, 2003, s.98). Yöntemin genelleşmesi, Bacon için doğa felsefenin alanını genişletir ve böylece bilimlerin ayrılması ve parçalanması engellenir. Ancak bu şekilde bilim gelişebilir (Bacon, 2003, s.84).

Modern bilimin doğuşuna kök salmış ve daha sonra çokça eleştirilecek olan üç tehlike vardır. Bilimin bir egemenlik aracına dönüşmesi, bilimin genelleşmesiyle insanın başarılarının ona indirgenmesi ve insanın sadece akıllı bir varlık olarak kabul edilmesi. Bu üç durumun ilk ikisi, Bacon'ın düşüncesinde açıkça ortaya çıkar. Gerçekten de Bacon'ın düşüncesinde bilimin, "yöntem sorunu" üzerinden genelleşmesi, neredeyse sanatı bile bu yönteme indirgeyecek düzeydedir. Bacon'un bilime, doğayı anlamak dışında ona hükmetmek olarak yüklediği görev, insan yaşamı söz konusu olduğunda tehlikelerle doludur. Diğer üçüncü durum, yani aklın yüceltilmesi, Bacon'ın yöntemsel olarak sistematikleştirdiği bilimin arkasındaki epistemolojik özne-nesne sorunuyla ilgilidir. Locke, Hume ve Kant'ın yanıt aradığı bu soruna geçmeden önce, Bacon'un yöntemini uygulaya-

rak, onu bilimsel olarak kalıcılaştıran ve özellikle Kant'ın da örnek aldığı Newton ele alınmalıdır. Çünkü Locke, Hume ve Kant aslında Newton'un bilimsel başarısının arkasındaki epistemolojiyi temellendirmeye çalışırlar.

Newton'un *Doğa Felsefesinin Matematiksel İlkeleri* adıyla yayınlanan ve genel olarak *Principia* olarak adlandırılan yapıtına baktığımızda, henüz başından itibaren Bacon'un yöntemine uyduğunu görürüz. Newton önce, duyular şeyler arasındaki niceliksel ilişkileri belirleyen tanımlar yapar (Newton, 1846. ss.73-77). Madenin kütlesi, yoğunluk, merkezi kuvvet, hareket, hareketin yönü gibi, "nicel olgular" arasındaki ilişkileri belirten bu tanımlar, doğanın değişiminin yasalarını ortaya koymak için kullanılır. Gerçekten de Newton, deneyin verilerinden hareketle yaptığı tanımlardan, "hareketin yasaları" adını verdiği matematiksel aksiyomlara ulaşır. Bir cismin başka bir cisim tarafından etkilenmedikçe hareketsiz kalacağını ifade eden ilk yasa, bir cismin harekete karşı direncini ifade eden "eylemsizlik yasasıdır". "Kuvvetin ivmesi" olarak adlandırılan ikinci yasa, bir cismi etkileyen kuvvetler varsa eğer, cismin hareket edeceğini belirtir. Bu yasaya göre etkileyen kuvvet ne kadar büyükse cismin hareketi o kadar hızlı; cismin kütlesi ne kadar büyükse hareketi o kadar yavaştır. Newton'un üçünü yasası ise "en genel yasadır". Doğada her kuvvetin, her zaman iki cisim arasındaki "etkileşim" olduğunu belirten bu yasa, "kütle çekim yasasıdır". Bu yasaya göre A cismi B cismine bir kuvvet uygularsa (etki), B cismi de A cismine bir kuvvet (tepki) uygular. Cisimler arasındaki neden-etki ilişkisini gösteren bu yasa, şöyle ifade edilir: iki cisim arasındaki çekim kuvveti, iki cismin kütlelerinin çarpımıyla doğru, aralarındaki uzaklığın karesiyle ters orantılıdır (Newton, 1846, ss.83-89).

Newton, antik düşünürlerin, doğal şeyler arasındaki mekanizmi fark ettiklerini ancak bu mekanizmi, tözsel nitelikler olmaktan çıkarıp matematiksel yasalarla ilişkilendirenin modern düşünürler olduğunu söyler. Kendisinin bu modern düşünürlerden çok da uzak olmadığını gizlemeyen Newton zaten, "üç devin omuzlarından" (Copernicus, Kepler, Galileo) dünyaya baktığını itiraf eder. Kendisinden önceki düşünürlerin geometriye tutkularını hayranlıkla karşılasa da Newton için geometri, hareketin yasalarını varsayar. Çünkü geometrinin en temel kavramlarından olan çizgi, iki cisim arasındaki kütle çekim kuvvetinin belirlediği en kısa yoldur. Bu nedenle hareketin yasaları bilinmeden, geometriye de geçilemez. Newton da modern düşünürlerin birçoğu gibi, "doğayı şeylerin niceliksel toplamı" olarak kabul eder ve dile getirdiği yasaları şeyler arasındaki niceliksel ilişkileri açıklayan "en genel yasalar" olarak görür. En genel yasaya ulaşma amacını modern bilime miras bırakan Newton, kendi yasalarından hareketle bütün bir evreni açıklar (Newton, ss.511-572). Böylece Galileo ve Kepler gezegenlerin *nasıl* bir yörüngede döndüklerini açılarken, Newton

onların *neden* o yörüngede döndüklerini açıklamış olur. Yine de bu açıklamanın arkasındaki neden-etki ilkesi, felsefi olarak hala aydınlanmış değildir. Diğer bir deyişle, "zihnin iki doğal şey arasında kurduğu matematiksel ilişki nasıl oluyor da doğanın kendisine uygun düşebiliyor?" sorusu hala yanıtlanmış değildir.

Özne-Nesne Ayrımı

Bu soru, *zihnin* ile *doğa* arasındaki epistemolojik uzaklığı ya da farklılığı temel alır. Bacon ve Descartes doğru bir yöntemle bu uzaklığın giderilmese de en azından azaltılabileceğini düşünür. Çünkü Spinoza'nın dediği gibi, "doğru bir fikir, kendi nesnesine uymalıdır." Bu da zihin ile doğa arasındaki uzaklığın giderilmesini gerektirir (Spinoza, 1994, s.86). Doğu fikirse ancak doğru bir yöntemle ortaya konabilir. Dolayısıyla yöntemin uygunluğu, bilgi ile nesnesi arasındaki epistemolojik uzaklığı kapatma kabiliyetiyle ilgilidir. Newton'un başarısından sonra modern bilimin yöntemi tartışılmazdır. Peki, bu yöntemle ortaya konan bir bilgi, nasıl oluyor da nesnesine uygun olabiliyor? Bu soruya verilen her yanıt, modern bilimin doğa tasarımını belirler. Çünkü nesnenin özne karşısındaki konumu, doğanın zihin karşısındaki konumudur. Bacon bu soruya, sorunun kendisinden kaçarcasına yanıt verir. Ona göre, zihin "doğada muazzam bir düzen ve devamlılık" görür ancak bu bir kuruntudur. Çünkü "doğadaki nesneler, kendilerine özgü bir düzensizliğe sahip olmalarına rağmen", zihin "bu doğal nesneler arasında olmayan bağlantılar ve ilişkiler kurar" (Bacon, 2003, s.42). Newton'un dile getirdiği neden-etki ilkesi, zihnin kuruduğu bu bağlantılardan biridir. Peki, ama zihin bu bağlantıyı nasıl kuruyor? Bacon'da yanıt bulmayan bu soru, zihin ile doğa arasındaki epistemolojik ilişkiye ontolojik bir dayanak arar.

Özne ile nesne arasındaki ilişkiye yanıt arayan bu sorun, Descartes'le birlikte modern bilimin epistemolojik bir sorunu haline gelir. Zihin kendi dışındaki doğayı nasıl biliyor? Teolojik varsayımları olan ve hiyerarşik varlık düzenini kabul eden Descartes, bu soruna doğanın varlığından şüphe ederek yanıt vermeye çalışır. Ona göre Tanrı'nın varlığından şüphe duyan kimseler, "bedenlerinin, yeryüzünün, yıldızların ve benzer şeylerin varlığının, Tanrı'nın ve ruhun varlığından daha az kesin" olduğunu bilmelidirler (Descartes, 2003, s.26). Bu nedenle, Tanrı'nın varlığı kabul edilmedikçe, doğanın varlığına ilişkin şüphe de giderilemez (Descartes, 2003, s.27). Çünkü Tanrı varsa en mükemmel varlıktır ve en mükemmel varlık aldatmaz, bu nedenle doğanın varlığı kesindir (Descartes, 2003, s.106). Bu teolojik varsayım Descartes'in mekanizminin temelindeki kabuldür. Bu teolojik varsayıma rağmen Descartes, zihinsel ideler ile maddesel şeyler arasında rasyonel bir ilişki kurar. Spinoza ve Leibniz gibi önemli rasyona-

listlerin de vazgeçemediği bu ilişki, özne-nesne ayrımı olarak modern bilimin epistemolojisinin temel varsayımı haline gelir. "İdealların bağlantısının düzeni ile şeylerin bağlantısının düzeni aynıdır" (Spinoza, 1994, s.119) derken Spinoza, Descartes gibi, bu iki farklı düzenin Tanrı'dan kaynaklandığını, Tanrı'nın düşünme gücünün ona etki etme gücüyle aynı olduğunu", diğer bir deyişle cisimli olan her şeyin, düşünülen her şeyle aynı düzene sahip olduğunu vurgular. Dolayısıyla doğaya mekanik yapısını veren güç, etkin bir güçtür ve bu etkin güç Tanrı'dır. Tanrı kendisinin ve diğer her şeyin etkin nedenidir. Bu güç onun özünden kaynaklanır. Bu nedenle doğada var olan her şey Tanrı'nın özünün bir ifadesidir (Spinoza, 1994, s.109).

Mekanik işleyişine rağmen doğanın, sabit ve değişmez olarak kavranması, rasyonel bir varsayımdır. Şüphesiz bu varsayım, doğanın rasyonel bir düzene sahip olduğu kabulüne dayanır. Zihinsel ideler düzeni ile doğal nesneler düzenin aynı olması, zihnin ortaya koyduğu bir yasanın, nasıl oluyor da doğaya uygun olduğuna da yanıt verir. Galileo'nun "en iyi fizik akılla yapılır" sözünü felsefi olarak temellendiren bu kabul, Leibniz'de çok daha açık ifade bulur. Algılanan doğanın, "*mekanik nedenler* yoluyla, yani şekiller ve hareketler aracılığıyla" açıklanamayacağını düşünen Leibniz, algıyı, *entelekheia* olarak adlandırdığı yalın tözlerin bir iç faaliyeti olarak belirler. Bu algının, ruhun bir faaliyeti olduğu anlamın gelir (Leibniz, 2011, s.103). Peki, dışarıdan hiçbir şey alıp vermeyen, "penceresi olmayan" (Leibniz, 2011, s.99) yalın tözler, nasıl oluyor da dışsal bir nesneden etkilenebilmektedir? Leibniz için ruh, nesneden etkilenmez, sadece öyle görünür. Çünkü algıların artarda gelişini ifade eden ruhun ya da zihinsel ideler düzeni ile doğal şeylerin düzenin yeter-sebebi aynıdır ve bu en mükemmel varlık olan Tanrı'dır. İki varlık düzenini bir uyuma zorlayan "akli sebep" Tanrıdır (Leibniz, 2011, s.11). Bu uyumu, "önceden tesis edilmiş ahenk sistemi" olarak ifade eden Leibniz'e göre, Descartes'in bu sonuca ulaşamamasının nedeni, iki varlık düzenini, birbirini etkilemeyen iki farklı töz olarak kavramasıdır. Oysa Tanrı ikisini de bir ve aynı kılan güçtür. Tanrı'nın doğada ruhsal bir güç olarak bulunması, Spinoza'nın panteist görüşünün Leibniz'in mekanizmindeki görüntüsü gibidir.

Görüldüğü gibi, rasyonalist mekanik doğa anlayışının, metafizik-teolojik bir kökene ve yapıya sahip olduğu kabul edilmelidir. Bu nedenle, Descartes başta olmak üzere, Spinoza ve Leibniz gibi rasyonalist düşünürlerin, modern doğa anlayışının temel varsayımını belirlediğini söylemek yanlış olmayacaktır. Buna göre, ontolojik olarak zihinden bağımsız olan doğa, bilgisel olarak onun karşısına konumlanmıştır. Hem zihindeki düşüncelerin düzeninin hem de doğadaki şeylerin düzenin varlık nedeni olan Tanrı, ikisi arasındaki bilgisel uyumun da nedenidir. Dolayısıyla Tanrı fikri ortadan kaldırıldığında doğanın rasyonel düzeni ve onun bilgisi de ortadan

kalkar. Aklın ortaya koyduğu bilginin nasıl oluyor da doğaya uyduğu sorusuna empirizm, felsefi anlamda daha sağlam bir yanıt arar. Empirizm, bu arayışında, rasyonalist doğa anlayışının ontolojik kabulünü yıkamasa da sarsmayı başarır. Buna göre doğa, özsel olarak akıldan bağımsız olsa da bilgisel olarak aklın nesnesidir. Doğanın varlığı değil de bilgisi, zihnin ona ilişkin bir ideye sahip olmasına bağlıdır. "Doğa bize göründüğü biçimiyle vardır" anlayışının habercisi olan bu empirist varsayım, zihinsel ideler arasındaki ilişkilerce belirlenen zihinsel yasaların doğaya uygunluğunu varsayan mekanizme bağlılığını sürdürür.

Aslında empirizmin, doğuştan gelen zihinsel ideler fikrine karşı çıkması, doğanın kendi başına bir düzene sahip olduğuna ilişkin rasyonalist varsayımı da reddetmesinden kaynaklanır. Bu teolojik-metafizik varsayımı reddederek, empirizme öncülük eden Bacon olmuştur. "Doğanın anlaşılmazlığının" yalnızca uygun deneysel yöntemle aşılabileceğini bize gösteren Bacon, zihin ve doğa arasındaki ilişkinin empirik görüntüsünde eksik ontolojik noktaları tamamlamakta felsefi bir sorumluluk hissetmez. Diğer bir deyişle, zihnin işleyişinin doğru kurallarını ortaya koymak amacındaki Bacon, doğada değişimin olduğunu, zihnin bu değişimi kavraması gerektiğini vurgular. Zihnin yasalarının doğaya uygunluğunun ontolojik dayanağı Bacon'un pek gündeminde değil gibidir. Bacon, değişimin doğanın kendi başına varlığına değil, gözlemlenebilir varlığına ait olduğunu söyler. Bu nedenle değişim, doğanın özüne ilişkin değildir. Doğa sadece gözlemlenebilir yönüyle, "neden-etki" bakımından değişir (Rogers, 2006, s.40). Şüphesiz bu neden-etki, Descartes'in Tanrısı gibi teolojik bir güç değildir. Bu güç, doğal şeylerin gözlemlenebilir yönleriyle birbirlerine nedensel olarak bağlandığını ifade eder. Bu nedensel güç, doğayı mekanik bir gerçekliğe dönüştürür ve bu gerçeklik ancak matematik ve geometriyle açıklanabilir. Yani Bacon için, doğanın araştırılması aslında, fiziksel olanın matematiksel olanda sonlandırılmasıdır (Bacon, 2003, s.108). Doğa araştırmasının bu biçimi aslında ilk kez, Nicolò Tartaglia, Francesco Maurolico, Guido Baldo, Giulio Savorgan ve Bernardino Baldi gibi 16. Yüzyılın İtalyan matematikçileri tarafından ortaya konur (Rogers, 2006, ss.41-42).

Doğanın araştırılması konusunda matematiğin önemi, doğanın mekanik işleyişini kavramamızı sağlamasıdır. Peki, doğa, nasıl bir düzendir ki mekanik bir işleyişe sahiptir? Başka bir deyişle, "neden-etki" ilkesi, doğayı nasıl bir gerçeklik haline getirmektedir? Bacon'un pek de üzerinde durmadığı bu soruna verilen yanıtı, Hobbes'ta görebiliriz. Hobbes'a göre, "bir cisim hareket halinde iken, başka bir şey onu engellemedikçe, sonsuza kadar hareket eder ve onu engelleyen her ne olursa olsun, onu bir anda değil, zaman içinde ve tedrici olarak durdurabilir" (Hobbes, 1992, s.25). Hareket halindeki bir nesne, görüş alanından çıktıktan ya da gözümüz kapandıktan

sonra da bizde bir hareket imgesi kalmaya devam eder. Bu imge hareketin kendisi değildir. İşte "neden-etki" ilkesi, bu hareketin zihnimizde bıraktığı bir imgedir. "Gözlerimizin, kulaklarımızın ve diğer organlarımızın dış cisimlerden aldığı çok sayıdaki etkilerden sadece baskın olan etki algılanabilir" (Hobbes, 1992, s.25). Doğayı mekanik bir düzen olarak görmemizi sağlayan şey, hareket halindeki şeylerin zihnimizde bıraktığı imgelerin, art arda gelmeleridir. Nesnelerin zihnimizdeki etkileri, rasgele sıralanmaz. Dolayısıyla Hobbes, doğanın mekanik yapısının, onun özce yapısı olmadığını, onun zihnimizde bıraktığı etkinin bir sonucu olduğunu düşünür. Bu nedenle, zihnin yasalarının doğruluğu, doğanın kendi başına varlığına değil, doğanın zihindeki etkisine uygun olduğunda kesinlik kazanır. Bu nedenle "geometrinin sonuçları tartışılmazdır" (Hobbes, 1992, s.43). Yine de Hobbes'un neden-etki ilkesini açıklama biçimi, doğanın zihinde etki bırakmasına olanak sağlayan özelliğinin ne olduğunu ve izlenimi olmayan şeylerin nasıl oluyor da zihinde bir etkisi bulunduğunu yanıtlamaz. Bu sorulardan ilkini Locke ikincisini Hume yanıtlar.

İngiliz empirizminin en önemli düşünürü Locke, doğanın hareketle algılandığı konusunda Hobbes'un izinden gider. Tikel nesnelerin zihinde bıraktığı etki, onların bu özelliğinden kaynaklanır (Locke, 2013, s.98). Tikel nesnelerin duyum aracılığıyla zihne aktarılan etkisi, doğanın duyulur nitelikleridir ve bunlar dış deneyle algılanır. Locke'nin refleksiyon adını verdiği, zihnin iç deneyi, duyum adını verdiği, dış deneyden elde edilen bu verileri işleme yeteneğine sahiptir (Locke, 2013, ss.97-109). Duyumun elde ettiği veriler, doğal nesnelerin soyutlanabilir özelliklerinin ruhta uyandırdığı izlenimlerdir ve refleksiyon bu izlenimlerden, "cisimlerin toplu idelerini" kurar. Bağıntı, neden-etki ilkesi, nicelik ilişkileri bu toplu idelerden sadece birkaç tanesidir. Dolayısıyla zihninin, doğal nesnelerin nicel özellikleri arasında bağlantı kurmasını, bir yandan bu nesnelerin doğal yapısı, diğer yandan zihnin refleksiyonla elde ettiği mantıksal ilkeler olanaklı kılar. Locke'nin empirizmini, aşırı bir duyumculuğa dönüştüren ve aslında empirizmin ilkelerinin, pozitivizmde yaşamasını sağlayan Condillac, bu ayrımı ortadan kaldırıp, refleksiyonun da değişmiş bir duyum olduğunu iddia eder (Condillac, 2003, ss.15-18, 41-43). İster refleksiyon ister değişmiş bir duyum diyelim, zihnin mantıksal ilkeleri nasıl edindiği hala muammadır. Diğer bir deyişle, zihin doğal nesnelerin nicel özellikleri arasında bağıntı kurarken kullandığı neden-sonuç ilkesini nereden edinmiştir ya da daha açık bir ifadeyle, deney-duyumun izlenimleri, "nasıl bir kapta" şekillenmektedir ki ortaya bilimsel bilgi çıkmaktadır? Bu soruların açık yanıtlarına ne Locke'de ne Condillac'ta rastlarız.

Burası Locke'nin, Hobbes'in düşüncesini aştığı ve Hume'a öncülük ettiği yer olarak okunabilir. Locke'nin tekil nesnelerin birincil nitelikleri

dediği duyulur nitelikler, onların bizde "değişik durumlar üretme gücüdür" (Locke, 2013, s.123). Dolayısıyla doğayı zihin karşısında konumlandıran ve ona mekanik bir yapı veren ilkeler, artık teolojik bir güç değil, onun duyum üzerindeki gücüdür. Bu doğanın ontolojik durumunu da değiştirmeye başalar. İngiliz empirizminin bu anlayışı, modern doğa tasarısını değiştirir. Doğa artık kendi başına mekanik bir işleyişi olan yapı olarak değil, zihnin onu öyle algıladığı bir yapı olarak tasarlanır. Descartes'in mekanizminden Newton'un mekanizmine giden yolu açan da bu değişim olmuştur. Yine de zihnin izlenimine sahip olmadığı şeyi nasıl düşünebildiği sorusu bu yolda duran bir engeldir ve ne Hobbes ne de Locke bu soruya yanıt verir. Neden-etki ilkesinin kaynağını sorgulayan Hume, bu soruya yanıt vermeye çalışır. Neden-etki ilkesi, zihnin ideler arasında ilişki kurmasını sağlayan ilke olduğundan, Hume aslında düşünmenin kendisini araştırır.

Zihnin nesnesi olan ideaların duyumdan geldiğini kabul eden Hume, tekil nesnelerin duyulur niteliklerinin zihnimizdeki etkisini *izlenim* olarak adlandırır. İzlenim, "duyduğumuz, gördüğümüz, duyumsadığımız, sezdiğimiz, nefret ettiğimiz, arzuladığımız ya da istediğimiz andaki bütün canlı algılarımızdır". Zihnin nesnesi olan fikirler, bu izlenimlerin kopyalarıdır (Hume, 1854, ss.17-16). Doğanın tekil nesnelerin düzenli bir bütünlüğü olarak algılanmasını *olgu ilişikleri* olarak dile getiren Hume, olgu ilişkilerin neden-sonuç ilkesine göre kurulduğunu düşünür (Hume, 1854, s.31). Dolayısıyla neden-etki ilkesi, zihnin doğayı mekanik bir yapı olarak düşünmesini sağlayan mantıksal bir ilkedir. Hume'a göre, doğanın varlığı konusunda "bize güven veren kanıt" hakkında "şüpheden, şaşkınlıktan, belirsizlikten" kurtulmak istiyorsak, neden-etki ilkesinin "bilgisine nasıl ulaştığımızı araştırmalıyız" (Hume, 1854, s.32). Diğer bir deyişle, mademki izlenimi olmayan hiçbir idea yoktur. Zihin o halde bu ilkeyi nasıl edinmiştir?

"Düşünme" üzerine düşünerek, düşünmenin ilkesini sorgulayan Hume, modern bilimin doğa tasarımına felsefi bir temel arar. Bu tasarım doğanın öz niteliklerinin zihne kapalı olduğunu, doğanın sadece duyulur niteliklerini zihne açtığını kabul eder. Hume'un deyimiyle, "doğanın bizi, bütün sırlarından çok uzak tuttuğu ve bize, yalnızca nesnelerin yüzeysel niteliklerinin bilgisini sağladığı kesinlikle kabul edilmelidir; ayrıca doğa, nesnelerin etkisinin bütünüyle bağlı olduğu güçleri ve ilkeleri bizden gizler" (Hume, 1984, s.39). O halde yapmamız gereken sadece zihnimize yönelip, onun güç ve ilkelerini araştırmaktır. Hume'un sorduğu soru felsefi anlamda ne kadar önemliyse, verdiği yanıt felsefi olmaktan o kadar uzaktır. Ona göre, bir nesnenin hareketinin bir sonuç doğuracağını, benzerlikten hareketle öngörüyorum. Zihnin böyle bir öngörü de bulunmasının nedeni, deneyimin yarattığı bir *alışkanlık* ya da bir *huy*dur (Hume, 1854, s.50). Yani tekil

nesnelerin hareketleri arasında nedensel bir ilişki kurmak, akıl yürütmeden değil, zihnin alışkanlığından kaynaklanır. Hume'un hiç de felsefi olmayan yanıtı, aydınlanmanın akıl-inanç ayrımına karşı çıkarcasına, bilginin temeline inancı koyar. Zihnin bilimsel bilgilerin temelinde olan neden-etki bağıntıları kurması, onun işlediği andan beri edindiği *alışkanlık*tandır ve aslında üzerine hiç de vazife olmayan bir şey yapar. Bu anlamda alışkanlık, insanın sanatı gibidir ve doğanın yasaları da bu alışkanlığın yasalarıdır. Zihnin yine de bunu yapmasını sağlayan şey, kendi doğal yapısında bulunan *inanç*tır (Hume, 1854a, ss.125-160). Hume için, zihnin böyle bir inancı olmaksızın, insanın yaşamını sürdürmesi olanaksızdır. Hume'un sorusuyla "dogmatik uykusundan uyanan" Kant, onun verdiği yanıtla tatmin olmaz ve gerçek felsefi bir yanıt arar. Gerçekten de zihnin nasıl çalıştığını temellendiren Kant, bunu başardığı için olsa gerek, modern bilimin doğa tasarımını da açık ve net bir şekilde tanımlar.

Hume'un neden-etki ilkesinin, düşünmenin kendisinden çıkarılamayacağını kanıtlamış olduğunu düşünen Kant, Hume'un izinden giderek zihnin nasıl çalıştığını ortaya koymayı amaçlar. Onun bu amacı, aklın sınırının nerde başladığını nerde bittiğini belirler. "Her bilgi deneyle başlar ancak deneyden çıkmaz" diyen Kant, zihinde deney ya da duyumu önceleyen a priori koşulların olduğunu gösterir. Ona göre, Hume'un kurduğu neden-etki ilişkisi, a priori koşullu bir kavramdır (Kantı, 2004. s.8). Kant'ın *Saf Aklın Eleştirisi*'nde söz ettiği kategoriler, teorik aklın, yani zihnin çalışmasını belirleyen böylesi a priori kavramlardır. Peki, bu kavramlarla çalışan zihnin nesnesi nedir? Yani ne üzerine iş görür? Zihnin üzerinde iş gördüğü malzeme deneyden gelen veridir. Böylece rasyonalizm ile empirizmi uzlaştıran Kant, doğa, bizim için nasıl olanaklıdır sorusuna da yanıt vermiş olur.

Doğanın bizim için nasıl olanaklı olduğu sorusu, bizim onu nasıl algıladığımızla ilgilidir. Kant'a göre bu algı, a priori koşulludur. "Bir şeyi, a priori olarak görmek nasıl olanaklıdır?", yani tekil bir nesnenin görüsü, kendisinden önce gelebilir mi? Kant'a göre bir görünün nesnesinden önce gelmesi, o nesnenin kendi başına varlığının kavranması demek değildir. Biz nesneleri, bize nasıl görünüyorlarsa öyle bilebiliriz ve bu görüyü olanaklı kılan duyusallığımızın a priori koşullarıdır. Kant, bu koşullara *uzam* ve *zaman* der (Kant, 2004, s.34). Uzam ve zaman sayesinde, biz doğayı kendi başına olduğu gibi değil, bize göründüğü gibi kavrarız. İşte bizim için doğanın varlığını ve düzenini olanaklı kılan saf görünün bu formlarıdır. Dolayısıyla doğa, "şeylerin kendi başına varoluşu değil", onların "yasalara göre belirlenen varoluşudur" (Kant, 2004, s.46) Çünkü "doğa, şeylerin kendi başına varoluşu anlamına gelseydi", şeylerin kendileri ile zihnin kavramları arasında ilişki kurulamazdı. Bütün ilgisini bilginin ola-

nağına yönlendiren Kant'ın doğaya yüklediği ikinci bir anlam, hem doğa ile zihin arasındaki ilişkiyi hem de doğa bilimlerinin gelişmesini sağlayan anlayışı temellendirir. Doğanın bu ikinci anlamı, "*nesne*yi belirleyen bir anlamdır". Yani bilginin nesnesi olarak doğa, "deneyin bütün nesnelerinin toplamıdır" (Kant, 2004, s.48). Böylece deneyin konusu olmayan şey, doğaüstü bir şey olarak dışarıda bırakılır. Bu konuda Kant, "kendi başına şeylerle" değil, "deneyin nesneleri olan şeylerle" ilgilendiğini açıkça ifade eder (Kant, 2004, s.50). Böylece empirizmin, doğa anlayışının temelindeki epistemolojik varsayımı, yani bilginin tekil nesnelerin algılanabilir özelliklerine ilişkin olduğu varsayımı, fenomenolojik olarak temellendirilmiş olur. Bu başarı modern bilimin doğa tasarımını da nihayetinde ortaya çıkarmıştır. Doğa artık, zihinden bağımsız, "kendinde şey alanı" olsa da zihnin bilgisine konu olan ve zihnin kendisini ona uydurduğu fenomenal bir bütünlük olarak kabul edilir.

Böylece Kant, zihnin deney verilerinden nasıl oluyor da bilimsel bilgiler ürettiği sorusuna da felsefi bir yanıt verir. Kant, zihnin bilimsel bilgi ortaya koyma yeteneğini, "kategorik düşünme" olarak kurgular. Görüden elde edilen deneysel bir yargının "genel geçer olması için onun bir kavram altına sokulması gerekir". Bu kavram "saf anlama yetisinin bir kavramıdır" (Kant, 2004. ss.52-53). Saf anlam yetisinin kavramlarına "eski adıyla kategori" diyen (Kant, 2004, s.75) Kant için bilimsel düşünme biçimi, deneysel bir veriyi anlama yetisinin bu kavramları altına yerleştirmekten başka bir şey değildir. Bu, sentetik apriori önermeler, yani kesinliği hem zorunlu olan hem bilgimizi genişleten yargılar ortaya koyan "kategorik düşünme" biçimidir. Buna göre her bilgisel etkinlik, bilim olmak istiyorsa eğer, öyle bilgiler ortaya koymalı ki, bu bilgiler bir yandan deneye dayanıp bilgimizi genişletmeli ama diğer yandan deneyi de önceleyen koşullar taşımalıdır. Kant için Newton'un yasaları böyle bilgilerdir. Deney verilerine dayanırlar ama diğer yandan aklın kategorik düşünmesinin ürünüdürler. Kategorik, diğer bir deyişle teorik düşünen akıl, yani zihin, doğayı kendisine göründüğü biçimiyle kavrar. Bu nedenle, kategorik olarak ortaya konan bir bilgi, doğaya uygun düşer. Yani bilim olmak hevesindeki her bilgi, kategorik düşünmenin ürünü olmalıdır. Metafiziğin bir bilim olarak olanaklı olduğunu gösterirken, Kant'ın metafizik yargıları, bu düşünme tarzıyla ilişkilendirmesi boşuna değildir (Kant, 2004, ss.116-134). Gerçekten de Kant'ın *Ahlak Metafiziğinin Temellendirilmesi* adlı yapıtının, Newton'un düşünme tarzını yansıttığı bilinen bir gerçektir. Yine de Kant, zihnin düşünme biçimini net bir şekilde, deneyle sınırlandırır. "Olanaklı deneyin ötesinde", "kendi başına şeylerin ne olduğuna", yani doğanın özsel yapısına ilişkin belirli bir kavram veremeyiz" (Kant, 2004, s.103).

SONUÇ

Modern bilimin temel epistemolojik sorunu, görüldüğü gibi doğanın bilgisel bir nesne olarak zihnin karşısındaki konumuna ilişkindir. Modern epistemolojinin "doğruluk, özne ile nesnenin uyumudur" biçimindeki kabulüne uygun bir doğa tasarımı, tam olarak Kant tarafından betimlenir. Şüphesiz doğanın bu tasarımı, epistemolojik bakımdan Kartezyen felsefenin bir adım önündedir. Doğa yasalarını, Tanrı'nın ona yerleştirdiği fikirler olarak kabul eden Descartes'in, doğanın varlığına ilişkin kuşkuyu Tanrı inancıyla kaldırması anlaşılır bir durumdur. Aynı şekilde, tümeller ile tikeller arasındaki ontolojik düzeni *Natura naturata* olarak dile getiren Spinoza'nın bu düzenin bilgisel olarak kavranmasını sezgisel olarak kavranan *Natura naturans*'ın rehberliğine bağlaması kendi sistemi içinde tutarlıdır. Doğayı *ontolojik bir birlik* olarak değil de *epistemolojik-fenomenelojik nesneler bütünlüğü* olarak kavrayan modern bilimin epistemolojisinin, nesneler çokluğunu bir bütünlüğe dönüştüren ilkelere dayanması boşuna değildir. Nesneler, ister Spinoza'daki gibi zorunlu bir hatırlamayla (Spinoza, 1994, s.162) ister Hume'daki gibi zorunlu olmayan bir ardışıklığın gözlenmesi alışkanlığıyla (Hume, 1854, s.33-34) birbirine bağlansın, her durumda *doğa*, ontolojik bir *birlik* olarak değil epistemolojik bir *bütünlük* olarak kabul edilir.

Kant'ın benimsediği ve temellendirdiği bu anlayış, doğanın kendi başın varlığını, insan aklının sınırları ötesine yerleştirir. Bu nedenle insanın deneyimlediği doğa, epistemolojik olarak kendi zihnin tasarımı olsa da aslında ontolojik olarak her zaman *başkası*dır. Doğanın insan için *başkası* olması, ona yabancılaşma tehlikesini de beraberinde getirir. Belki de insan, en çok, "doğal felaketler" gibi öngöremediği durumlarda, doğa ile kendisi arasındaki bu yabancılığı hisseder. Doğanın kendi başına varlığının ötekileştirilmesi, insana "sürekli bir savunmasızlık, faydasızlık ve dehşet duygusu yükler" (Rogers, 2006, s.2). Doğanın aklın ötesinde varsayılan varlığı karşısında, insanın eylem ve uğraşları anlamsız çabalar gibidir. İnsanı yaşam konusunda böylesi anlamsız çabalara iten, doğayı insana yabancılaştıran, modern bilimin doğa tasarımındaki epistemolojik varsayım, bu nedenle eleştiriyi de hak eder. Çünkü bu tasarım, insanın yaşamını ontolojik kökeninden koparmıştır. Bu kopuş, modern bilimin diğer sorunu olan yöntemin de araçsallaşmasıyla düşünüldüğünde, bilimin yaşam karşısındaki tehlikeli olabilecek tutumu daha da belirginleşir.

Bilimsel yöntemin araçsallaşmasına dair eleştiriler, bilimin, belirli bir düşünme biçimine, yani bir yöntem sorununa indirgenmesi ve bu yöntemin genelleştirilmesi ile bilime doğaya hükmetme görevinin verilmiş olmasına odaklanır. Doğaya hükmetmek isteyen zihnin düşünmesi belli bir yönteme indirgenir. Bilimin yöntemi artık, doğal şeyler ile zihinsel ideler

arasındaki uzaklığı kapatan, diğer bir deyişle, fiziksel olanı matematiksel olana uyarlayan genel bir düşünme biçimidir. Modern bilimin, deney ile zihnin ortak bir çalışması olduğunu ifade eden bu genel yöntem düşüncesi, ne rasyonalistler ne de empiristler tarafından reddedilir. Bu ortaklığın yarattığı paradigma, modern bilimin gelişmesinin temel nedeni olmuştur. Ne doğanın dilinin matematik ve geometriyle yazıldığını söyleyen Galileo (Galileo, 1967, s.103) ne doğa yasalarının Tanrı'nın zihnimize yazdığı yasalar olduğunu söyleyen Descartes (Descartes, 2003, s.28), ne de aklın doğa yasalarını "üstün bir gücün kalplerimize yerleştirdiği bir kanun" olarak keşfettiğini söyleyen Locke (Locke, 1997, s.81-82), bu ortaklığı reddederler. Bu noktada üzerinde durulması gereken, bilginin kaynağına ilişkin klasik tartışmaya girmek değil, söz konusu her modern düşünürün bilime doğayı *keşfetme* görevi yüklenmesidir. Modern bilimi, kendisiyle yüzleşmeye zorlaması gereken şu soru sorulabilir: kendisini doğada tanrısal olanı keşfetmekte sorumlu gören bilim ne hakla ona egemen olmayı ve onu dönüştürmeyi görev edinmiştir? Bu soru modern bilime ilk eleştirileri getiren romantizminin, bilimin keşfetme ve doğayı anlama görevine değil, onun doğaya egemen olma hırsına karşı çıktığını ifade eder.

"Bilimlere en çok zarar veren" şeyin, "hırs yoksunluğu" olduğunu açıkça ifade eden Bacon, "büyük bilimsel keşifler yapmayı", "merak ve hayret duygusunun" deneysel bir tümevarımda iş görmesine bağlar (Bacon, 2003, ss.72-74). Bu, aslında Bacon'ın "gerçek tümevarımının", Descartes'in metafizik temelli fizik kuramının (Friedman, 2008), Galileo ve Newton'un düşünme biçimlerinin, *bilimin özü* konusunda düştükleri tuzağı işaret eder. Bu tuzak, *yöntem* ve *bilim*in özdeşleştirilmesidir. *Kuram* ile *olgu* arasındaki ilişkiyi belirlemesi beklenen *yöntem*, artık kuramın önüne geçmiş ve insani bir yaşamın kurucusu olması beklenen *bilimi*, Nietzscheci bir deyimle "sakatlanmış bir yaşamın" *aracısı* kılmıştır. Elbette bu, sadece biliminin kendisine yıkılacak bir suç değildir. Bacon'ın mahzun bir biçimde vurguladığı bu hırs, henüz o zamanlar, yeni ortaya çıkan bir "insan tipiyle" birlikte düşünüldüğünde, bu suçun ortağı kendisini ele verecektir. Yine de araçsallaşma, bilimin kökenine dair olduğundan, bilimin kendisinin yüzleşmek zorunda olduğu ama bugün bile çoğunlukla yerine getirilmeyen bir sorundur.

KAYNAKÇA

Bacon, F. (2003). *The New Organon*. Ed., Lisa Jardine, Michael Silver Thorne, Cambridge: Cambridge University Press.

Boas, M. (1962). *The Scientific Renaissance 1450-1630*. New York: Harper & Brothers.

Cohen, F, H. (2015). *The Rise of Modern Science Explained: A Comparative History*. Cambridge: Cambridge University Press.

Copernicus, N. (2002). *Gökcisimlerinin Dönüşü* Üzerine. Çev., Saffet Babür. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Da Vinci, L. (2008). *Notebooks*. Trans., Irma A. Richter, ed., By Thereza Wells. Oxford, New York: Oxford University Press.

Descartes, R. (2003). *Discourse on Method and Meditations*. Trans., Elizabeth S. Haldane-G. R. T. Ross. Mineola, New York: Dover Publication.

Friedman, M. (2008). "Descartes and Galileo: Copernicanism and the Metaphysical Foundations of Physics". *A Companion to Descartes*, Ed., Janet Broughton, Jhon Carriero, pp.69-83. Blackwell Publishing.

Galileo, G. (1967). *Dialogue Concerning the Two Chief World Systems-Ptolemaic&Copernican*. Trans., Stillman Drake. Berkeley, Los Angeles: University of California Press.

Hall, R, A. (1963). *The rise of modern science-From Galileo to Newton 1630-1720. Vol. 3*. New York, Evanston: Harper & Row.

Hobbes, T. (1992). *Leviathan*. Çev., Semih Lim. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Hume, D. (1854). *Philosophical Works, Vol. IV*. Boston: Little, Brown and Company, Edinburgh: Adam and Charles Black.

Kant, I. (2004). *Prolegomena to Any Future Metaphysics*. Ed., trans., Gary Hatfield. Cambridge, New York: Cambridge University Press.

Koyre, A. (2004). *Bilim Tarihi Yazıları*. Çev., Kurtuluş Dinçer. Ankara: TÜBİTAK.

Leibniz, G. W. (2011). *Monadoloji, Metafizik* Üzerine *Konuşma*. Çev., Atakan Altınörs. Ankara: Doğu-Batı Yayınları.

Locke, J. (1997). *Political Essays.* Ed., Mark Goldie. Cambridge: Cambridge University Press.

---- (2013). İnsan *Anlığı* Üzerine *Bir Deneme*. Çev., Vehbi Hacıkadiroğlu. İstanbul: Kabalcı Yayınları.

Newton, I. (1846). *The Mathematical Principles of Natural Philosophy and The System of The World*, Trans., Andrew Motte. New York: Published by Daniel Adee.

Nicolaus de Cusa. (1954). *Of Learned Ignorance*. Trans., Germain Heron. Londra: Routledge&Kegan Paul, New Haven: Yale University Press.

Rogers, K. (2006). *Modern Science and the Capriciousness of Nature*. New York: Palgrave Macmillan. 2006.

Rossi, P. (1968). *Francis Bacon From Magic to Science*. Trans., Sacha Rabinovitch. London: Routledge & Kegan Paul.

Santillana, G. (2006). *Serüven* **Çağı** *Filozofları*. **Çev**., İbrahim Yıldız-Aydın Gelmez. Ankara: Adapa Yayınevi.

Spinoza, B. (1994). *A Spinoza Reader: The Ethics and Other Works*. Ed., trans., Edwin Curley. Chichester, West Sussex: Princeton University Press.

Swerdlow, N, M. (1998). "Galileo's discoveries with the telescope and their evidence for the Copernican theory". *The Cambridge Companion to Galileo*. pp.244-270. Ed., Peter Machamer. London: Cambridge University Press.

Walsh, P. (2005). *Skepticism, Modernity and Critical Theory*. New York: Palgrave Macmillian.

TELEVİZYON DİZİLERİNİN TÜKETİM KÜLTÜRÜNE ETKİSİ

Erhan YILDIRIM[1]

1 Dr., Erciyes Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Görsel İletişim ve Tasarım Bölümü, Kayseri, erhany@erciyes.edu.tr.

TELEVİZYON DİZİLERİNİN TÜKETİM KÜLTÜRÜNE ETKİSİ

Erhan YILDIRIM[1]

GİRİŞ

Yılın üç yüz altmış beş günü, zamanımızı karşısına geçerek tükettiğimiz, hayatımıza yön veren, hayatımızı biçimlendiren, ne yiyeceğimize, ne içeceğimize, ne giyeceğimize, nereye gideceğimize, ne hakkında düşüneceğimize karar vermemize yardımcı olan sihirli bir araçtır televizyon. Bu araç, bizlerin bazen gülmesine, bazen düşünmesine, bazen hüzünlenmesine, bazen öfkelenmesine, bazen sorgulamasına, ama en çokta eğlenmesine fırsat sağlar. Bu kadar çok işlevi olan televizyon; söylenecek sözün, çalınacak şarkının, aktarılacak duygunun, satılacak malın, topluma verilecek enformasyonun, oluşturulacak kamuoyunun, kısacası topluma anlatılacak öykünün ve hikayenin yazıldığı, kurgulandığı ve anlatıldığı ortamdır (Yıldırım, 2019:5). Bu ortam içinde dizilere ayrı bir paragraf açmak gerekir. Diziler, izleyicilerin yaşam biçimlerini belirledikleri, başrol oyuncuları ile özdeşlik kurdukları, modayı öğrenip, yediğine, içtiğine, giydiğine, tükettiğine karar verdiği, cebindeki parayı televizyondan aldıkları bilgi ve enformasyona göre harcadıkları bir program fenomeni haline gelmiştir. Ülkemizde son yıllarda yayınlanan dizilerin içeriğine bakıldığı zaman tüketim ve gösterişçi bir tüketim olgusu üzerine inşa edildiği görülür. Burada dikkat çeken en önemli noktanın gençlik, kadın, aile konularını ele alan dizilerin yoğun olarak gösterişçi tüketim üzerinden yazılması, çekilmesi ve kurgulanmış olmasıdır.

Bu çalışmada televizyonun tüketim kültürüne üzerine etkisi gösterişçi tüketim çerçevesinde ele alınmıştır. Teorik çalışmanın oluşturduğu temel üzerine inşa edilen örnek dizinin çözümlemesi eleştirel söylem analiz yöntemi ile yapılmıştır.

TÜKETİM NEDİR?

İnsanların davranışını belirlemede toplumların ekonomik durumları önemlidir. Toplumda yaşanan ekonomik gelişmeler, aynı zamanda bireysel gereksinimlerin karakterini de belirlemektedir. Bunun içindir ki bazı temel gereksinimlerin dışında, insani gereksinimler doğuştan gelen ve değişmez şeyler değildir, bunlar değişebilir. Bu değişimin içinde tüketim olgusu önemli bir yer tutar. Öyleyse nedir tüketim? Kula (2012:508), Raymond Williams'tan yaptığı alıntıda "tüketme" kelimesinin, "tahrip etmek, harca-

1 Dr., Erciyes Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Görsel İletişim ve Tasarım Bölümü, Kayseri, erhany@erciyes.edu.tr.

mak, israf etmek, bitirmek" anlamına geldiğini ifade eder. Kula, Williams'ın sözlerini yorumlayarak, israf, çarçur etme, ifrat (aşırı harcama) olarak kavranan bu kültürün, kapitalizmin devamlılığına hizmet ettiğini vurgulamaktadır. Bir süreç olarak düşünüldüğünde tüketim, Yavuz Odabaşı'na (2006:6) göre belirli ihtiyaçlarımızı tatmin etmek için belirli bir ürünü ya da hizmeti arayıp bulmak, satın almak, kullanmak ya da yok etmektir. Tatil köyleri, oteller, spor salonları, fitnes salonları, büyük alışveriş merkezleri, mağazalar sözü edilen tüketim kültürünün gerçekleşmesine fırsat sağlayan başlıca mekanlar arasında yer almaktadır. Bu mekanlarda insanların ürünleri genellikle temel fonksiyonları nedeniyle değil, içerdikleri anlamları nedeniyle satın aldıkları durumlar söz konusudur (Solomon vd., 1999: 16). Bu durum bir ürünün ya da hizmetin temel fonksiyonunun önemli olmadığı anlamına gelmez. Burada ifade edilmek istenilen şey, ürünlerin ya da hizmetlerin gördükleri fonksiyonların da ötesinde bir role sahip oldukları yönündedir. Örneğin Ray Ben, tüketiciler için sadece bir gözlük olarak değil, yüzü tamamlayan, tanımlayan bir değer olarak düşünülür.

Bu tüketimin ideolojisinde vardır.

TELEVİZYONU ANLAMAK

Günümüzde insanlar çok farklı mecralarda çok yoğun mesajlara maruz kalmaktadır. Yoğun mesaj bombardımanı altında kalan izleyici mesajları algılayamamakta ve anlayamamaktadır. Aytemur (2000: 60) kitle iletişim araçları içerisinde hedef kitleyi en fazla etkileme gücüne sahip mecranın televizyon olduğunu ifade eder. Aytemur'un ifadesini doğrulayan unsur araştırma sonuçlarıdır. Yapılan araştırmalarda göz ve kulağa aynı anda gelen mesajların % 70'inin göz, % 30'unun da kulak yoluyla alındığı tespit edilmiştir. Bu noktada televizyonun kulaktan çok göze hitap eden görsel bir araç olduğunu ve televizyon için ses unsurunun, görüntüyü destekleyen dramatik etkiyi güçlendiren, görüntü ile aktarılmayacak mesajların alıcı kitleye iletilmesine yardımcı olan bir yan öğe durumunda olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır (Gürgen 1990: 72). Televizyon bu yönüyle birçok program türlerinden geçerek satmak istediği mal, hizmet ve düşünsel olanı (ideolojiyi, bilişi, bilinci) sergileyerek pazarlamaktadır. Nasıl mı? Ev içi popüler faaliyetler televizyonun eve girişiyle biçim değiştirmiştir. Televizyon, ev içi dinlenme, birlikte olma, oturma gündemini belirleyen ve yöneten araç haline gelmiştir. Salonun/misafir odasının en güzide köşesine oturan televizyon söyleyen ve dinlenen olmuştur. Odada gözler sürekli onun üzerinde olmaya başlamıştır. Evde popülerin ne olduğunu sürekli öğreten televizyon, ev dışı popüler faaliyetleri de belirlemektedir. Eğlenme ve dinlenme adı altında yemek-içmek, seyir, gezme ve alış veriş içine hapsedilen faaliyetler. Bunlar için ilgili endüstriler bireylere geniş alternatifler

sunarlar. Yemek-içmek, gezinmek, sinemaya gitmek, satın almak, iyi vakit geçirmek için Migros ve Armada gibi yerlere gidilir (Erdoğan ve Alemdar, 2005: 100). Aslında televizyon yukarıda sıralanan tüketime yönelik mal ve hizmet gruplarını tanımlarken yaptığı iş tüketim kültürünün genişlemesine katkı sunmaktır. Günümüzde televizyonun bu gücünü sadece pazarlamacılar ve pazarlama iletişim sürecinin içinde aktif rol oynayan kişi ve kuruluşlar değil televizyon sahipleri, yapımcılar, yönetmenler, televizyon çalışanları da kavramışlardır. CBS Araştırma Bölümü Başkan Yardımcısı Arnold Becker yıllar önce verdiği bir demeçte "*Ben kültürle, toplumdan yana değerlerle falan ilgilenmem. Bir tek şeyle ilgilenirim. İnsanlar programları izliyor mu? İzlemiyor mu? İşte benim iyi tanımım da, kötü tanımım da budur* (Akt.Mutlu,1991:70) diyerek televizyon dünyasının ticari yanını sergilemektedir.

TELEVİZYON DİZİLERİNDE TÜKETİM KÜLTÜRÜ

Kapitalizm ile kitle iletişim araçlarının entegrasyonu yeni tüketicilerin doğmasına ve tüketim kültürünün yaygınlaşmasına imkan sağlamıştır. Bu birliktelik ve entegrasyondan en çok pay alan mecra, televizyondur. Televizyon; söylenecek sözün, çalınacak şarkının, aktarılacak duygunun, satılacak malın, topluma verilecek enformasyonun, oluşturulacak kamuoyunun, kısacası topluma anlatılacak öykünün ve hikayenin yazıldığı, kurgulandığı ve anlatıldığı ortamdır (Yıldırım, 2019: 5). Mutlu (2008: 18)' ya göre, bu noktada televizyonu anlamaya çalışmak gerekir. Televizyon gündelik yaşam deneyiminin bir parçası olmakla kalmayıp; yaşamı anlamlandırmaya, duygu ve düşünce önceliklerinin, yaşam tarzının biçimlenmesine katkı sağlayarak insanlara yol gösterici mesajlar sunmaktadır. Modern toplumda televizyon insanların deneyimlerini örgütlemeleri ve bir düzene sokmaları açısından merkezi bir öneme sahiptir. Hem nicel ve hem nitel olarak XX. yüzyılın kapitalizminde televizyon… daha eski ve geleneksel olan ve hala mevcudiyeti devam etmekte olan diğer kültür kanallarından daha büyük bir nitel güce sahiptir (Akt. Tomlinson, 1999:98). Bu gücün kullanımında insanların tüketim kültürüne katılımları söz konusudur. Tüketim toplumu, tüketimi öğrenme, toplumu tüketime toplumsal olarak hazırlama sürecidir (Baudrillard, 1997:98). Küreselleşmenin etkisiyle tüm dünyaya sirayet eden tüketim toplumu, birbirine benzer hayat tarzları yaratmakta; insanlar tüketim toplumu vasıtasıyla oluşturulan sosyal statü gruplarında kendi statülerini ifade etmek adına tüketime yönelmektedirler. İşte bu noktada; televizyon programları özellikle de dizi filmler, bireylere yaratılan sosyal statü gruplarında ne şekilde yer edinebileceklerine dair fikir sunmakta ve onlara tüketim biçimleri hakkında fikir sağlayarak tüketim isteğini harekete geçirmektedirler. Firmalar ise televizyon ürünleri üzerinden oluşturulan bu tüketim isteğini realiteye çevirmek adına bu platformlarda çeşitli rek-

lamlar yapmakta ve ürünlerini toplumca kabul gören rol modeller üzerinden izleyiciye satmaya çalışmaktadırlar. Yani izleyiciler ile dizilerde yer alan karakterlerin özdeşleşmesi sağlanmaya çalışılmaktadır. İzleyicilerin karakterler ile özdeşleşme noktasında tüketim kültürü içindeki tercihleri çok çabuk değişiklikler gösterebilmektedir.

Konuya bu açıdan bakıldığında tüketim kültürü, insanların bir şeyi istediklerini sandıkları, ancak onu elde ettikten sonra, endişe içine düşerek, aslında bunu sandıkları kadar istemediklerinin farkına vararak başka bir şeyi gerçekten istedikleri şey olduğunu düşünmeye başladığı bir dünyadır (Akt. Argın, 1992; 37). Mills (1974: 400) kitle iletişim araçlarıyla bireylere yeni bir öz kişilik verildiğini ve onlara ne olmaları gerektiğinin telkin edildiğini, bireyin gerçek kişiliği bu yeni öz kişiliğe denk düşmese bile, bireyin rahatlamasını sağlayan bir kaçış yerine geçtiğini ifade etmektedir. Millls, televizyon programlarının gerçek olanı değil sadece kurmaca olanı izleyiciye aktardığını belirtmektedir. Televizyonda reklamlar bireylere ihtiyacı olanı, ihtiyacının nasıl giderileceğini, reklamı yapılan ürünü ve markayı satın aldığında nasıl mutlu olacağını anlatır. Bu yüzdendir ki ticari televizyonların tüketim kültürünü 'dolaysız' olarak üretme ve destekledikleri bilmek gerekir. Bu noktada reklamların etkisini kat kat aşan bir etkiden söz etmek gerekir. Çünkü sonuçta reklam iletileri kendilerinin reklam olduğuna dair bir izlenimi de beraberinde taşırken, diğer televizyon içerikleri daha gerçekmiş gibi algılanmaktadır. Dolayısıyla magaziniyle, dizisiyle, haberiyle, spor programıyla tüm televizyon programı iletileri, ailenin kültürel evrenine daha derinlemesine nüfuz etmektedir. Televizyonda kurgulanan hikayeler, bireylere kendi hayatlarından kesitler sunarak, onların anlatılan hikayelerle özdeşleşmelerine yardımcı olmaktadır. Ya da tam olmak istedikleri bir yaşam standardında olmak istedikleri bir karakterin yaşadığı hayatı görünce bu durumu da kolayca içselleştirebilmektedir (Greatghty ve Lusted, 1998:65). Bu noktada izleyiciler, içerisinde bulunmak istediği bir yaşam tarzı karşısında anlatılanlardan, yapılanlardan, giyilenlerden, yenilenlerden, gidilen yerlerden, kullanılanlardan etkilenmekte ve televizyonda gördüğü kişiler gibi bir tutum ve davranış sergilemek istemektedirler.

Tüketim toplumunun içinde yaratılan kültür tüketmek üzerinedir. Tüketim kültürü, tüketimin bir göstergeler ve semboller ağı olarak gündelik hayata nüfuz ettiği modern toplumların kültürüdür. Bu noktada Jean Baudrillard, tüketimi kodlar ve kurallarla düzenlenmiş bir göstergeler sistemi olarak açıklamaktadır. Tüketim tarzları kişilerin kimliklerinin birer unsuru haline gelmektedir. İnsanlar günümüzde kimliklerini ifade etmek amacıyla metaları kullanmakta ve kişilerin toplum içindeki statüsü tükettikleri ürünlerin markaları ve değerleri ile ölçülmektedir. Bu durumu Aydoğan (2005:25) Klein'den yaptığı alıntıda şu şekilde açıklamaktadır. Özellikle

1990'lardaki marka çılgınlığı dalgasıyla herhangi bir markanın bir tavır, bir görünüm ve bir değerler bütünü olduğu savunulmaya başlanmıştır. *Naomi Klein, Diesel firması sahibinin bir dergiye verdiği söyleşiden şunları aktarıyor. Biz ürün satmıyoruz, biz yaşam biçimi satıyoruz. (...) Diesel kavramı her şeydir. Yaşama biçimidir, bir şeyi yapma biçimidir*. Klein'in bu açıklaması ortaya tüketim ideolojisi kavramını çıkarmaktadır. İnsanlar toplum içinde kendilerini gösterebilmek, fark edilmek, tercih edilmek, beğenilmek, vb. amacıyla tüketime yönelmekte, tükettikçe toplum içindeki statüsü, konumu tükettikleri ile ölçülür hale gelmektedir. Televizyon dizileri, bireylere tüketilecek sonsuz tüketim maddeleri vasıtasıyla yeni yaşam şekilleri ile ilgili sunumlar yaparak kişileri tüketim dünyasının içine davet etmektedirler. Bu davetin gerçekleşmesinde televizyon dizileri öncül programlar arasında yer almaktadır. Tüketim ideolojisinin özünde, ihtiyacın kadar olanı değil, ihtiyacından fazlasını tüketmek vardır. Günümüzde artık kişiler birbirlerini kişilik özelliklerinin sergilenmesine imkan sağlayan tutum ve davranışlar yerine, gösterilebilir ve sergilenebilir olan göstergelerle yargılamaktadır. Bu göstergeler ise sembolik değeri olan metalardır. Tüketim kültürünün kullanımıyla ortaya çıkan sonuç insanların kullandıkları mal ve hizmet ile değerlendirilmesine yol açmaktadır. Bu da ortaya gösterişçi tüketim kültürünü çıkartır. Theorstein Veblen'in ünlü "Gösterişçi Tüketim" kuramı, 'gösteriş' kavramı aracılığıyla bu konuya dikkat çeker. Veblen'in kuramına göre, modern yaşamda insanların birbirlerini kıskandırma politikaları üzerine inşa edilen çark, gösterişin üzerine inşa edilmiştir. Veblen'e göre, modern toplumda zevkler ve modalar, sermaye sahibi, serbest zamanlı bir sınıf tarafından toplumun diğer kesimlerine dayatılmaktadır. Bu serbest zamanlı sınıf, parasal gücünü göstermek için kıskandırmacı bir tutumla, ısrafa varacak biçimde tüketimde bulunur ve bununla övünür (Aydoğan, 2005:29). Veblen zenginlerin temel ihtiyaçları karşılamanın ötesinde, sosyal statü ve zenginliği başkalarına göstermek amacıyla yaptıkları pahalı mal ve hizmet tüketimini bu terimle adlandırır. Bunu çok iyi bir şekilde fırsata çeviren bilinç yöneticisi konumundaki reklamcılar, pazarlamacılar, televizyon program yapımcı ve yönetmenleri, vb. kişiler insanlara sürekli bu mesajı vererek onları tüketime yönlendirmektedir.

Yayıncılık sistemi genel olarak kar etme prensibi üzerine kuruludur. Bu prensibin temelinde kapitalist sistemin büyümesi ve gelişmesi için yayıncı kuruluşların kapitalist sistemi desteklemesi, kapitalist sisteminde yayıncı kuruluşları desteklemesi söz konusudur. Bu döngünün içinde programların, dizilerin içinde bol bol marka olmuş ürünlerin spiker, sunucu, oyuncular tarafından kullanıldığı bir dünya fotoğrafı sunulur izleyicilere. Bu sistemin hem büyümesi, hem yaşamını devam ettirmesi, hem de zenginleşmesi için gerekli ön koşuldur.

Televizyon kanalları, 'zengin hayatın' imgelerini, tüketime dayalı hayatın sunumunu, her türlü televizyon programında izleyicisine aktarmışlar ve de aktarmaya da devam etmektedirler.

2002 yılında ATV'de yayınlanmaya başlayan ve Mart 2003'e kadar prime-time kuşağının en çok izlenen ilk on programı arasında kalmayı başarabilen Asmalı Konak dizisi tüketim kültürünün hem sunumuna, hem yaygınlaşmasına, hem de kullanımına güzel bir örnektir. O yıllarda, tur operatörleri dizinin çekildiği Kapadokya bölgesindeki tarihi konağı tur programlarına eklemişlerdi. Birçok insan işini gücünü bırakıp Kapadokya'ya gelmekte ve çekim yapılan evi ziyaret etmekteydi. Öte yandan yoğun izleyici ilgisi nedeniyle çekimler sırasında çok sayıda güvenlik elemanı görev yapmaktaydı. Ürgüp Belediyesi daha da ileri giderek, çekim mekanına yakın bir bölgeye Asmalı Konak Anıtı dikti ve törenle açtı. Kapadokya ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde bazı eşarplar "Sümbül Hanım Eşarbı" olarak tanıtılıp satılmaya başlanırken, Dicle karakterinin kullandığı göz sürmesi nedeniyle bazı tezgahtarlar "Dicle'nin hakiki sürmesi burada" ilanını asmaya başlamışlardı. Ana karakter Bahar lenf kanserine yakalanıp, senaryo gereği ABD'ye tedavi olmaya gidince, Sağlık Bakanlığı açıklama yapma gereği duymuş ve "Dizideki karakterlerden Bahar'ın yakalandığı lenf bezi kanserinin Türkiye'de tedavisinin mümkün olduğu ve % 98 oranında başarı sağlandığı" belirtilmişti (Akt. Ünal, 2009: 108). Aslında bir dizi filmin toplum içerisinde ne kadar etkili bir ikna ve kamuoyu oluşturma aracı olduğunu göstermesi adına önemlidir.

YÖNTEM

Çalışmada, televizyonda yayınlanan diziler arasında tüketimin yoğun olarak konu edildiği yaşamlar ve televizyonun tüketim kültürüne etkilerinin çözümü amaçlanmaktadır. Gerçekleştirilen bu çalışma ile, televizyon dizilerinin tüketimi nasıl özendirdiği, tüketimi nasıl arttırdığı ve gösterişçi tüketim olgusunun nasıl gerçekleştiği ele alınmıştır. Çalışmanın evrenini Yasak Elma dizisinin 26 Temmuz 2018 tarihindeki ilk bölümünden, 24 Mayıs 2019 tarihine dek devam eden sezon finalinin son bölümüne kadar olan toplam 47 bölüm oluşturmaktadır. Araştırmaya örnek olarak seçilen Yasak Elma dizisi amaçlı örneklem kapsamında seçilmiştir. Çalışma, eleştirel söylem analiz yöntemi ile çözümlenmiştir. Çalışmanın 1., 24. ve 47. bölümleri ele alınarak çözümlemesi yapılmıştır.

YASAK ELMA'NIN KONUSU

İki genç kız kardeşin öyküsünün üzerine inşa edilmiş bir dizi filmdir Yasak Elma. Dizide Zeynep, Alihan isminde patronuna aşık olur. Diğer kız kardeş Yıldız ise bir evde hizmetçilik yapmayı kabul eder. Halit ve

Ender çok büyük bir evde oldukça rahat ve lüks bir yaşam sürmektedir. Halit çok tutumludur. Halit, Ender'in isteklerine hayır demez ancak Ender'e aldığı şeyleri sadece sosyeteye gösteriş olarak kullanmasına izin verir. Çift birbirini sevmese de karşılıklı çıkarlar için birlikteyken Ender'in karşısına bir kafede Yıldız çıkar. Yıldız oldukça güzel bir genç kadındır. Ender hemen bir plan kurar. Yıldız, eşi Halit'i kendine aşık edecek, bir otel odasında resimlerini çekecek ve Halit'ten yüklü bir nafaka ile ayrılabilecektir. Çünkü Halit eski eşlerini tek kuruş dahi vermeden boşamıştır. Ender'in estetik uzmanı olan bir sevgilisi vardır. Bu sayede sevgilisi olan estetik uzmanı ile mutlu bir hayat sürebilecektir. Ancak bilmediği bir şey vardır. Yıldız da zengin olmanın hayallerini kurmaktadır ve bu fırsat ona altın tepside sunulmuş olur. Dizide Yıldız'ın Halit'in radarına yavaş yavaş kurnazlıklarla girdiğini, Ender'in de eski mahallesine geri döndüğü görülür. Ender küllerinden doğmak için elinden geleni yaparken, Yıldız'da Halit ile evlenmek için farklı yollar denemektedir. Yıldız'ın zengin olma hayalleri dizinin ilerleyen bölümlerinde onun Halit'in eşi olmasına yol açarken, bitmek bilmeyen para hırsı Alihan'ın Zeynep'in kendisine olan aşkından da şüphe etmesine yol açar. Sınıf çatışması, yükselme hayali ve aşk ilişkilerinin işlendiği dizide, sosyetik entrikalar da Ender adlı karakterin oyunları üzerinden ekrana yansır. Dizinin temelinde olaylar bu eksende devam ederken Halit'in başını döndürecek yeni tipler görülür dizide. Bu da Yasak Elma'nın içindeki oyunları, rekabeti, yarışı arttıran ve kızıştıran malzemelerdir.

DİZİNİN KÜNYESİ

Dizi Türü:	Dram
Yapımcı:	Med Yapım
Yönetmen:	Neslihan Yeşilyurt
Senarist:	Melis Civelek - Zeynep Soyata
Oyuncular:	Talat Bulut = *Halit Argun* Şevval Sam = *Ender Argun* Onur Tuna = *Alihan Taşdemir*
Kanal:	Fox Tv

YASAK ELMA DİZİ FİLMİNİN ELEŞTİREL SÖYLEM ANALİZ YÖNTEMİNE GÖRE ÇÖZÜMLEMESİ

Televizyon dizileri alışveriş çılgınlığının artmasına neden olmakta, tüketimi arttırmakta, ihtiyaçtan fazlası olan ürünlerin satın alınmasına zemin hazırlamaktadır. Nasıl olmasın ki!... Boğaz manzaralı, deniz manzaralı, çok lüks, içi saray gibi döşenmiş, insanın başını döndüren cinsten, çok

büyük, çok gösterişli, çok pahalı evler görürüz dizilerde. Evlerin bahçıvanları vardır, aşçıları vardır, şoförleri vardır, evin bahçesinde çok pahalı otomobilleri vardır. Bu bahse konu dizilerden biriside Yasak Elma'dır. Yasak Elma dizisi İstanbul'un farklı semtlerinde (47 bölüm) çekilmiş olup, önümüzdeki yıl/larda da çekilmeye devam edecektir. Dizinin birinci bölümündeki misafirleri ağırlama sahneleri Hidiv Kasrı'nda çekilmiştir. Dizinin bazı sahnelerinin çekimleri Sarıyer, Beykoz, Beyoğlu gibi farklı bölgelerde gerçekleştirilmiştir.

Dizide öne çıkan mekanlardan birisi olan, İstanbul Boğazı manzarası ile göz dolduran Sinan'ın evi Cihangir'de yer almaktadır. Ev, Beyoğlu sırtlarından Boğaz'ı görmektedir. Dizide tekne sahneleri ise Bebek Yat Marinasında çekilmiştir. Halit'in iş yeri olarak kullanılan bina Kuruçeşme sahilde yer almaktadır. Binanın enfes Kuleli manzarası farklı bölümlerde sıklıkla dikkat çekmiştir. Dizide çok pahalı otomobiller, çok pahalı kıyafetler, çok lüks restoranlar, çok gösterişli mobilyalar, çok pahalı takılar, mücevherler, ofisler, mekanlar, alış veriş merkezleri izlettirilmiştir seyirciye. Hatta helikopterden inerek, çok pahalı otomobile binen başrol oyuncuları Halit ile Yıldız görülür dizinin bir sahnesinde.

Bu izlettirilen şeyler kapitalizmin ve tüketim kültürünün birer temsilidir. Bu temsilin içinde yakışıklı beyler, güzel bayanlar vardır hep. Hep izleyicinin görmek, bakmak, örnek almak ve özdeşleşmek istedikleri gibi sunulur bu karakterler. Bu karakterlerden Yıldız'ın Ender'in evine hizmetçi olarak girdiği ilk günlerde Ender'in gardırobunu görerek kıyafetlerine hayranlıkla baktığı an gösterişçi kültürü tanımlar niteliktedir. Yıldız Ender'in çantalarına bakar, giysilerini inceler, üstüne tutar, bakar. Bu an öykünmenin, güzel ve pahalı olan mallara duyulan özlemin işaretidir adeta. Yıldız'ın Zeynep'e Ender'in evini tarif ederken saray gibi şeker şeker betimlemesi, eve duyulan hayranlığı gözler önüne sermektedir.

Dizide verilen kokteyller, yemekler, davetler hep gösterişçi tüketimi simgeler niteliktedir. Dizide oyuncuların kullandıkları cep telefonları, yemeğe gittikleri restoranlar, taktıkları takılar, kullandıkları mücevherler, misafirlerine verdikleri ziyafetler, konakladıkları oteller, vb. sosyete kültürüne öykünen insanların kıskanacağı kadar etkileyicidir. Yasak Elma'daki ana karakterler hep güzel mekanlarda gezmekte, yaşamakta, yemekte, içmekte, tüketmektedir. Bunun aksi pek sunulmaz bu tarz dizilerde. Geçmiş dönemlerde Paramparça, Asmalı Konak, vb. diziler sözü edilen dünya fotoğrafını sunan güzel örneklerdir. Televizyon dizileri, izleyicisini kendisine uyuşturucu madde gibi bağımlı kılar. Televizyonun karşısında uyuşan beyin, en sonunda televizyondan gelen mesajlar karşısında hipnotize olur. İzleyicisini hipnotize etmeyi başaran dizide ana amaç izleyicinin kendisini dizinin içinde bir yerlere konumlandırmasıdır.

Dizinin içinde kendine uygun bir yer bulan izleyici artık başrol ve/ya karakter oyuncu/larla özdeşlik kurarak tarafını belli eder. Tarafında olduğu oyuncu gibi yemek, içmek, giymek, gezmek, eğlenmek, oynamak, harcamak, kısaca tüketmek ister. Bu yüzden de televizyon dizilerinin ana gayesi yeni tüketiciler üretmek ve tüketime hizmet etmektir. Dizilerde bazen ortaya çıkan, birbirleriyle yarışan, birbirini ezen, ezdikçe beğeni kazanan, insan tipleri görülür. Yasak Elma dizisinde zengin başrol oyuncusu Halit'in eşleri ve sevgilileri arasında bahse konu dünyayı görmek mümkündür. Ender, Yıldız, Şahika arasındaki entrikalar, oyunlar, hileler, düzenler hep hedefe varmak içindir. Halit'e yakın olmak. Halit ile evli olmak için. Bu yarışı kazanmanın tek yolu tüketim sürecine katılmaktan geçmektedir. Nasıl bir tüketim? Daha iyi, daha güzel, daha modern, daha şık, daha yakışıklı, daha kendinden emin, daha gösterişli, daha albenili, daha sağlıklı, vb.. Hepsi insanların kendilerini karşı tarafa daha havalı, daha albenili, daha şık göstermek için sergiledikleri tutum ve davranışlardır. Burada bir noktanın altını çizmek gerekir. Sosyetenin ve zengin kişilerin aralarındaki bazı evliklerin nasıl olduğunu görmeye imkan sağlayan bir sahne vardır. Halit ve Ender misafirlerine davet verir. Davet biter. Misafirler gider. Halit Ender'den parmağındaki elmas yüzüğü çıkarıp kendisine vermesini ister. Halit Ender'e yüzüğü kasaya koyacağını söyler. Ve yüzük bana ait. Sen sadece yüzüğü takabilirsin der. Ender ise Halit'e bana hediye altında, ama kendine alıyorsun öyle mi? der. Ender'in sorusuna karşılık Halit'in bu her zaman böyleydi!.. sözü aralarındaki ilişkinin hem görülmesine fırsat sağlayan hem de kapitalizmin ne olduğunu izleyicilerin görmesine imkan tanıyan bir yapıyı sunmaktadır. Tüketim kültürünün içinde ihtiyaçların giderilmesi önemlidir. Ama!.. Bir tık üstünde haz almak, mutlu olmak vardır. Haz ve mutluluğun sağlanmasında egoların tatmini önemlidir.

Bu tatminin sonucunda ortaya gösterişçi tüketim çıkmaktadır. Dizide ana karakterler, Halit, İpek, Ender, Şahika, Alihan vb. karakterlerde görülen kıskandıran bir eda ve tavır içinde yapılan tüketim kültürünün kendisini gösterdiğidir. Bu kişilerin yediği, içtiği, gittiği, kullandığı, tükettiği ürünlerin markalarını dizinin sonunda yer alan sponsorlar listesinde görmek mümkündür. Bu listede: Atölye No:6, Semih Vintage, Koton, No:147, Matras, Tuba Ergin, Pebin, Network, Cacharel, Ramsey, Mango Man, Kiğili, Mavi, Colin's, Hummel, Efor, Loft, Desa, Nacar, Setre,Slezenger, So chic, Tiffany Tomato, vb. öne çıkan bazı markalardır. Bu markalar dizinin çekildiği mekan, yemek yediği restoran, gittiği cafe, konakladığı otel, dizi oyuncularının giydiği kıyafet, taktığı mücevher, saat, vb. ürünlerdir. Televizyon kültüründe bireye empoze edilen değerler tüketimle ilgili değerlerdir. Televizyon dizi kültüründe, potansiyel izleyicinin niteliği önemli değildir. Kim olursan ol, önemli olan iyi bir tüketici olmaktır. İyi bir tüketici olmanın yolu da dizilerde kişiler gibi tüketmekten geçmektedir.

Televizyonda, özellikle güç ve haz peşinde koşan insana ne kadar sahipse o kadar güçlüsü ve hükmedici olabileceği mesajı verilir. İnsanlar gerçek hayatta bu gücü yakalamak için gönüllü olarak tüketime katılır. Yasak Elma'da güç Halit'in elindedir. Halit'in gücünden pay almaya çalışan kadın karakterlerin çekişmesi tüketime dayalı gücü kullanabilmek için verilen mücadele üzerine inşa edilmiştir. İzleyiciler ise bu kültürün içinde tüketmekte ve tükenmektedir.

SONUÇ

Tüketim kültürünün yaygın olduğu toplumlarda pazarlanmak istenilen mal ve/ya hizmetlerin tüketicilere ulaştırılması sadece reklamlar yoluyla değil, ayrıca televizyon programları özellikle de televizyon dizileri ile gerçekleştirilebilmektedir. Reytingi yüksek olan dizilerde oynayan karakterlerin toplumun büyük bir kesimi tarafından kabul gördükleri bilinmektedir. Bunu bilen televizyon program yapımcıları, yönetmenleri, reklamcıları, pazarlama iletişimcileri vb. bilinç yöneticileri dizi filmlerde yaratılan karakterler ile izleyicilere sunulan tüketim kültürüne özgü değerlerin, tüketim kalıplarının, yaşam tarzlarının, vb. topluma daha kolay benimsetilebileceğini düşünmektedirler. Topluma aktaracakları mesajlar ile tüketime yeni bir yol açarak tüketicilerden o yoldan gitmelerini arzulamaktadırlar. Bu kapsamda ele alınan bu çalışmada televizyon dizilerinin tüketim kültürü üzerine etkileri konusunda örnek olarak Yasak Elma dizisi seçilmiştir. Dizinin çözümlemesi sonucunda ortaya çıkan bulgular aşağıdaki gibidir. Yasak Elma'nın içinde yer alan karakterlerin sosyo-ekonomik durumları Türkiye ortalamasının üzerindedir. Bu durum dizide rol alan kişilerin tüketim davranışı boyutunda yemek, içmek, giyinmek, eğlenmek, tüketmek konusunda Türk insanından farklı bir tutum ve davranış sergilediğini göstermektedir. Bu da Yasak Elma dizisi izleyicilerinin diziye öykünmelerini sağlayacak bir durumu ortaya çıkartabilmektedir. Dizide gösterişçi tüketim yoğun olarak gerçekleşmektedir. Gösterişçi tüketimin izleyicisi pozisyonunda olan kişilerin dizideki karakterlere imrenmesi, onlar gibi olmak istemesi mümkündür. Özellikle dizideki mekanlar, evler, arabalar, takılar, mücevherler, kıyafetler, vb. gösterişçi tüketimin birer taşıyıcısı konumundadır. Bu da Yasak Elma dizisi izleyicilerinin hem tüketme isteğini kamçılayacak hem de dizideki karakterlere imrenecek ve kıskanacak bir durumu ortaya çıkartabilecektir.

Gösterişçi tüketim kültürünün içinde yer alan bazı kesimler için tüketmek ve tüketirken kıskandırmak bir hayat biçimidir. Dizideki Ender, Yıldız, gibi karakterler arasında kıskandıran tüketim anlayışı ile ortaya çıkan rekabette birbirleriyle yarışan, birbirini ezen, ezdikçe beğeni kazanan, insan tipleri görülür. Ender ve Yıldız gibi karakterler için bu kültür bir yaşam

biçimidir. Reklamlarda para ile yapılan mal ve hizmetlerin tanıtımını gören izleyici reklama kuşku ile yaklaşırken, dizilerde sevdiği karakterlerin kullandığı ürünleri görünce, karakterler ile özdeşleşme isteğinden dolayı mal ve hizmetleri kolaylıkla benimseyebilmektedir. Yasak Elma dizisinde de Talat Bulut, Şevval Sam, Onur Tuna, Eda Ece gibi sevilen sanatçıların hem tüketim, hem de kıskandıran tüketimin birer temsilcisi gibi dizideki rollerinden dolayı izleyiciler için birer özdeşleşme aracı olduğunu söylemek mümkündür. Televizyon dizileri, toplumsal yapı içinde değişimin lokomotifi olabilmektedir. Dizilerdeki karakterlerin reklamlarda kullanılmasıyla bireylerdeki gerçeklik değişebilmektedir. Ayrıca reklamlarda izleyiciler tarafından büyük ilgi gören dizi karakterlerinin kullanılmasıyla tüketim kültürünün topluma kabulü kolaylaşmaktadır.

KAYNAKÇA

Argın, Ş. (1992). Boş Zamanın Anlamı Üzerine Notlar. Birikim, 43, 29-41.

Aydoğan, F. (2005). Medya ve Tüketim Kültürü Üzerine Eleştirel Bir Analiz, Türkmen Kitabevi, İstanbul.

Aytemur, S. (2000). Reklamın İyisi Kötüsü Olmaz, Media Cat Yayınları, İstanbul.

Baudrıllard, J. (1997). Tüketim Toplumu, (Çev. Hazal Deliçaylı-Ferda Keskin), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

Erdoğan, İ. ve Korkmaz, A. (2005). Popüler Kültür ve İletişim, Erk Yayınları, Ankara.

Geraghty, C. ve Lusted, D. (1998). The Television Studies Book, Arnold Publication, Newyork.

Gürgen, H. (1990). Reklamcılık ve Metin Yazarlığı, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir.

Kula, N. (2012). TV Dizileri Yoluyla Yeniden Üretilen Tüketim Kültürü, Tarih Kültür ve Sanat Araştırmaları Dergisi, 1(4), s.507-530.

Mills, W. (1974). İktidar Seçkinleri, (Çev. Ünsal Oskay), Bilgi Yayınevi, Ankara.

Mutlu, E. (1991). Televizyonu Anlamak, Gündoğan Yayınları, Ankara.

Mutlu, E. (2008). Televizyonu Anlamak, Ayraç Yayınları, Ankara.

Odabaşı, Y. (2006). Tüketim Kültürü. Sistem Yayınevi, İstanbul.

Solomon, M., Gary, B. ve Soren, A. (1999). Consumer Behavior, A European Perspective, Prentice Hall Europe, Newyork.

Tomlinson, J. (1999). Kültürel Emperyalizm, (Çev. Emrehan Zeybekoğlu), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

Ünal, Y. (2009). Tüketim Toplumuna Geçişte Televizyonun Sosyo-Ekonomik Rolü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Sinema-Tv.

Yıldırım, E. (2019). Televizyon Dizilerinde Estetik Bir Öğe Olarak Jenerik (Açılış) Müziğin Kullanımı, (Ed. Melda Cinman ve Ezgi Dinçerden), İletişim Çalışmalar 1, Akademisyen Kitabevi, s.1-16.

BİLİMSEL YÖNETİME GENEL BİR BAKIŞ

Esin CEYLAN[1]

1 Selçuk Üniversitesi, Beyşehir Ali Akkanat Meslek Yüksekokulu, Yönetim ve Organizasyon Bölümü, esinceylan@selcuk.edu.tr

BİLİMSEL YÖNETİME GENEL BİR BAKIŞ

Esin CEYLAN[1]

GİRİŞ

Yönetim olgusu insanlık tarihi kadar çok eski bir geçmişe dayanmaktadır (Parlak, 2016:2). İnsanın yaşam sürdürdüğü her yerde çeşitli amaçlara yönelik farklı yöntemler kullanılarak yönetim faaliyetleri uygulanmıştır. Yönetim, insanların bireysel olarak gerçekleştiremeyecekleri amaçları bir grup ile birlikte gerçekleştirebilme çabasından doğmuştur (Besler, 2013:3). Bu doğrultuda yönetim için *" en az iki insanın olması, bunlardan birinin yöneten diğerinin yönetilen rolünü üstlenmesi"* gerekmektedir (Saruhan, 2013: 3).

Bir bilim dalı olarak yönetim 20. yy başlarında kabul görmeye başlamıştır (Öztaş, 2017: 17a). Evrensel bir '*süreç'* olan yönetim (Mucuk, 2008: 128), toplumsal hayat kadar köklü bir *'sanat'* ve aynı zamanda gelişimini devam ettirmekte olan bir '*bilim'*dir (Genç, 2013:18). Yönetim, *"başta insanlar olmak üzere parasal kaynakları, donanımı, demirbaşları, hammaddeleri, yardımcı malzemeleri ve zamanı birbiriyle uyumlu, verimli ve etkin kullanabilecek kararlar alm ve uygulatma süreçleri"* (Eren, 2009:3) ile "*işletme amaçlarının gerçekleştirebilmesi için planlama, örgütleme, yürütme, koordinasyon ve denetim fonksiyonlarına yönelik kavram, ilke, teori, model ve tekniklerin sistemli bir şekilde gerçekleştirilmesiyle ilgili uygulamaları"* (Dinçer ve Fidan, 2009:22) içeren "*belli bir amaca ulaşmak isteyen birden fazla insanın gerçekleştirdiği işbirliğine dayanan faaliyetler"* (Parlak, 2016:2) olarak açıklanmaktadır.

Yönetim, uygulamaya yönelik bir bilim olması sebebiyle amaçları da "*teorik*" ve "*pratik*" olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Teorik amacı; yönetsel etkinlik ve verimliliği buna bağlı olarak da örgütsel etkinliği artırmaktır. Bu bağlamda etkinlik, herhangi bir faaliyetin amaca ulaşma derecesi (Güney, 2000:76), verimlilik ise üretim sürecinde gerekli olan girdiler ile bu sürecin sonunda elde edilen çıktılar arasındaki ilişkisidir (Yükçü ve Atağan,2009:4). Pratik amacı ise, rasyonellik (ussallık) kavramına dayalı kalmasıyla açıklanmaktadır (Parlak, 2016: 16).

1 Selçuk Üniversitesi, Beyşehir Ali Akkanat Meslek Yüksekokulu, Yönetim ve Organizasyon Bölümü, esinceylan@selcuk.edu.tr

Tablo 1: *Yönetim Yaklaşımlarında Amaçlar*

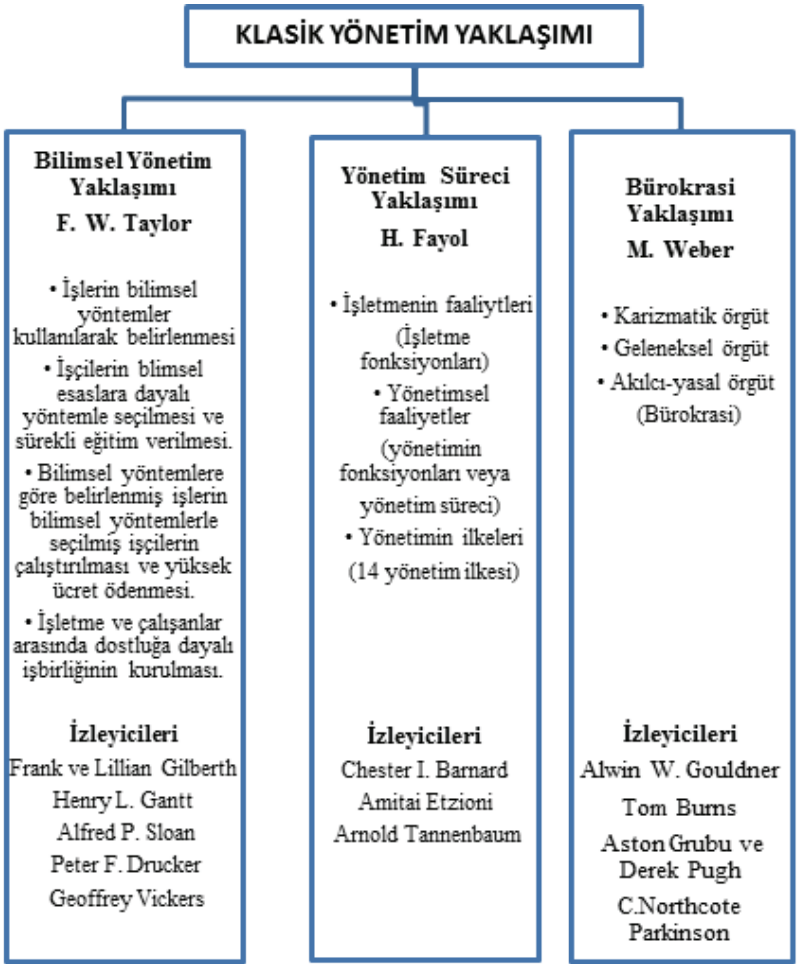
Klasik Yönetim Yaklaşımı	Etkinlik ve Verimlilik
Neo-Klasik Yönetim Yaklaşımı	Etkinlik ve Verimlilik + Çalışanların Tatmini
Modern Yönetim Yaklaşımı	Etkinlik ve Verimlilik + Çalışanların Tatmini + İşyerinde Demokrasi
Modern Sonrası Yönetim Yaklaşımı	Etkinlik ve Verimlilik + Çalışanların Tatmini + İşyerinde Demokrasi + Organik ve Açık Sistem

Kaynak: *PARLAK, Bekir (2016). Yönetim Bilimi ve Çağdaş Yönetim Teknikleri (3.Baskı). İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım, (s. 17).*

1. KLASİK YÖNETİM YAKLAŞIMI

Klasik Yönetim Yaklaşımı mekanik örgüt yapısı ile sosyal bir sistem olarak ele alınan organizasyonların daha önceden belirlenmiş olan ilkelere göre faaliyet göstermesi anlayışına dayanmaktadır (Genç, 2013:42). Bu ilkelere uyulmadığında örgütlerde etkinlik ve verimliliğin azalacağı iddia edilmekte olup ilkelerin her yerde ve her örgüt yapısı için kabul göreceği savunulmaktadır. Bu bağlamda yönetim ilkelerinin *"evrensel"* bir nitelik taşıdığını vurgulamaktadır (Parlak, 2016: 67).

Klasik Yönetim Yaklaşımı içerinde yer alan Bilimsel Yönetim Yaklaşımı, Yönetim Süreci Yaklaşımı ve Bürokrasi Yaklaşımı'na ilişkin genel bilgiler Şekil 1'de yer almaktadır.



Şekil 1: *Klasik Yönetim Yaklaşımının Öncüleri ve İzleyicileri*

Kaynak: *Saruhan, Ş. C. (2014). Klasik ve Neo-Klasik Yönetim Kuramları. Baraz, B. ve Şakar, A. N. (Ed.). İşletme Yönetimi (3. Baskı). (s. 36-79). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını, (s. 38).*

Klasik Yönetim Yaklaşımı'nda egemen olan iki önemli görüş bulunmaktadır. Birincisi, işletme faaliyetlerinde etkinlik ve verimliliğin artırılmasıdır. İkincisi ise bu amacı gerçekleştirebilmek için de formal örgüt yapısı ve yönetim faaliyetlerinin düzenlenmesidir (Koçel, 2018:219).

1.1. Bilimsel Yönetim Yaklaşımı

Bilimsel Yönetim Yaklaşımı'nın öncüsü F. W. Taylor'dur (Genç, 2013:44). Taylor, işletmelerde oluşan israfı ve kayıpları en alt düzeye indirmeyi hedeflemiş ve verimliliği artırmaya yönelik çalışmalar üzerine yo-

ğunlaşmıştır (Besler, 2013:9). Bu amaçla ilk olarak verimsizliğin nedenleri tespit edilmiş daha sonra da verimsizliğe karşı çözüm yolları araştırılmıştır (Öztaş, 2017b:95).

Taylor, sanayi işletmelerinde yapmış olduğu çalışmalarını 1911 yılında Bilimsel Yönetimin İlkeleri (The Principles of Scientific Management) kitabında özetlemiştir (Eren, 2009: 23). Taylor'un Bilimsel Yönetim İlkeleri şöyle özetlenebilir (Morgan, 1997:27):

- İşin örgütlenmesinde sorumluluğunu işçiden yöneticiye aktarılması,
- İşin verimli bir biçimde yapılması bilimsel yöntemler kullanılmalı,
- Bu şekilde tasarlanan işi yapabilecek en iyi kişinin seçilmesi,
- İşte verimliliğin artması için işçinin eğitilmesi, gerekli olan iş prosedürlerinin takip edilmesi ve hedeflenen sonuçlara ulaşmak için işçinin performansının izlenmesi.

Taylor, bu teorik ilkelerin pratiğe dönüşü sağlayacak olan Bilimsel Yönetim Yaklaşımı'nı, "*tecrübe yerine bilim, anlaşmazlık yerine ahenk, bireycilik yerine işbirliği, kısıtlı üretim yerine maksimum üretim, bireylerin ulaşabilecekleri en yüksek verimlilik ve refah düzeylerine ulaştırmak"* olarak tanımlamaktadır (Genç, 2013: 45).

Bilimsel Yönetim Yaklaşımı'nda *"insan*" üretim sürecinde kullanılan diğer girdilere yardımcı olacak bir araç olarak görülmüştür. Çalışanların işe teşvik edilmesi için de tek motivasyon kaynağının ekonomik etkenler olduğu tespit edilmiştir. İşletmelerde rekabet ortamı oluşturulmuş buna bağlı olarak çalışanlar daha fazla kazanç elde edebilmek için daha fazla çalışmak durumunda kalmışlardır. Bu şekilde bireysel performans ölçümü sağlanmış ve standartların altında kalan çalışanlara kınama ve işten çıkarma yöntemleri uygulanmıştır (Aycan vd.,2016:22).

Sonuç olarak Bilimsel Yönetim Yaklaşımı, işletmelerde alt düzeyde ki işlerin düzenlenmesi, çalışanların bu amaçla seçilmesi ve eğitilmesi, iş ortamının duruma göre yeniden düzenlenmesi ve ücret sisteminin oluşturulması gibi konuları kapsayan ilkeler geliştirmişlerdir (Parlak, 2016:69). İşletmelerde bu ilkelerin uygulanması ile üretimde artışlar meydana gelmiştir. Bu gelişme de Bilimsel Yönetim Yaklaşımı'nın kısa zaman içerisinde yaygın hale gelmesinde etkili olmuştur (Şimşek ve Çelik, 2016:152).

1.2. Yönetim Süreci Yaklaşımı:

Yönetim Süreci Yaklaşımı'nın öncüsü, H. Fayol'dur (Koçel, 2011:211). Fayol, çalışmalarını Sınai ve Umumi İşlerde İdare (Administration Industrielle et Generalle) isimli kitabında açıklamıştır (Öztaş,2007b:112). Kitapta yöneticiler için yerine getirmeleri gereken bir takım yönetim faaliyetlerini ayrıntılı olarak ele alınmış bu faaliyetler de fonksiyonlarına ayrılarak anlatılmıştır (Eren, 2009:24).

Fayol, işletmelerde etkinlik ve verimliliğin artırılması konusunda Taylor gibi araştırmalar yapmıştır. Ancak Taylor'dan farklı olarak işletmeye en üstten bakarak etkili bir yönetim ve örgüt yapısının nasıl oluşturulabileceği konusuna odaklanmıştır (Besler, 2013:9). Bununla birlikte Fayol, işletmeyi yönetmek ve birim yöneticilerinin yapması gereken ilke ve kuralları açıklamaktadır. Taylor ise yöneticilerden ziyade daha çok çalışanların iş yaparken uyması gereken ilke ve kurallar üzerinde durmuştur (Eren, 2009:24-25).

Fayol'a göre büyük, küçük, basit, karmaşık tüm sanayi işletmelerinde faaliyetler altı kısımda toplanmaktadır (Fayol, 2016:27):

1. Teknik Faaliyetler (üretim, ürün, nakliye)
2. Ticari Faaliyetler (alım, satım, değişim)
3. Mali Faaliyetler (sermaye bulma ve sermayeyi etkin kullanma)
4. Güvenlik Faaliyetleri (çalışanları ve malları korumak)
5. Muhasebe Faaliyetleri (muhasebe defterleri, bilanço, maliyet vs.)
6. Yönetim Faaliyetleri (planlama, örgütleme, yürütme, koordinasyon, denetim)

Fayol'un işletme faaliyetlerini sınıflandırmasının temel amacı, yönetim faaliyetlerini diğerlerinden ayırmak ve yönetimi oluşturan unsurları tespit etmek olmuştur (Keskin vd., 2016:170). Fayol yönetimi, "*planlama", "örgütleme", "yürütme", "koordinasyon" ve "denetim"* olmak üzere 5 fonksiyona ayırmıştır. Bu fonksiyonlar şöyle açıklanabilir (Fayol, 1917; Fayol, 2016):

Planlama: Geleceği öngörerek yapılacak işler için faaliyet programının hazırlanmasıdır. Planlama yönetim faaliyetinin önemli bir aşamasını oluşturmaktadır. Planlama sürecinde ilk olarak hedefler tespit edilir. "Ne yapılacak?" sorusuna cevap aranır Daha sonra ise bu amaçlara ulaşmak

için "kim"in (çalışanların/birimlerin) "ne zaman", "nerede", "neyi", "nasıl" ve "niçin" yapması gerektikleri (5N+1K) belirlenmeye çalışılır.

Örgütleme: İşletmelerin maddi ve beşeri yapısını oluşturmaktadır. İşleri organize etmek için gerekli olan malzeme, sermaye ve işgücü gibi girdilerle donatılmasıdır.

Yürütme: Planlama safhasında belirlenen hedeflere ulaşmak için gerekli olan faaliyetlerin başlatılmasıdır.

Koordinasyon: İşletmede yapılacak olan tüm faaliyetlerin birbirleri ile uyumlu hale getirilmesidir.

Denetim: İşletme faaliyetlerinin önceden belirlenmiş olan planlarına ve gerçekleştirilecek amaçlarına uygun olarak yapılıp yapılmadığının tespit edilmesidir.

Fayol, yönetimi bir süreç olarak ele almıştır (Genç, 2013:45). Yöneticilere yönetim sürecini yerine getirirken uymaları gereken ilkeler belirlemiştir (Fayol, 1917; Fayol, 1949; Fayol, 2016).

İş**bölümü ve Uzmanlaşma:** İşin en küçük birimlerine ayrılıp her birinin bir işgören tarafından yapılmasıdır (Şimşek ve Çelik, 2011:165).

Yönetim **Birliği:** Birbirine benzeyen ve aynı amaç için yapılmakta olan işlerin yönetici tarafından yerine getirilmesidir (Genç, 2013:46).

Merkeziyetçilik: Kararların tek bir merkezde alınması, gücün ve yetkinin aynı merkezde toplanmasıdır (Öztaş, 2017b:124).

Yetki ve Sorumluluk: Bir kişiye emir verme hakkı veya işi başkasına yaptırma gücü "*yetki"* yi (Şimşek ve Çelik, 2011:164), istenilen işi yapma, emredilen görevi yerine getirme veya yasaklanan bir işi yapmama durumu ise "sorumluluk" (Parlak, 2016:72) olarak açıklanmaktadır.

Hiyerarşik Düzen**:** Yönetimde ast-üst ilişkisi hiyerarşiyi olarak ifade edilmektedir (Paşaoğlu, 2013:5). Hiyerarşik Düzen ise işletmede en üst kademeden en alt kademeye kadar uzanan kumanda zincirini açıklamaktadır (Tüzün, 2017:17).

Kumanda Birliği: Bir işletmede her astın sadece bir üstten emir almasını ve aynı şekilde sadece bir üste karşı sorumlu olmasını açıklamaktadır (Koçel, 2011: 218).

Genel Çıkarların Kişisel Çıkarlara Üstünlüğü: İşletmenin ve işgörenlerin farklılık göstermektedir. İşletme, faaliyetleri sonucunda amaçlarını gerçekleştirmeye çalışırken işgörenler de özel çıkarlarını korumaya çalışırlar. Bu gerekçeyle işleme amaçlarının işgörenlerin ferdi menfaatlerinden ayrı tutulması gerekmektedir (Genç, 2013:47).

Personelin Ödüllendirilmesi: İşletmede çalışan personellere adil ücret verilmesi ve nitelikli çalışanları destekleyen ödüllendirme sistemin geliştirilmesidir (Şimşek ve Çelik, 2016:155).

Hakkaniyet: Çalışanlara eşit ve adil davranılması gerekmektedir (Genç, 2013:47).

Disiplin: Devamlılık, itaat, rasyonel davranışlar ve çalışanlar ile işletme arasında iş sözleşmesi gereği oluşan saygının gözlemlenebilir temsilidir (Fayol, 2016:48). Fayo'a göre, "*bir örgütte işlerin iyi yürütülebilmesi için disiplin mutlaka şarttır ve hiçbir kurum bundan istisna olamaz*" (Öztaş, 2017b: 126).

Düzen: Bir işletmede maddi ve sosyal düzenin sağlanması gerekliliğidir. Maddi düzen, israfı ve zaman kaybını azaltmaya yöneliktir. Sosyal düzen ise doğru işe doğru personelin seçilmesi ile ilgilidir (Saruhan, 2014:46).

Personelin Devamlılığı: İşletmelerde personelin istikrarlı çalışması esastır. Aksi takdirde personel devinin fazla olması hem yönetsel etkinliği azalmasına hem de işletmenin amaçlarından uzaklaşmasına neden olur (Genç, 2013:47).

İnisiyatif: işletmede çalışanların inisiyatif kullanması bir güç kaynağıdır. Ancak bu durum olumsuz sonuçlara da sebep olabilmektedir Saruhan, 2014:46).

Birlik ve Beraberlik Ruhu: Fayol birlik ve beraberlik ruhunu " *bir örgütteki çalışanlar arasındaki uyum ve birlik o örgüt için büyük bir güçtür"* (Öztaş, 2017b:128) şeklinde açıklamıştır.

1.3. Bürokrasi Yaklaşımı

Bürokrasi Yaklaşımı'nın gelişimine öncülük eden Max Weber, "ideal tip bürokrasi" üzerine çalışmıştır. Bürokratik örgüt yapılarının temel özel-

liklerini ve ilkelerini tespit ederek bir yapı oluşturmuştur (Parlak, 2016:75). Weber'e göre bürokrasi, "*geniş bir alana yayılmış toplumsal fiil ve hareketlerin, rasyonel ve objektif esaslara uygun olarak düzenlenmesi süreci"* (Baransel,1979:165) dir.

Günümüzde kullandığımız "bürokrasi" kavramı ilk kez, Fransız Ticaret Bakanı Vincent de Gournay tarafından 18. yy'da kullanılmış olup yıllar içerisinde farklı dillere çevrilmiştir (Özer vd., 2015:244). Bürokrasi günlük dilde işlerin aksatılması, gereksiz yazışma ve zaman kaybı yaratan uygulamaları, bugün git yarın gel anlayışını içeren bir kavram olarak kullanılmaktadır (Akt: Şimşek ve Çelik, 2016:157). İşletme alanında bürokrasi, "*belirli özellikleri taşıyan, etkin bir organizasyon yapısı"* (Koçel, 2018: 241) olarak açıklanmaktadır. Bürokratik örgüt yapısının başlıca özellikleri ise şunlardır (Koçel, 2011: 225-226);

- Fonksiyonel uzmanlaşmaya dayalı iş bölümü,
- Açık ve seçik olarak belirlenmiş hiyerarşik yapı,
- İlke ve yöntemeler; tüm kademelerde işlerin nasıl yapılması gerektiğini açıklayan ayrıntılı ve somut ilkeler ve yöntemlerin geliştirilmesi,
- Gayri-resmi ilişkiler,
- Teknik yeteneğe dayalı personel seçimi ve terfi sistemi,
- Yasal yetkinin uygulanması.

Bürokrasi Yaklaşımı'nda Weber örgütleri otorite ilişkileri ile açıklamaktadır (Saruhan, 2014:49). Bununla birlikte "*Sosyal ve Ekonomik Organizasyonun Teorisi"*" kitabında da sosyal yaşantıda insanları etkilemek için yararlanılan otoritenin kaynağını ve türlerini incelemiştir (Koçel, 2018:214). Weber, yetki kavramını çeşitli sosyal etkileme türlerinden ayrı tutarak, "*belli bir grubun belli bir kaynaktan çıkan emirlere itaat etme ihtimali"* olarak açıklamaktadır (Parlak, 2016:78). Otorite/yetki türleri kaynağına göre üçe ayrılmaktadır (Weber, 2017:48).

Geleneksel Yetki: Geçmişe dayalı geleneklerin kutsal sayılmasına ve bu geleneklere bağlı olarak güç sahibi olanların meşruluğuna olan kalıplaşmış inanca dayalıdır (Weber, 2017:48). Bu yetkinin kaynağını geleneklerine bağlı yaşayan toplumlarda töresel yaşam, yöneticilik yapmış olan bir aileden gelme, gelenek ve görenekler oluşturur (Koçel, 2018:241).

Karizmatik Yetki: Karizma, bireyi diğerlerinden ayıran olağanüstü güçlere veya becerilere sahip olabilen nitelik olarak açıklanmaktadır (Weber, 2017:84). Bu yetkinin kaynağı yöneticinin/liderin sıra dışı kişisel özelliklerinden gelmektedir (Öztaş, 2017b:149). Karizmatik liderin emirlerine, kurallarına, düzenine geleneksel yada rasyonel olduğu için değil karizmatik duruşu ve inancından dolayı uyulmaktadır (Parlak, 2016:78).

Yasal Yetki: Demokratik, rasyonel ve yasal düzenlemelerin bulunduğu toplumlarda yer alan yetki türüdür (Eren,2009:27). Yasal yetki sahibi yöneticiler/liderler bir takım yasal düzenlemeler sonucu yetkiye sahip olmuştur. Bu yetki türünde ise itaat, bireyin şahsına değil yasal temellere dayanan yetkiye dayanmaktadır (Şakar, 2013:75).

Weber, bürokratik örgüt tipi için en uygun otorite/yetki türünün yasal yetki olduğunu ifade etmiş ve bu düşüncesini de aşağıdaki gerekçelerle açıklamaktadır (Baransel, 1979:169; Parlak, 2016:78-79):

Yasal Yetki; (i) yönetimde süreklilik sağlamaktadır, (ii) yönetim mevkilerinde bulunanlar yeteneklerine göre yasal olarak seçilmektedirler, (iii) yöneticilere yetkilerini kullanmaları için gerekli yasal imkânlar ve araçlar sağlanmaktadır, (iv) yetkinin amacı ve kapsamı açık ve seçik olarak belirlenmiştir. Diğer iki yetki türü (geleneksel ve karizmatik yetki) ise bireysel ve keyfidir.

Sonuç olarak, Klasik Yönetim Yaklaşımı başlığı alında ele alınan üç yaklaşımın ortak özellikleri aşağıdaki şekilde açıklanmaktadır (Baransel, 1979).

- İnsan dışındaki diğer unsurlar üzerinde durmuşlar, insanı göz ardı etmişlerdir.
- Rasyonellik ve mekanik süreçler etkili olmuştur.
- İşletmeleri kapalı sistem anlayışı ile ele almışlardır.

2. NEO-KLASİK YÖNETİM YAYAKLAŞIMI

Neo-Klasik Yönetim Yaklaşımı, 1920'li yıllarda Klasik Yönetim Yaklaşımı'nda insanın işletmede ki önemini göz ardı etmesine karşın insana, davranışlarına ve örgüt içi sosyal ilişkilere önem veren bir yönetim yaklaşımıdır (Keskin vd., 2016: 179). Aynı zamanda Neo-Klasik Yönetim Yaklaşımı "İnsani İlişkiler Yaklaşımı" olarak da ifade edilmektedir (Koçel, 2011:233).

Bu yaklaşımın temel varsayımları şunlardır (Baransel, 1979); (i) her birey birbirinden farklıdır, (ii) insan davranışları nedene dayalıdır ve neden sonuç ilişkisi ile değerlendirilmelidir, (iii) insan diğer üretim faktörlerinden farklıdır, (iv) örgütler sosyal bir varlıktır, (v) örgüt ve insan arasında karşılıklı bir bağlılık söz konusudur.

Bilimsel Yönetim Yaklaşımı'nda fiziksel ortamın önemi, Neo-Klasik Yönetim Yaklaşımı'nda ise sosyal çevrenin önemi üzerine durulmuştur (Aycan, 2016:24). Ayrıca *"insan"* işletmede bulunan en temel unsur olarak görülmüş, sadece maddi olarak motive edilemeyeceğini, sosyal ihtiyaçlarına da gerekli önem verilmediği takdirde başarıya ulaşmanın mümkün olmadığı sonucuna varılmıştır (Genç, 2013:51).

Neo-Klasik Yönetim Yaklaşımı'nın ilk aşamalarında adımlarının atılmasında ve gelişmesinde çalışmalar yapan düşünürlerin çoğu antropoloji, psikoloji, sosyoloji ve sosyal psikoloji gibi davranış bilimleri temeline dayanan bilim alanlarında uzman kişilerdir (Çelik ve Şimşek, 2016:178).

Hawthorne Araştırmaları: Western Electric kuruluşunun Hawthorne fabrikalarında 1924'te Elton Mayo ve arkadaşları tarafından başlatılan bu araştırma altı kısımdan oluşmaktadır. Bunlar; ışıklandırma deneyleri, Röle Motaj Odası Deneyi, ikinci Röle Motaj Odası Deneyi, Mika Yarma Test Odası Deneyi, Mülakat Programı ve Seri Bağlama Gözlem Odası Deneyi (Eren, 2009:36)'dir. Araştırma ilk olarak Klasik Yönetim Yaklaşımı'nın uygulaması olarak başlamış ancak elde edilen sonuçlar yeni bir yönetim yaklaşımının doğmasına sebep olmuştur. Araştırmacılar Hawthorne fabrikasında ışıklandırma, ısıtma, yorgunluk ve fiziksel yerleşim düzeninin işçilerin verimliliği üzerine etkilerini araştırmak için başlatmışlarıdır. Araştırmacıların başlangıçta ki hipotezleri "ışıklandırma, ısıtma, dinlenme zamanı gibi fiziksel iyileştirmelerin derecesi arttıkça verimlilik de artacaktır" ancak araştırma sonuçlarında hipotez doğrulanmamıştır (Parlak, 2016:87).

Elton Mayo ve arkadaşları bu araştırma ile Taylor'un iddia ettiği gibi, insanların bir makina olmadığını, bu gerekçe ile de çalışma hızlarını bir takım ilkelere bağlayarak verimliliklerini çok arttırılamayacağını aksine işgören verimliliğinin artışında psiko-sosyal faktörlerin yer aldığını ve genel olarak örgütsel verimliliğin artması için de işe değil işgörene önem verilmesi gerektiğini ileri sürmüşlerdir (Şimşek ve Çelik, 2011:195).

Neo-Klasik Yönetim Yaklaşımı'nın organizasyon alanına yaptığı en büyük katkı, *"organizasyon yapısı içinde insanın nasıl davrandığı ve neden o şekilde davrandığı ve yapı ile davranış arasındaki ilişkileri açıklamak olmuştur"* (Parlak, 2016:85).

İnsani İlişkiler Yaklaşımı; Herzberg'in İkili Faktör (Motivasyon-Hijyen) Teorisi, Robert Merton'un Bürokratik Kişilik Teorisi, Douglas McGregor'un X ve Y Kuramı'na ve Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi'ne ilham kaynağı olmuş ve uygulama alanlarını oluşturmuşur (Keskin, vd., 2016:186-190).

3. MODERN YÖNETİM YAKLAŞIMI

Klasik ve Neo-Klasik Yönetim Yaklaşımları'nın yönetim ve örgüt alanında bazı sorunların çözümünde eksik veya yetersiz kalması, yeni bir yaklaşımın doğmasına sebep olmuştur. Bu amaçla Modern Yönetim Yaklaşımı ortaya çıkmıştır (Şerif ve Şimşek, 2011:204).

3.1. Sistem Yaklaşımı

Sistem Yaklaşımı, yönetim alanında yeni bir bilim alanı olmaktan ziyade olayların ve gelişmelerin incelenmesine yardımcı olacak birdüşünce biçimi, yönetim felsefesi, bakış açısı ve bir yaklaşım şeklinde görülmüştür (Immegart ve Pilecki, 1973:30).

Bertalanffy'nin ileri sürdüğü Genel Sistem Yaklaşımı'nın ile işletmeleri kapalı bir sistem olarak ele alan Klasik Yönetim Yaklaşımı yerini yeni bir anlayışa bırakmıştır. (Çetin ve Şeşen, 2017:75). Sistem Yaklaşımı, kuramlarını/ yaklaşımlarını "*modern örgüt ve yönetim kuramları"* aşamasına getirerek örgüt ve yönetim alanına önemli bir katı sağlamıştır (Öztaş, 2017b:207).

Sistem; (i) belirli parçalardan (alt sistem ve alt birimlerden) oluşan, (ii) bu parçalar arasında belirli ilişkiler olan, (iii) bu parçaların aynı zamanda dış çevre ile ilişkisi olan bir bütündür (Akt: Koçel, 2011:248). Sistemi meydana getiren alt parçalara "alt sistem" adı verilmektedir. Alt sistemler, üst sistemin hedefleri doğrultusunda kendilerine düşen görevi, sorumluluğu, işlevi yerine getirirler. Her bir alt sistem diğer alt sistemlerle ve üst sistemle etkileşim halindedir (Öztaş, 2017b:210).

Çevresi ile etkileşim içerisinde olan ve çevre ile arasında enerji, bilgi ve materyal alışverişi olan sistemlere ***"açık sistem",*** çevre ile etkileşimi çok az yada hiç olmayan sistemlere de ***"kapalı sistem"*** denilmektedir (Genç, 2013:54; Öztaş, 2017b, 211). Sistemin sınırları içerisin yer alan yapı ve işleyişi etkileyen faktöre ***"değişken",*** sistemin sınırları dışında olan yapı ve işleyişi etkileyen faktörlere de ***"parametre***" adı verilmektedir (Koçel, 2011:259). Bir sistem içerisinde faaliyetlerin bozulması, dengenin yok olması, karışıklık ve aksamaların olması sonucunda sistem faaliyetlerinin durması yönünde ki eğilim ***"entropi"*** ile açıklanmaktadır (Güney, 2000:72). Sistemin kendisini ölüme, yok oluşa götüren etkilere karşı, onu yeni bir denge nokta-

sına ulaştırarak varlığını devam ettirmesini sağlayan etkiler oluşturmasına da "***negatif entropi"*** denilmektedir. (Öztaş, 2017b:213).

Sistem yaklaşımının yönetim düşünce ve uygulamalarına sağladığı katkılar aşağıda yer almaktadır (Akt: Şerif ve Şimşek, 2011:2010).

- Örgütler çevreleri ile ilişki içerisinde olan birer açık sistem olarak kabul edilmiştir.
- Sistemi oluşturan parçalar arasındaki etkileşim vurgulanmıştır.
- Klasik ve Neo-Klasik yönetim yaklaşımlarının öneri, bulgu ve özelliklerini daha iyi değerlendirip bunların üstünlük ve zayıflıklarının karşılaştırılmasını sağlamıştır.
- Sistem yaklaşımı ile yönetsel düşünceye yeni ve farklı bir bakış açısı gelmiş, yöneticilerin kullanabileceği kavram ve araçların sayısı artmıştır.

3.2. Durumsallık Yaklaşımı

1960'lı yıllarda ortaya atılmış ancak 1980'li yıllarda geliştirilen ve genel kabul gören bir yönetim yaklaşımıdır. Her organizasyonun çevre ve teknoloji gibi farklı unsurların farklı yönetim biçimleri gerektirebileceği temel görüşünü benimsemektedir (Parlak, 2016:120).

Durumsallık Yaklaşımı, her zaman ve her yerde geçerli olan tek bir "***en iyi***" örgüt yapısı ve yöntemi yoktur*; "iyi"* örgüt yapısına/yönetimine ve içinde bulunulan şartlara bağlıdır; örgütün içinde bulunduğu durumun incelenmesi ve duruma uygun olan örgüt ve yönetim biçiminin tercih edilmesi gerekliliği üzerine kurgulanmıştır (Öztaş, 2017b:232). Bu yaklaşımına göre; yönetimde değişik durumlar ve şartlar altında başarılı olmak için farklı kavramların/tekniklerin kullanılması gerekmektedir. Bu nedenle her yerde ve her şartta geçerli olabilecek tek bir en iyi organizasyon yapısı yoktur (Koçel, 2011:273).

İşletmenin faaliyetlerini etkileyebilecek çeşitli dışsal değişkenler bulunmaktadır. Durumsallık Yaklaşımı ***"çevre"*** ve ***"teknoloji"*** üzerine durmuştur (Genç, 2013:55). İşletme ile çevre arasındaki etkileşimi açıklamak için çeşitli bilimsel araştırmalar yapılmıştır.

4. MODERN SONRASI YÖNETİM YAKLAŞIMI

1970'li yılların ortalarından itibaren Yönetim ve Organizasyon alanında çok fazla yeni yaklaşımlar/kavramlar ortaya çıkmıştır (Koçel, 2011:347).

4.1. Organizasyonlarda Çevreye Uyum ve Değişimle İlgili Yaklaşımlar

Organizasyonların değişimi ve çevre koşullarına uyumlarını inceleyen yönetim yaklaşımları "*Adaptasyon (Uyum) Yaklaşımları"* adı altında toplanmıştır (Koçel, 2011:350).

Koşul Bağlılık Kuramı: Her durumda ve her yerde geçerli yönetim ve örgüt yapısının olmadığı savunulmaktadır. En iyi örgüt ve yönetim yapısının içinde bulunulan duruma ve şartlara göre değişeceği açıklanmaktadır (Öztaş, 2017b:232). İşlem Mali**yeti Kuramı:** Ticaret yapan işletmelerin diğer işletmelerle olan alışveriş ilişkilerinde çeşitli tehlikelerden kendilerini nasıl koruduklarını incelemektedir (Akt: Barbak, 2016:331). **Vekâlet Kuramı:** Vekil veya temsilci; işveren tarafından bir sözleşme ile işe alınır ve emeğinin karşılığında belirli bir ücret ödenmektedir. Vekil, işverenin yerine hareket ettiği için işveren karar verme yetkisinin bir kısmını vekile devretmektedir (Meydan ve Bayık, 2016:33). **Kaynak Bağımlılığı Kuramı:** İşletmeler varlıklarını devam ettirebilmek için kendi yapı ve davranışlarını, diğer işletmeler ile arasındaki ilişkiler ve onların davranışlarını açıklamaktadır (Koçel, 2011:352). Örgütsel Ekoloji Kuramı: Aynı kaynaklar için rekabet eden bir işletmelerin oluşturduğu bir endüstri topluluğunu açıklamaktadır (Michael ve Kim; 2005: 114). **Kurumsal Kuram:** Kurumlar sosyal davranışlar için anlam ve devamlılık sağlayan, düzenleyici, kuralcı ve bilişsel yapılar olarak ifade edilmektedir (Scott, 1995:33). **Kaos Kuramı:** Kaos, düzensiz ve aniden ortaya çıkan olaylar olarak açıklansa da tam olarak anlaşılmaz ve rastgele bir olay değildir (Bayramoğlu, 2016:51). Kaos teorisi üzerine çalışanlar, doğanın kendisinin doğrusal olmadığını aksine düzensizliğin var olduğunu ve bu düzensizliği ne olduğunun incelenmesi gerektiğini açıklamaktadırlar. Düzensizliği farklı boyutlarda incelemek gerektiğini de ileri sürmüşlerdir (Akmansoy ve Kartal, 2014: 500). Ağ Kuramı: İnsan ve insan dışındaki tüm varlıkların, etkileşim içinde oldukları alanlarda bulunan diğer varlıklarla aralarında ki ilişkiler aracılığıyla şekillendikleri anlayışa dayanmaktadır (Aker, 2016:25).

4.2. Çağdaş ve Güncel Yaklaşımlar

Yönetim ve organizasyon alanında yeni kavram, teknik ve uygulamaların gelişmesiyle Modern Sonrası Çağdaş ve Güncel Yaklaşımlar adı altında yeni yönetim yaklaşımları geliştirilmiştir (Koçel, 2011:373).

Toplam Kalite Yönetimi: Kalitenin sadece ürün odaklı değil genel olarak tüm işletme faaliyetlerini kapsayacak şekilde ele alınmasıdır (Genç, 2013:57). **Temel Yetenekler:** Bir işletmeyi diğer işletmelerden farklı kılan, işletmenin hedeflerini gerçekleştirmede ana etken olan, rakipler tara-

fından taklit edilmesi zor olan bilgi, beceri ve yeteneği ifade etmektedir (Koçel, 2011:383). **Dış Kaynaklardan Yararlanma:** İşletmeler, kendi uzmanlık alanlarının dışında ki faaliyetleri işin asıl uzamanı olan başka (taşeron) işletmelere yaptırmasıdır (Raynor, 1992:43). **Değişim Mühendisliği:** Süreçlerin yeniden yapılandırılması ve tüm sistemlerin yenilenmesidir (Genç, 2013:57). **Personel Güçlendirme:** İşgörenlerin uzmanlık bilgisini artırarak, fırsatları görmesini ve rasyonel karar almasını sağlayarak güçlü hale getirme ve işe karşı tutumlarını değiştirmektir (Koçel 2011, 410). **Kıyaslama:** Bir işletmenin faaliyet gösterdiği sektördeki en iyi işletmeleri taklit ederek ve kendisini onlarla kıyaslayarak eksikliklerini gidermeye çalışmasıdır (Genç, 2013:57). **Küçülme:** Organizasyon yapısı ile işletme faaliyetlerinin gözden geçirilerek temel yeteneğin dışında kalan faaliyetlerin gerçekleştirildiği bölümlerin kapatılması, tüm süreçlerin incelenerek yeniden şekillendirilmesidir (Gümüştekin, 2004:245-246). Öğrenen Organizasyonlar: Bilginin araştırılması, ulaşılması ve transferi konusunda nitelikli bir yapı özelliğine sahip, oluşan yeni bilginin işletmenin davranışını değiştirmesi olarak açıklanmaktadır (Bedük, 2011:179).

SONUÇ

Sanayi Devrimi ile birlikte üretimde insan gücünün yerini makineler almıştır. Bu sayede üretim miktarı artmış ve büyük fabrikalar kurulmaya başlanmıştır. Fabrikalarda ki çalışan sayısının artması işçi sınıfını ortaya çıkarmış ve çalışanları yönetebilmek için işletme sahiplerinin dışında yöneticilere ihtiyaç duyulmaya başlanmıştır. İlk zamanlarda yönetim eski usul ve yöntemlerle yapılmakta olup zaman içerisinde bilimsel metotlar geliştirilip uygulanmaya başlanmıştır.

Yönetimin bilim olarak ele alınmasında öncülük eden kişi F. W. Taylor'dur. Taylor, işletmelerde verimliliği arttırmak için hareket ve zaman etütleri, teşvikli ücret sistemi, iş bölümü ve uzmanlaşma gibi yöntemler geliştirmiştir. H. Fayol da bu dönem de yönetimi bir süreç olarak ele almıştır. Yönetimi faaliyetlerine ve fonksiyonlarına ayırmıştır. Aynı zamanda M. Weber'de bürokratik örgüt yapısı üzerine çalışmalar yapmıştır. Ancak bu dönemin en belirgin özellikleri; örgütlerin kapalı bir sistem olarak ele alınması, insan unsurunun göz ardı edilmesi ve mekanik süreçler olmuştur.

Daha sonra ki yıllarda örgütsel verimliliği arttırmada ki temel unsurun insan olduğu farkına varılmıştır. İnsana verilen önem artmıştır. Ayrıca örgütlerin dış çevreden etkilenen açık sistem olduğu anlaşılmıştır. Bu bağlamda Sistem ve Durumsallık Yaklaşımları geliştirilmiştir. 1970'li yıllardan sonra yönetim alanında yeni yaklaşımlar ortaya çıkmıştır. Bunlar çevreye uyum yaklaşımları ve modern sonrası çağdaş ve güncel yaklaşımlar olarak açıklanmaktadır.

KAYNAKÇA

Aker, D. Y. (2016). Aktör Ağ Kuramı. Mustafa Polatve Korhan Arun (Ed.). *Yönetim ve Organizasyon Kuramları.* Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

Akmansoy, V. ve Kartal, S. (2014). Kaos Teorisi ve Eğitime Yansımaları: Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Örneği, *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, 14(2), 499-518.

Aycan, Z., Kanungo, R. N. ve Mendonça, M. (2016). Kültürlerarası Bağlamda Örgütler ve Yönetim. Aylin Kayapalı (Çev.). İstanbul: Koç Üniversitesi Yayınları.

Baransel, A. (1979). Çağdaş Yönetim Düşüncesinin Evrimi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi, İşletme Fakültesi Yayınları.

Barbak, A. (2016). İşlem Maliyeti Kuramı. Mustafa Polat ve Korhan Arun (Ed.). *Yönetim ve Organizasyon Kuramları.* Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

Bayramoğlu, G. (2016). Karmaşıklık Paradigması Işığında Örgüt Teorilerinin Yeniden Değerlendirilmesi, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (35), 49-63.

Bedük, A. (2011). *Modern Yönetim Teknikleri (2. Baskı).* Ankara: Gazi Kitabevi.

Besler, S. (2013). Yönetim ve Yönetim Bilimi. Besler, S. ve Oktal, Ö. (Ed.), *Yönetim Bilimi-I (2. Baskı)* (s. 1-22). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını.

Çetin, F. ve Şeşen, H. (2017). Genel Sistem Kuramı ve Örgüt Araştırmaları. H. Cenk Sözen ve H. Nejat Basım (Ed.). Örgüt Kuramları (Genişletilmiş 4. Baskı), İstanbul: Beta Basım.

Dinçer, Ö. ve Fidan, Y. (2009). İşletme Yönetimine Giriş (7. Basım). İstanbul: Alfa Yayınları.

Eren, E. (2009). *Yönetim ve Organizasyon (9. Baskı).* İstanbul: Beta Basım Yayım.

Fayol, H. Henry (1917). Administration Industrielle et Générale. Paris: H. Dunod et E. Pinat.

Fayol, H. (1949). General and Industrial Management. London: Pitman Publishing Company.

Fayol, H. (2016). Genel ve Endüstriyel Yönetim (5. Baskı). M. Asım Çolakoğlu (Çev.). Ankara: Adres Yayınları.

Genç, N. (2013). *Yönetim ve Organizasyon (Güncellenmiş 3. Baskı).* Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Gümüştekin, G. E. (2014). Organizasyonlarda Ölçek Küçültme ve Ölçek Küçültme Çalışmalarında Önem Taşıyan Unsurlar, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,* 12, 245-257.

Güney, S. (2000). *Yönetim ve Organizasyon El Kitabı.* Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Immegart, G. ve Pilecki (1973). *An Introduction to Systems for the Educational Administrator.* Massachusetts: Addison-Wesley Pub. Co.

Keskin, H., Akgün, A. E. ve Koçoğlu, İ. (2016). Örgüt Teorisi. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

Koçel, T. (2011). İşletme Yöneticiliği (13. Baskı). İstanbul: Beta Yayınları.

Koçel, T. (2018). İşletme Yöneticiliği (Genişletilmiş 17. Baskı). İstanbul: Beta Yayınları.

Meydan, C. H. ve Bayık, M. E. (2016). Vekâlet Kuramı. Mustafa Polat ve Korhan Arun (Ed.). *Yönetim ve Organizasyon Kuramları.* Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

Michael, S. C. ve Kim, S. M. (2005). The Organizational Ecology of Retailing: *A Historical Perspective. Journal of Retailing,* 81(2), 113-123.

Morgan, G. (1997). *Images of Organization.* California: Sage Publications.

Mucuk, İ. (2008). *Modern İşletmecilik (Gözden Geçirilmiş 16. Basım).* İstanbul: Türkmen Kitabevi.

Özer, M. A., Akçakaya, M., Yaylı, H., Batmaz, N. Y. (2015). Kamu Yönetimi Klasik (Yapı ve Süreçler), Ankara, Adalet Yayınevi.

Öztaş, N. (2017a). Örgüt *(4. Baskı).* Antalya: Otorite Yayınları.

Öztaş, N. (2017b). Yönetim *(5. Baskı).* Antalya: Otorite Yayınları.

Parlak, B. (2016). *Yönetim Bilimi ve Çağdaş Yönetim Teknikleri (3.Baskı*). İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım. Paşoğlu, D. (2013). Yönetim ve Yöneticilik. Celil Koparal ve İnan Özalp(Ed.). Yönetim ve Organizasyon. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

Raynor, M. E. (1992). *The Outsourcing Solutions.* Canadian Business Review, 19(3), 42-45.

Saruhan, Ş. C. (2013). Yönetim Fonksiyonu. Ürper, Y. ve Besler, S. (Ed.). İşletme Fonksiyonları (1. Baskı). (s. 1-35). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını.

Saruhan, Ş. C. (2014). Klasik ve Neo-Klasik Yönetim Kuramları. Baraz, B. ve Şakar, A. N. (Ed.). İşletme Yönetimi (3. Baskı), (s. 36-79). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını.

Scott, W. R. (1995). *Instituations and Organizations.* CA: Sage Publications.

Şakar, N. (2013). Yetki-Güç ve Yetki Devri. Celil Koparal ve İnan Özalp (Ed.). *Yönetim ve Organizasyon (1. Baskı), (s.70-92).* Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

Şimşek, M. Ş. ve Çelik, A (2011). *Yönetim ve Organizasyon (Genişletilmiş 13. Baskı).* Konya: Eğitim Kitabevi.

Tüzün, İ. K. (2017). Yönetimde Erken Dönem: Klasik ve Neoklasik Yaklaşımlar. (Ed.) H. Cenk Sözen ve H. Nejat Basım. Örgüt *Kuramları* (Genişletilmiş 4. Baskı), İstanbul: Beta Basım.

Yükçü, S ve Atağan, G. (2009). Etkinlik, Etkililik ve Verimlilik Kavramlarınınn Yarattığı Karışıklık. *Atatürk* Üniversi*tesi* İktisadi *ve* İdari *Bilimler Dergisi*, 23(4), 1-13.

Weber, M. (2017). Bürokrasi ve Otorite (8. Baskı). H. Bahadır Akın (Çev.) İstanbul: Liberte Yayın Grubu.

SOSYAL SERMAYE KAVRAMI

Göksu DEMİRCAN[1], Özkan İMAMOĞLU[2]

1 Amasya Üniversitesi Taşova Yüksel Akın Meslek Yüksekokulu
2 Amasya Üniversitesi Taşova Yüksel Akın Meslek Yüksekokulu

SOSYAL SERMAYE KAVRAMI

Göksu DEMİRCAN[1], Özkan İMAMOĞLU[2]

Sosyal Sermaye

Son yıllarda oldukça yaygın bir şekilde kullanılmaya başlayan sosyal sermaye kavramı için söylenebilecek ilk şey, toplumda maddi varlıklar dışında kalan ne varsa onların hepsi olduğudur. Sosyal sermaye, ekonomik ve toplumsal kalkınma, aile ve gençlik sorunları, eğitim ve eğitimde etkinlik, topluluk yaşamı, çalışma hayatı ve örgütlenme, demokrasi ve yönetişim, kollektif eylemler, toplumsallık, ahlaki değerler gibi manevi varlıklar alanı gibi sınırsız bir araştırma alanına sahiptir. Kavramın kapsamındaki bu genişliğe, nasıl tanımlanacağına ilişkin belirsizlikler eşlik etmektedir. Kavram bazen, kökene dayalı cemaat bağlarına, bazen bu ağların dışında çeşitli gönüllü kuruluşlara üyelik gibi örgütlü toplumsal katılımı temsil eden ilişkilere, bazen de formel kurum ve kuralların işleyiş ve etkinliğine işaret etmek için kullanılmaktadır (Özuğurlu 2006: 190).

Sosyal Sermaye Kavramının Tarihsel Kökenleri

Sosyal sermayenin kökeni 18. yy,da A. Smith, A. Burke ve D. Hume'nin çalışmalarına uzanmaktadır. Bu dönemde yapılan çalışmaların ortak özelliği sosyal sermayeye yalnızca sosyal sözleşme temelli kuramsal bir bakış açısıyla değil, ayrıca karşılıklı zorunluluk ve ilişkiler ağının bir karakteristiği olarak bakmış olmalarıdır. Kavram olarak sosyal sermaye ise ilk defa 1916'da okul toplulukları merkezleri konusunda yapılan bir tartışmada kullanılmıştır. Ardından Jane Jacobs'un "The Decline and Rise of American Cities"(Amerikan Şehirlerinin Yükselişi ve Çöküşü) adlı yapıtı, aralarında yakın bağlar olan mahallelerde görülen şebekelere özgü değerleri anlatır. Daha sonraları bu kavram George Homans ve John R. Seeley'in bulunduğu bazı akademisyenler ve yazarlar tarafından kullanılmıştır(Şenkal 2005:793).

On dokuzuncu yüzyıl düşünürlerinin eserlerinde örtük olarak ele alınan, sonrasındaysa Hanifan, Jacobs ve Loury gibi yazarlarca analiz edilen sosyal sermaye kavramı, asıl manasına 1980'li yıllarda Bourdieu ile kavuşmuştur. Kavramı bugünkü popüleritesine kavuşturan bir başka isimse, görüşleri büyük ölçüde Bourdieu'dan etkilenen Coleman'dır. Bu iki yazarı, onlardan etkilenmekle birlikte, sosyal sermaye kavramını Bourdieu ve Coleman'dan farklı olarak daha geniş bir ölçeğe taşıyan Putnam takip etmektedir. Şüphesiz ki sosyal sermayeye ilişkin literatürde bu üç yaza-

1 Amasya Üniversitesi Taşova Yüksel Akın Meslek Yüksekokulu
2 Amasya Üniversitesi Taşova Yüksel Akın Meslek Yüksekokulu

rın dışında da konuya katkısı olan, konuyu derinleştiren, farklı boyutlarını görmemizi sağlayan başka önemli isimler de bulunmaktadır (Eşki 2009:6).

Sosyal sermaye; ülkelerin ekonomik faaliyetlerine, toplumsal hayatın etkilerini ortaya koymayı amaçlayan sosyal içerikli yeni bir iktisadi kavramdır(Karagül ve Masca 2005:38).

Sosyolojik anlamda sosyal sermaye; ekonomik kalkınmayı etkileyen toplumun sahip olduğu normlar, kurallar, ağlar, iletişim ve karşılıklı güven olarak tanımlanmaktadır. Sosyal sermaye kavramı ekonomide ise yeni bir yaklaşıma temel oluşturmaktadır. Sosyal sermaye, etkin bilgi ekonomisi ve öğrenen toplum inşa edilmesinde katılımcı yurttaşlığın önemine ve karşılıklı saygıya vurgu yapmaktadır(KOSGEB 2005:4).

Sosyal Sermayenin Tanımı

Sosyal sermaye kavramı açısından önemli olan üç isim olan Bourdieu, Coleman ve Putnam'ın sosyal sermaye tanımları aşağıda verilmiştir(Ekşi 2009:9-17).

Bourdieu'nun sosyal sermaye tanımı şöyledir:

"Bir bireyin ya da bir grubun, kalıcı ilişkiler ağında, az çok kurumlaşmış karşılıklı tanıma ve tanınmalara sahip olması sayesinde elde ettiği gerçek ya da potansiyel kaynakların toplamıdır, yani böylesi bir ağın harekete geçirmeye olanak sağladığı sermaye ve güçlerin toplamıdır" .

Coleman'a göre sosyal sermaye tanımı şöyledir:

Sosyal sermaye tek bir varlık değildir, ortak iki özelliği olan farklı varlıkların çeşitlenmesidir: Bunların hepsi bir sosyal yapının bazı düzlemlerinden oluşmuşlardır ve bu yapının içindeki bireylerin hareketlerini kolaylaştırmaktadırlar."

Putnam'a göre sosyal sermaye tanımı şöyledir:

"Ortak hedefleri sağlamak amacıyla aktörlerin işbirliği halinde ve etkin şekilde ortak hareket etmesini sağlayan güven, sosyal normlar ve ağlar gibi sosyal örgütlenmenin özelliklerinden oluşmaktadır."

Sosyal sermaye ile ilgili birçok tanım mevcuttur. Sosyal sermaye; en az iki kişi arasında, güvene dayalı bir şekilde kurulabilen iletişim imkanı, biraz daha geniş bir tanımlamayla, toplumu oluşturan fertler, sivil toplum örgütleri ve kamu kurumları arasındaki koordinasyon faaliyetlerini kolaylaştırarak toplumun üretkenliğini arttıran, güven, norm ve iletişim ağı

özellikleri şeklinde tanımlamak mümkündür. Ekonomik açıdan ise sosyal sermaye, kişi ve kurumlar arası güvene dayalı ilişkilerin, ekonomik etkinliğe ve üretime yansıması şeklinde kabul edilmektedir(Karagül ve Maşca 2005:38-39)

Sosyal sermaye, yetenekli insanların toplu olarak hareket etmesi için ağlar ve kuralların varlığına işaret eder. Bu tanımlamanın birkaç anlamı vardır. Birincisi bir program süreci içinde gelişen güven ve karşılıklı ödün çerçevesinde sosyal sermayenin önemli özelliklerini kabul ederken sosyal sermayenin sonuçları üzerinde odaklanmaya yardımcı olur. İkinci olarak bu tanım sosyal sermayenin farklı boyutlarını birleştirmek ve grupların toplumda iyi bir konuma gelmelerine yardımcı olmak için yol gösterir. Üçüncü olarak, bu tanımlama öncelikli bir birim olarak toplumu bireylere, hane halklarına ve devlete karşı sunarken, sosyal sermayenin bireyler ve gruplar tarafından tahsis edilemeyeceğini ortaya koyar (Şenkal 2005:793). Sosyal sermaye olgusu, topluma yön veren ahlaki değerlere, kültürel ve siyasi yapı ile eğitime göre şekillenmektedir. Bu nedenle; adalet, güzellik, iyilik, aşk, arkadaşlık ve geleceğe duyulan güven gibi maddi olmayan pozitif değerlerin toplumda oynadığı rolün etkişi fazladır(Karagül ve Maşca 2005:39).

Örgütsel açıdan; örgütlere geri dönmesi beklenen kaynaklara yapılan yatırıma sermaye denir. Sosyal sermaye ise en basit tanımı ile, örgütlere geri dönmesi beklenen sosyal ilişkilere yapılan yatırımı ifade etmektedir. Bir başka görüş ise; fiziksel sermaye fiziksel nesneleri, insan sermayesi bireylerin özelliklerini ifade ederken, sosyal sermaye, sosyal şebekeler ve karşılıklılık ve güvenirlilik normlarından meydana gelen bireyler arasındaki bağlantıları ifade etmektedir. Bir başka tanıma göre sosyal sermaye, kişisel ve iş şebekelerinde olan ve meydana gelen kaynakları ifade etmektedir. Bu kaynaklar, enformasyonu, düşünceleri, iş fırsatlarını, finansal sermayeyi, gücü ve etkiyi, duygusal dayanağı, güveni ve işbirliğini içermektedir. Sosyal kavramı ile vurgulanmak istenen, bu kaynakların kişisel varlıklara ait olduğu değil, ilişki şebekelerine ait olduğudur. Sermaye kavramı ise; finansal ve insan sermayesindeki gibi üretkenliği göstermektedir. Yani ilişki şebekelerinin kullanılması sonucunda örgütlerde veya topluluklarda yeni ve farklı gelişmeler yaşanmaktadır. Sosyal sermaye bireyler arasındaki boşluğu doldurarak, sinerjik bir etki yaratmakta ve böylece bireylerin tek başına başardıklarından daha fazlasının başarılmasını sağlamaktadır. Bundan dolayı; örgütler açısından sosyal sermaye, bir örgütün öğrenme,

yenilik üretme ve piyasaya uyum sağlama kapasitesini de vurgulamaktadır(Mısırdalı 2006:72).

Sosyal Sermayenin Özellikleri

Ekonomik kalkınma süreci üç farklı sermaye türü olan fiziksel, insan ve sosyal sermayenin bileşimini gerektirmektedir. Sosyal sermayenin farklı bir özelliğe sahip olmasının yanı sıra bileşim işleminin etkinliğini de sosyal sermaye arttırmaktadır. Sosyal sermaye, fiziksel ve insan sermayesindeki yatırımların karlılığını arttırmaktadır. Kısacası üretim işlevinde sadece bir girdi değil, üretim işlevini değiştiren bir aktör olarak görev görmektedir. Buna göre sosyal sermayenin özellikleri aşağıdaki gibidir(KOSGEB 2005:9);

- ✓ Diğer sermaye türlerinde olduğu gibi sosyal sermaye de gelecek beklentileri doğrultusunda yatırım yapılan diğer sermayeler gibi kaynaktır. Dış kaynaklı ilişki bağları kurma çabasında olan bireyler ve toplu aktörler sosyal sermayelerini bu yolla arttırabilir; bilgi, güç ve kimlik kazanma hakkını elde edebilirler ve kendi içsel ilişkilerini geliştirme yolunda yatırım yaparken, kolektif aktörler kendi kolektif kimliklerini güçlendirebilir ve kolektif hareket için kapasitelerini arttırabilirler.

- ✓ Farklı amaçlar için kullanılan fiziksel sermayeye benzer olarak sosyal sermaye de farklı amaçlar için kullanılabilir; örneğin, bilgi ve tavsiye olarak. Ayrıca sosyal sermaye diğer sermaye çeşitlerine dönüştürülebilir; sosyal ağlar içindeki bir bireyin pozisyonundan kaynaklanan üstünlükler, ekonomik veya diğer konulardaki üstünlüklere dönüşebilir.

- ✓ Diğer sermaye çeşitleri gibi sosyal sermaye diğer kaynakların yerine geçebilir veya kaynaklar tamamlayabilir. Çoğunlukla sosyal sermaye diğer sermayeler için tamamlayıcıdır. Örneğin; sosyal sermaye işlem maliyetlerini azaltarak, ekonomik sermayenin verimliliğini geliştirebilir.

- ✓ Fiziksel ve insan sermayesine benzer, fakat ekonomik sermayeden farklı olarak sosyal sermayenin korunmaya gereksinimi vardır. Sosyal bağlar periyodik olarak yenilenmeli ve yeniden teyit edilmelidir. Aksi takdirde, etkinliğini kaybedecektir. Ayrıca, insan sermayesine benzer fakat fiziksel sermayeden farklı olarak, sosyal sermayenin değer kaybetme oranı tahmin edilemez. Bunun ilk nedeni; sosyal sermayenin kullanıldıkça değer kaybetmemesine karşın, kullanılmadığı zaman değer kaybına uğramasıdır. İkincisi; bazen sosyal sermaye, içerikte yapılan değişikliklerle eskiye çevrilebilir. Ancak bunun gerçekleşme oranı tahmin edilemez.

- ✓ Diğer sermaye çeşitlerinde farklı olarak sosyal sermaye topluluğun ortak malıdır. Özel mülkiyet değildir. Sosyal sermaye kullanımı rekabet içermemektedir, kullanımla azalmamaktadır, ancak onun kullanımı dışlayıcıdır. Yani bazı birey veya kurumlar belirlenen ilişkiler ağından dışlanabilir.

- ✓ Sosyal sermaye diğer sermaye çeşitlerinden farklı olarak aktörlerde değil, aktörlerin birbiriyle ilişkisine odaklanmıştır. Kimsenin sosyal sermaye üzerinde kişisel mülkiyeti bulunmamaktadır.

İktisadi Kalkınma ve Sosyal Sermaye İlişkisi

Geleneksel kalkınma modelleri, ülkeler arasındaki kalkınma düzeyi farklılıklarını genellikle ülkelerin sermaye birikimindeki (fiziki ve beşeri) farklılıklar ile açıklamaktadır. Ancak iktisadi kalkınmaya yeni yaklaşımlar bu farklılıkları açıklamaya yeni açılımlar getirmektedir. Bu yeni açılım ülkelerin kalkınma düzeyleri arasındaki farklılıkları ülkelerin kültürel zenginlikleri, coğrafi konumları, sosyal sermayeleri ve kurumları (oyunun kuralları) arasındaki farklılıklarla açıklamaktadır(Kovacı vd. 2009:1)

Kalkınma sürecinde sosyal sermaye, işbirliğini ve koordinasyonu kolaylaştıran bir yapı olarak görülmektedir. Sosyal sermaye, güven, karşılıklı ilişkiler ağı, itibar ve işbirliği gibi unsurları içinde barındırmaktadır. İşbirliği ve güven, sözleşme maliyetlerini azaltarak ekonomik faaliyetleri kolaylaştırmaktadır. İktisat biliminde yoğunlaşılan temel noktalardan biri de işlem maliyetlerinin azaltılmasıdır. Bu görüşe göre, güvene dayalı ilişkilerdeki artış, ortalama işlem maliyetlerini azaltarak ekonomik başarıyı ve kalkınma sürecini pozitif etkileyebilmektedir. Diğer yandan etnik ayrışma, kutuplaşma ve parçalanmanın olduğu negatif sosyal sermaye durumlarında ekonomik kalkınma yavaşlamaktadır. Gelişmiş ülkeler, etnik ve sınıf kutuplaşmalarını iyi işleyen kurumlarla çözmektedir. Böylece kurumlar, ülkelerin yüksek kalkınma düzeyine ulaşmalarına yardımcı olmaktadır. Kurumlar, toplumu oluşturan bireylerin ilişkilerini düzenlemekte ve ekonomik olarak faktör birikimini, teknolojik gelişmeyi ve kaynakların etkin tahsisini teşvik etmekte ve kolaylaştırmaktadır(Kovacı vd. 2009:2)

Sosyal sermaye (genelleştirilmiş güven seviyesi) düzeyinin ve kurumların etkinliğinin (mülkiyet haklarının korunması, siyasi istikrar, yolsuzluklarla mücadele, hukukun üstünlüğü gibi göstergeler) yüksek olduğu ülkelerde kişi başına gelir ve beşeri kalkınma endeksi ile gösterilen ekonomik kalkınmanın da yüksek olduğu görülmüştür. Bu durum sosyal sermayenin ve kurumların kalkınma sürecinde önemli bir etken olabileceğini göstermektedir(Kovacı vd. 2009:15).

Sosyal Sermayenin Ölçülmesi

Herhangi bir topluma ait sosyal sermayenin hangi boyutta olduğunun anlaşılabilmesi için ilgili toplum üzerinde gözlem ve anket türü bir dizi analizler yapmak gerekmektedir. Bu konuda, ilgili toplumdaki mala ve cana yönelik suçların oranı, kişiler arası alacak-borç ilişkilerinde senet kullanma oranı, ticari işletmelerin ne ölçüde kişi ve aile boyutunu aşıp anonimleştiği ve kamudaki bürokratik işlemler ile yolsuzluklar ve boşanmaların yoğunluğu konuları üzerinde durulması gereken önemli kriterlerdir. Adı geçen kriterlerdeki artışlar, söz konusu toplum açısından sosyal sermayenin zayıflığına işaret etmektedir(Karagül ve Masca 2005:42).

Dünya Bankası, sosyal sermayenin ölçülmesinde kullanılabilecek göstergeleri içeren bir liste geliştirmiştir. Buna göre, başlıca "sosyal sermaye göstergeleri" şunlardır(KOSGEB 2005:8):

- ✓ Demokrasi,
- ✓ Rüşvet oranı,
- ✓ Mahkemelerin bağımsızlığı,
- ✓ Grevler, öğrenci hareketleri, protestolar,
- ✓ Her 100,000 kişide kişi başına düşen tutuklu sayısı,
- ✓ Hükümete ve sendikalara olan güvenin derecesi,
- ✓ Kredi kullanılırlığı,
- ✓ Kişisel özgürlük,
- ✓ Seçmen mevcudu
- ✓ Yerel topluluklara katılım,
- ✓ Sosyal bağlamda etkinliklere katılım,
- ✓ Yetkilendirme, temsil yetkisi oranları,
- ✓ Komşuluk-mahalle bağlantıları,
- ✓ Aile ve arkadaşlık bağlantıları,
- ✓ İş bağlantıları,
- ✓ Çeşitliliğe (farklılığa) tolerans gösterme.

Sosyal Sermayenin Kaynakları ve Unsurları

Sosyal sermayenin kaynaklarını; aile, sivil toplum örgütleri, firmalar, kamu sektörü, etnik ve diğer sosyal gruplar oluşturmaktadır. Görüldüğü üzere söz konusu gruplar, toplumun en küçük temel taşı olan aile'den en geniş hali olan millet'e kadar uzanmaktadır(Karagül ve Masca 2005:43).

Sosyal sermayenin temel unsurlarını; etkileşim, güven, sosyal normlar oluşturmaktadır(Kapu 2008:271).

Etkileşim: Belirli bir kişisel maliyete katlanarak başka insanlara karşılıksız olarak değişik hizmetlerin ya da onların faydasına olacak davranışlarda bulunmanın, gelecekte umulmadık bir zamanda ihtiyaç hissedilen bir durumda karşılığının alınacağı kastedilmektedir.

Güven: Onyx ve Bullen güvenin, başka insanların karşılıklı olarak yardım edici bir davranış içinde olacağı veya en azında zarar verici davranışlarda bulunmayacağı beklentisinin hakim olduğu itimat anlayışına dayanan bir sosyal yapıda insanlara gönüllü olarak risk yüklenme anlayışını kazandırdığını ifade etmektedir. Putnam'a göre ise, güven ile işbirliği arasında iki yönlü bir ilişki söz konusudur. Güven işbirliğini geliştirmekte ve işbirliği ise güveni doğurmaktadır. Bu ilişki zamanla genelleşmiş işbirliği normlarının gelişmesine yol açmaktadır. Böylece toplumda sosyal değişimin gönüllü olarak gerçekleşmesi sağlanmış olmaktadır

Sosyal Normlar: Hem Putnam ve hem de Coleman, sosyal normların sosyal sermayenin oluşması için vazgeçilmez olgular olduğunu belirtmişlerdir. Onlara göre sosyal normlar, informel bir sosyal kontrol biçimi sağlamaktadır. Böylece daha biçimsel kontrol biçimleri ya da kurumsallaşmış yasal cezalara olan ihtiyaç azalmış olmaktadır. Sosyal normlar genellikle yazılı değildirler. Fakat sosyal bir yapıda beklenen sosyal davranışın belirlenmesinde veya sosyal olarak değer atfedilen davranış biçimlerinin neler olduğunun belirlenmesinde önemli bir rol oynamaktadırlar.

Sosyal Sermaye ve Örgütler

Sosyal sermaye, herşeyden önce kaliteli işgücüne ulaşımı kolaylaştırıcı bir etki yaratacaktır. Sosyal ağlar sayesinde örgüt, hem aday bulma maliyetlerini azalmakta, hem de eğitim düzeyi ve kalitesi yüksek adaylara ulaşabilmektedir. Örgütler düzeyinde sosyal sermayenin bir başka olumlu etkisi ise kendisini örgütsel bağlılık noktasında gösterecektir. Örgütün sosyal sermayesi, örgüt içinde kaliteli bir iletişim sağlar. İletişimin kaliteli olması, örgüt içinde bilgi paylaşımının etkin bir şekilde gerçekleşmesi demektir. Güven ve karşılıklı desteleyici ilişkilerden oluşan sosyal sermaye, bireylerin örgüte karşı olan tutumlarını etkileyerek, örgütsel bağlılıkları-

nın artmasına neden olmaktadır. farklı gruplar arasında güçlü bağların sayısının fazla olması örgütlerde yaşanan çatışmaları azaltmaktadır. Güçlü bağlar, farklı grupların etkileşim içinde olmasını, grup üyelerinin birbirini anlamasını ve birbirlerinin sorunlarına duyarlılık geliştirmelerini de beraberinde getirmektedir. Ayrıca bilgi paylaşımı sayesinde önyargılar ortadan kalkacağından, iç gruptaki üyeliğin önemini azalacak ve dış gruba bağlılık oluşturulmasını sağlayacaktır. Sorunların çözümü için iletişim kanalı oluşturan güçlü bağlar, gruplar arasında sık etkileşim kurulmasını sağlar ve bu sayede şikayetlerin birikmesi ve kıskançlığın oluşumu engellenir. Çatışmayı önleyen sosyal sermaye aynı zamanda yaratıcılığı da desteleyecektir (Eşki 2009:89).

Sosyal sermaye örgütlerde asıl pozitif sonuçlarını bilgi paylaşımı noktasında gösterecektir. Örgütte çalışanların insan sermayesi, örgüte getirdikleri bilgi ve deneyimlerdir. Bu bilgi ve deneyim, örgütün sahip olduğu en önemli varlıktır; örgütün yenilik kapasitesi, öğrenme düzeyi ve performansı bir ölçüde sahip olduğu insan sermayesine bağlıdır. Burada üzerinde durulması gereken sosyal sermayenin, insan sermayesinin önemli bir tamamlayıcısı olduğu ve örgütsel öğrenmeyi desteklediğidir. Bireylerin sahip oldukları insan sermayesinin, diğer bireylerinkiyle etkileşim kurmadığı ve örgüt içinde paylaşılmadığı sürece, çok fazla bir değer yaratması beklenemez. Sosyal ilişkiler sayesinde doğan iyi niyet, insan sermayesinin arttırılmasını sağlamaktadır. Farklı uzmanlık alanlarından birçok ilişki içeren zengin sosyal ağlar, bilginin daha az zaman ve enerji harcanarak elde edilmesini sağlar. Bu ağlar sayesinde bilginin yayılması ve aynı zamanda bilginin kombinasyonu gerçekleşmektedir. Bu kombinasyon, örgütün bilgi yaratmasını ve entelektüel sermayesini geliştirmesini sağlar. Doksan üç örgütte yapılan araştırmada sosyal sermayenin, insan sermayesini olumlu etkilediği ve bu sayede örgütün yenilik kapasitesinde artış olduğu gözlenmiştir. Bu araştırmada ilginç olan bir sonuç, insan sermayesinin tek başına yenilik kapasitesini olumsuz olarak etkilemiş olduğudur. İnsan sermayesi, örgütlere farklı fikir ve düşüncelerin varolduğu bir zemin sağlarken; sosyal sermaye, yenilikler için bu fikir ve düşüncelerde öngörülmeyen ve alışılmadık birleşmeler yaparak, yenilikçi fikirlerin doğmasını sağlamaktadır. Sosyal etkileşim, güvenilirlik ve ortak vizyon olarak belirlenen sosyal sermaye boyutları, bilgi alışverişini ve birleşimini olumlu olarak etkileyerek, örgütün ürün yenilik kapasitesini arttırmaktadır. Farklı departmanlar arası sosyal etkileşim, ortak çıkarların oluşumunu kolaylaştırır; ortak vizyon sayesinde örgüt üyeleri bilgilerini paylaşmaya daha açık olurlar. Tüm bu özelikler ise bilginin örgüt içinde yayılmasını sağlayarak, örgütte değer yaratılmasına yol açar(Eşki 2009:90).

Örgütlerde Sosyal Sermayenin Dayanakları

Örgütlerde sosyal sermayenin kurulmasının ve geliştirilmesinin temel dayanakları bulunmaktadır. Örgütsel başarının sağlanması için, bu dayanakların anlaşılması ve sosyal sermayeyi destekler duruma getirilmesi gerekmektedir. Bunlar; örgütsel kültür ve insan unsurudur(Mısırdalı 2006:75):

Örgütsel Kültür: Bireylerin kendi kendini yönettiği, basamakların azaltıldığı, iletişimin etkinleştiği ve bireylerin sorumluluk üstlendiği örgütlerde güvene dayalı örgüt kültürü hakim olmaktadır. Bu ise bireylerin paylaşımlarını arttırarak, işbirlikçi davranmalarını etkilemektedir. Güçlü kültür olarak adlandırılan bu kültür çeşidinde, bireylerin başkalarına odaklı davranışlarda bulundukları gözlemlenmektedir. Dolayısıyla sosyal sermayenin gelişebilmesi için güçlü örgüt kültürün kurulması ve desteklenmesi gerekmektedir.

İnsan Unsuru: Örgütsel başarının temellerinden birisi örgütün sahip olduğu sosyal sermayesidir. Sosyal sermayenin kurulması içinde insan doğasının özelliklerinin bilinmesi gerekmektedir. Bunun nedeni; yaratıcılık ve yenilikçiği besleyen sosyal sermayenin, dolayısıyla gönüllü işbirliğinin nasıl ortaya çıkabileceğini göstermektir. Entelektüel zenginliği yaratmak ve gönüllü işbirliğini sağlayarak, olumlu sinerjiden yararlanmak için insan doğasının üç yönünün kavranması gerekmektedir. Bunlar:

İnsan Genlerinin İşlevi: İnsanların fiziksel ve davranışsal karakteristikleri genlerinde kodlanmıştır. Dolayısıyla insan genleri ile gönüllü işbirliği davranışı arasındaki ilişki önemlidir.

Beynin, Süreç Enformasyonunu, Duygular Doğrultusunda Alma Sekli: İnsan beyni, vücudun geri kalanına benzer şekilde, tüm unsurları birbiriyle karşılıklı etkileşim halinde bulunan, kendi kendini örgütleyen bir sistemdir.

İnsan Doğasının Ana Özellikleri: Doğuştan kazanılmış bu özellikler evrime uğramış ve döngüsel neden- sonuç olarak adlandırılan bir süreç tarafından işler duruma getirilmiş veya bastırılmıştır. Döngüsel neden sonuç, bir organizma çevresini etkilediğinde veya çevresinden etkilendiğinde ortaya çıkan durumu ifade emektedir.

KAYNAKÇA

Eşki, H. (2009). Sosyal Sermaye- Önemi, Üretimi ve Ölçümü- Üzerine Bir Alan Araştırması, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora Tezi, Konya.

Karagül M. ve Masca M. (2005). Sosyal Sermaye Üzerine Bir İnceleme, Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, Sayı:1, 37-52.

Kapu, N. (2008).Sosyal Sermaye Ve Organizasyonların Öngörü Yeteneğini Geliştirme Gücü, Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, Cilt 22, Sayı 1, 259-288. Kovacı, S., Belke, M., Koç, A. (2009), "İktisadi Kalkınmaya Yeni Yaklaşımlar: Sosyal Sermayenin ve Kurumların Artan Rolü", http://idc.sdu.edu.tr/tammetinler/ kalkınma/kalkinma8.pdf(21.04.2012)

KOSGEB; Ekonomik Kalkınmada Sosyal Sermayenin Rolü, Ekonomik ve Stratejik Araştırmalar Müdürlüğü, Ankara, Mart, 2005.

Mısırdalı, F, (2006). Örgütsel Bilgi Paylaşımında Sosyal Sermayenin Etkisi:Kütahya Porselen A.Ş.'de Bir Uygulama, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, Kütahya.

Özuğurlu, Aynur (2006), Sosyal Sermaye: Kamunun Trajedisi ya da Emeğin Sömürgeleştirilmesinde Yeni Bir Eşik, Akdeniz Üniversitesi İİBF Dergisi, Sayı: 12, 188-213.

GECE AKADEMİ

www.gecekitapligi.com

/gecekitapligi
/gecekitapligi
/gecekitap

9 786057 749932 >