

PROCEEDING BOOK



ANADOLU 13. ULUSLARARASI SOSYAL BİLİMLER KONGRESİ



www.anadolukongresi.org

ANADOLU
13TH INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES

September 15-17, 2023- Diyarbakir

ISBN : 978-625-6830-27-1

Academy Global Publishing House



ANADOLU
13TH INTERNATIONAL CONGRESS ON SOCIAL SCIENCES
SEPTEMBER 15 - 17, 2023
DIYARBAKIR

Edited By
ASSOC. PROF. DR. DINI YUNIARTI

CONGRESS ORGANIZING BOARD

Head of Conference : Assoc. Prof. Dr. Mehmet Fırat BARAN
Head of Organizing Board: Dr Gültekin Gürçay
Organizing Committee Member: Prof. Dr. Hülya Çiçek
Organizing Committee Member: Prof. Dr. Ali Bilgili
Organizing Committee Member: Prof. Dr. Naile Bilgili
Organizing Committee Member: Prof. Dr. Başak Hanedan
Organizing Committee Member: Assoc. Prof. Dr. Elif Akpınar Külekçi
Organizing Committee Member: Assoc. Prof. Dr. Dini Yuniarti
Organizing Committee Member: Assoc. Prof. İvaylo Staykov
Organizing Committee Member: Dr. Mehdi Meskini Heydarlou
Organizing Committee Member: Aynur Əliyeva
Organizing Committee Member: Amaneh Manafidizaji

All rights of this book belong to Academy Conferences Publishing House
Without permission can't be duplicate or copied.
Authors of chapters are responsible both ethically and juridically.
Academy Global-2023 ©

Issued: 15.10.2023
ISBN: 978-625-6830-27-1

CONFERENCE ID

ANADOLU 13TH INTERNATIONAL CONGRESS ON SOCIAL SCIENCES

DATE – PLACE

SEPTEMBER 15 - 17, 2023
DIYARBAKIR

ORGANIZATION

ACADEMY GLOBAL CONFERENCES & JOURNALS

EVALUATION PROCESS

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

PARTICIPATING COUNTRIES

Turkey - Iran. Azerbaijan North Macedonia, - India - Iran – Austria – Egypt –
Pakistan – Japan – Indonesia – Romania – Malaysia – Philippines - Algeria. -

PRESENTATION

Oral presentation

ASSOCIATION & ACADEMIC INCENTIVES :

45% of presented paper in the conference were form Turkey and %55 from other
Countreies

Members of the organizing committees of the conference perform their duties with an
"official assignment letter"

LANGUAGES

Turkish, English, Russian, Persian, Arabic

Scientific & Review Committee

- Prof. Dr. Ali BILGILI – Türkiye
Prof. Dr. Naile BİLGİLİ – Türkiye
Prof. Dr. Başak HANEDAN – Türkiye
Prof. Dr. Hülya Çiçek KANBUR – Türkiye
Prof. Dr. Emine KOCA – Türkiye
Prof. Dr. Fatma KOÇ – Türkiye
Prof. Dr. Bülent KURTIŞOĞLU – Türkiye
Prof. Dr. Hajar Huseynova – Azerbaijan
Prof. Dr. Dwi SULISWORO – Indonesia
Prof. Dr. Natalia LATYGINA – Ukraina
Prof. Dr. Yunir ABDRAHIMOV – Russia
Prof. Muntazir MEHDI – Pakistan
Prof. Dr. Raihan YUSOPH – Philippines
Prof. Dr. Akbar VALADBIGI – Iran
Prof. Dr. F. Oben ÜRÜ – Türkiye
Prof. Dr. T. Venkat Narayana RAO – India
Prof. Dr. İzzet GÜMÜŞ – Türkiye
Prof. Dr. Mustafa BAYRAM – Türkiye
Prof. Dr. Saim Zeki BOSTAN – Türkiye
Prof. Dr. Hyeonjin Lee – China
Assoc. Prof. Dr. Abdulsemet AYDIN – Türkiye
Assoc. Prof. Dr. Mehmet Fırat BARAN - Türkiye
Assoc. Prof. Dr. Dilorom HAMROEVA - Ozbekstan
Assoc. Prof. Dr. Abbas GHAFFARI – Iran
Assoc. Prof. Dr. Yeliz ÇAKIR SAHİLLİ - Türkiye
Assoc. Prof. Ivaylo STAYKOV - Bulgaria
Assoc. Prof. Dr. Dini Yuniarti – Indonesia
Assoc. Prof. Dr. Ümit AYATA – Türkiye
Assoc. Prof. Dr. Okan SARIGÖZ – Türkiye
Assoc. Prof. Dr. Eda BOZKURT – Türkiye
Assoc. Prof. Dr. Ahmet TOPAL – Türkiye
Assoc. Prof. Dr. Abdulkadir Kırbaş – Türkiye
Assoc. Prof. Dr. Mesut Bulut – Türkiye
Assoc. Prof. Dr. Fahriye Emgili – Türkiye
Assoc. Prof. Dr. Sandeep GUPTA – India
Assoc. Prof. Dr. Veysel PARLAK – Türkiye
Assoc. Prof. Dr. Mahmut İSLAMOĞLU – Türkiye
Assoc. Prof. Dr. Nazile Abdullazade – Azerbaijan
Assist. Prof. Dr. Göksel ULAY – Türkiye
Assist. Prof. K. R. PADMA – India
Assist. Prof. Dr. Omid AFGHAN - Afghanistan

- Assist. Prof. Dr. Maha Hamdan ALANAZI - Saudi Arabia
Assist. Prof. Dr. Dzhakipbek Altaevich ALTAYEV - Kazakhstan
Assist. Prof. Dr. Amina Salihi BAYERO – Nigeria
Assist. Prof. Dr. Baurcan BOTAKARAEV - Kazakhstan
Assist. Prof. Dr. Ahmad Sharif FAKHEER - Jordania
Assist. Prof. Dr. Gültekin GÜRÇAY – Türkiye
Assist. Prof. Dr. Dody HARTANTO - Indonesia
Assist. Prof. Dr. Mehdi Meskini HEYDALOU – Iran
Assist. Prof. Dr. Bazarhan İMANGALİYEVA - Kazakhstan
Assist. Prof. Dr. Keles Nurmaşılı JAYLIBAY - Kazakhstan
Assist. Prof. Dr. Mamatkuli JURAYEV – Ozbekistan
Assist. Prof. Dr. Kalemkas KALIBAEVA – Kazakhstan
Assist. Prof. Dr. Bouaraour KAMEL – Algeria
Assist. Prof. Dr. Alia R. MASALİMOVA - Kazakhstan
Assist. Prof. Dr. Amanbay MOLDIBAEV - Kazakhstan
Assist. Prof. Dr. Ayslu B. SARSEKENOVA - Kazakhstan
Assist. Prof. Dr. Bhumika SHARMA - India
Assist. Prof. Dr. Gulşat ŞUGAYEVA – Kazakhstan
Assist. Prof. Dr. K.A. TLEUBERGENOVA - Kazakhstan
Assist. Prof. Dr. Cholpon TOKTOSUNOVA – Kirgizia
Assist. Prof. Dr. Hoang Anh TUAN - Vietnam
Assist. Prof. Dr. Botagul TURGUNBAEVA - Kazakhstan
Assist. Prof. Dr. Dinarakhan TURSUNALİEVA - Kirgizia
Assist. Prof. Dr. Yang ZİTONG – China
Assist. Prof. Dr. Gulmira ABDİRASULOVA – Kazakhstan
Assist. Prof. Dr. Imran Latif Saifi – South Africa
Assist. Prof. Dr. Zohaib Hassan Sain – Pakistan
Assist. Prof. Dr. Murat GENÇ – Türkiye
Assist. Prof. Dr. Monisa Qadiri – India
Assist. Prof. Dr. Vaiva BALCIUNIENE – Lithuania
Assist. Prof. Dr. Meltem AVAN – Türkiye
Aynurə Əliyeva - Azerbaijan
Sonali MALHOTRA - India

ANADOLU
13th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES
13th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES
MESOPOTAMIA 2nd INTERNATIONAL GROUP EXHIBITIONS
SEPTEMBER 15 - 17, 2023
DIYARBAKIR

Join Zoom Meeting

<https://us02web.zoom.us/j/88193707664?pwd=MEZBL3M0SIArNWVsMjV0YUJkR3lIQT09>

Meeting ID: 881 9370 7664
Passcode: 123456



ÖNEMLİ AÇIKLAMA (Lütfen okuyunuz)

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

ANADOLU 13 th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES 13 th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES MESOPOTAMIA 2 nd INTERNATIONAL GROUP EXHIBITIONS SEPTEMBER 15 - 17, 2023 DIYARBAKIR Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456			
17 Eylül / Sept 17, 2023 / 11:00 – 13:00 Time zone in Turkey (GMT+3)			
Salon	Moderat or	Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 1	Prof. Dr. Ali Murat AKTEMUR	1 NAZİLLİ/ESENKÖY'DE (ARPAZ) BULUNAN BİR OSMANLI ÇEŞMESİ, KORUNMA DURUMUNA YÖNELİK BİR DEĞERLENDİRME	Öğr. Gör. Dr. Ali YAŞAR
		2 KIRKAĞAÇ HAKKI ÖKTEM MANSİYON	Prof. Dr. Ali Murat AKTEMUR
		3 KIRKAĞAÇ AHMET DALGIÇ MANSİYON	Prof. Dr. Ali Murat AKTEMUR
		4 ILLUSTRATIVE EFFECTS ON CERAMICS OF THE HITTITE PERIOD AND ITS REFLECTIONS IN CONTEMPORARY TURKISH CERAMIC ART	Dr. Öğr. Üyesi Pınar GÜZELGÜN HANGÜN
		5 THE REFLECTIONS OF HENRI DE TOULOUSE LAUTREC'S PHYSICAL AND MENTAL DISEASES IN ART	Assoc. Dr. Bayram Dede Master, Ahmet Göktuğ KILIÇ Ali Mutlu

ANADOLU 13 th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES 13 th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES MESOPOTAMIA 2 nd INTERNATIONAL GROUP EXHIBITIONS SEPTEMBER 15 - 17, 2023 Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456				
17 Eylül / Sept 17, 2023 / 11:00 – 13:00 Time zone in Turkey (GMT+3)				
Salon	Moderator	Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors	
SALON 2	Assoc. Prof. Dr. Sema TETİK	1	EXAMINATION OF FASHION DESIGN PROGRAM STUDENTS' CREATIVITY LEVELS IN TERMS OF DEMOGRAPHIC VARIABLES	Doç. Dr. Semra TETİK
		2	A RESEARCH TO DETERMINE THE MOTIVATION LEVEL OF EMPLOYEES IN PUBLIC ORGANIZATIONS IN TURKEY AND AFGHANISTAN	Doç. Dr. Semra TETİK Mohammad Aref ROOZİ
		3	INVESTIGATION OF THE OUTCOMES AT THE LEVEL OF 5-8TH GRADE IN THE 2019 TURKISH LESSON TEACHING PROGRAM IN TERMS OF SUITABILITY TO VALUES EDUCATION	Ayhan DÖNMEZ
		4	TÜRKÇE DERSİ ÖĞRETİM PROGRAMINDA YER ALAN KAZANIMLARIN 3. SINIF DÜZEYİNDE REVİZE EDİLMİŞ BLOOM TAKSONOMİSİNE GÖRE İNCELENMESİ	Ayhan DÖNMEZ
		5	CULTURE PRODUCTION AND THE CHANGING EDUCATIONAL ROLE OF MUSEUMS DURING THE PANDEMIC PERIOD	Neslihan AVCI Doç. Dr. Ezgi TOKDİL
		6	RE-EVALUTING COGNITIVE FILM THEORIES IN INCREASING LEARNING AND EMOTIONAL DEVELOPMENT FOR CHILDREN	Dr. Öğretim Görevlisi, Saygın Koray DOĞANER

ANADOLU 13 th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES 13 th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES MESOPOTAMIA 2 nd INTERNATIONAL GROUP EXHIBITIONS SEPTEMBER 15 - 17, 2023 Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456				
17 Eylül / Sept 17, 2023 / 11:00 – 13:00 Time zone in Turkey (GMT+3)				
Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 3	Assoc. Prof. Dr. Sevda ABBASOVA	1	EĞİTİM SÜRECİNE ENTEGRASYONUN ORGANİZASYONU	Assoc. Prof. Dr. Sevda ABBASOVA
		2	AZƏRBAYCAN DİLİ SİNTAKSİNİN İNTEQRATİV ƏSASLI TƏDRİSİ İMKANLARI	Assoc. Prof. Dr. Rəhilə Hümətova
		3	STYLE POSSIBILITIES OF USING NATURAL STONES IN I. NASIMI'S POETIC LANGUAGE	Assoc. Prof. Dr. Rəhilə Hümətova
		4	İBTİDAI SINIFLƏRDƏ OXU İLƏ BAĞLI MƏSƏLƏLƏR	Assoc. Prof. Dr. Fəridə Səfəraliyeva
		5	DİNLƏMƏ MƏTNLƏRİNİN TƏDRİSİNDƏ ŞAĞIRD NİTQİNİN ZƏNGİNLƏŞDİRİLMƏSİ	Assoc. Prof. Dr. Fəridə Səfəraliyeva

ANADOLU 13 th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES 13 th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES MESOPOTAMIA 2 nd INTERNATIONAL GROUP EXHIBITIONS SEPTEMBER 15 - 17, 2023 Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456				
17 Eylül / Sept 17, 2023 / 11:00 – 13:00 Time zone in Turkey (GMT+3)				
Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 4	Doç. Dr. Raziye PEKŞEN AKÇA	1	MODIFICATION OF THE VERB PHRASE - ADJUNCT ADVERBS	Assist. Prof. Dr. Sashka Jovanovska Marija Talevska Marija Tashkoska
		2	ÖZEL GÜN VE HAFTALARIN MÜZİK DERS KİTAPLARINDAKİ GÖRÜNÜMÜ	Doç. Dr. Gülden Filiz ÖNAL Yüksek Lisans Öğrencisi Güray ÖZBEK
		3	YENİ MEDYANIN ÇOCUKLAR ÜZERİNDEKİ ETKİSİ	Burak ALTUNCI Mehmet Emin DEREÇİNELİ
		4	BENEFİTS OF YOGA IN CHILDREN: A SYSTEMATIC REVIEW OF LITERATURE	Doç. Dr. Raziye PEKŞEN AKÇA
		5	SOSYAL ORTAMLARDA GELİŞMELERİ KAÇIRMA KORKUSU KAYSERİ ÜNİVERSİTESİ ÖRNEĞİ	Doç. Dr. Raziye PEKŞEN AKÇA
		6	SOSYAL BİLGİLER ÖĞRETMENLERİNİN KÖK DEĞERLERE İLİŞKİN METAFORİK ALGILARININ İNCELENMESİ	Dr, Fatih KAYA

ANADOLU 13 th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES 13 th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES MESOPOTAMIA 2 nd INTERNATIONAL GROUP EXHIBITIONS SEPTEMBER 15 - 17, 2023 Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456				
17 Eylül / Sept 17, 2023 / 11:00 – 13:00 Time zone in Turkey (GMT+3)				
Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 5	Assist. Prof., Orkun ŞEN	1	A RESEARCH TO DETERMINE THE RELATIONSHIP OF SOCIETY 5.0 AND STRATEGIC HUMAN RESOURCES MANAGEMENT	Dr. Murat SUCU
		2	RELATIONSHIP BETWEEN KEY AUDIT ISSUES AND AUDIT COST	Dr. Öğr. Üyesi Yusuf KURT
		3	INVESTIGATION OF FACTORS AFFECTING THE USE OF E-COMMERCE IN THE PURCHASE OR RENTAL OF ACCOMMODATION SERVICES	Prof. Dr. Ömer ALKAN Assist. Prof. Dr. Şeyda ÜNVER
		4	AN EXAMINATION OF STRATEGIC HUMAN RESOURCE PLANNING IN DISTANCE EDUCATION ORGANIZATIONS	Assist.Prof., Orkun ŞEN
		5	MODERN PAZARLAMADA NOSTALJİK BİR TREND: RETRO PAZARLAMA	Araş. Gör. Ebru ERDOĞAN
		6	TÜKETİCİ SATIN ALMA NİYETİ ÜZERİNDE GERİLLA PAZARLAMASININ ETKİSİ	Araş. Gör. Ebru ERDOĞAN

ANADOLU 13 th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES 13 th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES MESOPOTAMIA 2 nd INTERNATIONAL GROUP EXHIBITIONS SEPTEMBER 15 - 17, 2023 Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456				
17 Eylül / Sept 17, 2023 / 11:00 – 13:00 Time zone in Turkey (GMT+3)				
Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 6	Prof. Dr., Seyfettin ÜNAL	1	PREDICTIVE MODELING OF LOAN APPROVAL OUTCOMES: INSIGHTS AND APPLICATIONS	Prof. Sameer Jain
		2	MESLEK MENSUBU OLMA YOLUNDA, MUHASEBE STAJYERLERİNİN STAJYERLİK SÜRECİNE BAKIŞI: HATAY ÖRNEĞİ	Prof. Dr., Seyfettin ÜNAL SMMM, Şükran ELİTAŞ
		3	OTOMOTİV TEDARİK ZİNCİRİNDE STOK YÖNETİMİ: TOPTAN YEDEK PARÇA SATIŞI GERÇEKLEŞTİREN BİR FİRMADA ABC ANALİZİ	Prof. Dr., Seyfettin ÜNAL
		4	ALIŞVERİŞ BAĞIMLILIĞI SARMALINDA TÜKETİCİ GÜVENİ: KEŞİF Mİ? YENİLİK ARAYIŞI MI?	Dr. Selçuk Yasin YILDIZ
		5	FİNANS SEKTÖRÜNDE YEŞİL DÖNÜŞÜM: TÜRKİYE'DE YEŞİL TAHVİL UYGULAMALARI	Arş. Gör., Rumeysa GEVHER Prof. Dr., Zeynep KARAÇOR Prof. Dr., Burcu GÜVENEK
		6	SAVUNMA HARCAMALARI EKONOMİK BÜYÜME İLİŞKİSİ: SEÇİLMİŞ OECD ÜLKELERİ ÖLÇEĞİNDE PANEL VERİ ANALİZİ	Prof. Dr., Burcu GÜVENEK Prof. Dr., Zeynep KARAÇOR Esra TANHAN Arş. Gör., Rumeysa GEVHER
		7	SAĞLIK KURUMU ÇALIŞANLARINDAN BEKLENEN 21.YY YETKİNLİKLERİNE YÖNELİK KAVRAMSAL BİR ÇALIŞMA	Burhanettin ŞAHİN Dr. Öğr. Üyesi Emine ATALAY

ANADOLU 13 th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES 13 th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES MESOPOTAMIA 2 nd INTERNATIONAL GROUP EXHIBITIONS SEPTEMBER 15 - 17, 2023 Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456				
17 Eylül / Sept 17, 2023 / 11:30 – 13:30 Time zone in Turkey (GMT+3)				
Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 7	Dr. Elham Lashkari	1	KNOWLEDGE RELATIONSHIP MODEL AMONG USER IN VIRTUAL COMMUNITY	Fariba Haghbin, Othman Bin Ibrahim, Mohammad Reza Attarzadeh Niaki
		2	DYNAMICS SIMULATION APPROACH IN ANALYZING PENSION EXPENDITURE	Hasimah Sapiri, Anton Abdulbasah Kamil, Razman Mat Tahar, Hanafi Tumin
		3	AN ASSESSMENT OF GROUNDWATER CRISIS IN IRAN CASE STUDY: FARS PROVINCE	Mohammad Hossein Hojjati , Fardin Boustani
		4	CULTURAL EFFECT ON USING NEW TECHNOLOGIES	Assoc. Prof. Dr. Nazli Ebrahimi, Sharan Kaur Garib Singh, Reza Sigari Tabrizi
		5	GOOD URBAN PLANNING AND MANAGEMENT: NEW ASPECTS AND METHODOLOGIES	Fattaneh Daneshmand Malayeri
		6	DROWSINESS WARNING SYSTEM USING ARTIFICIAL INTELLIGENCE	Lecture . Dr. Nidhi Sharma, V. K. Banga
		7	URBAN ENVIRONMENT QUALITY IMPROVEMENT PLANNING CASE STUDY: MOFT ABAD NEIGHBORHOOD, TEHRAN, IRAN	Dr. Elham Lashkari, Mehrshad Khalaj
		8	INCREASING OF ENERGY EFFICIENCY BASED ON PERSIAN ANCIENT ARCHITECTURAL PATTERNS IN DESERT REGIONS (CASE STUDY OF TRADITIONAL HOUSES IN KASHAN)	Mehran Jamshidi, Naghmeh Yazdanfar, Masoud Nasri

ANADOLU 13 th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES 13 th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES MESOPOTAMIA 2 nd INTERNATIONAL GROUP EXHIBITIONS SEPTEMBER 15 - 17, 2023 Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456				
17 Eylül / Sept 17, 2023 / 11:30 – 13:30 Time zone in Turkey (GMT+3)				
Salon	Moderator	Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors	
SALON 8	Assis. Prof. Dr. Ruta Galoburda	1	PHYSICAL PROPERTIES AND STABILITY OF EMULSIONS AS AFFECTED BY NATIVE AND MODIFIED YAM STARCHES	Nor Hayati , Dr. Ibrahim, Shamini Nair Achudan
		2	OPTIMIZATION OF EXTRACTION OF PHENOLIC COMPOUNDS FROM AVICENNIA MARINA (FORSSK.) VIERH USING RESPONSE SURFACE METHODOLOGY	Prof. Dr. V.Bharathi, Jamila Patterson, Assis. Prof. Dr. R.Rajendiran
		3	CHEMICAL AND BIOLOGICAL PROPERTIES OF LOCAL COWPEA SEED PROTEIN GROWN IN GIZAN REGION	Prof. Dr. Abdelatif S. H. El-Jasser
		4	INTERACTION EFFECT OF DGAT1 AND COMPOSITE GENOTYPE OF BETA-KAPPA CASEIN ON ECONOMIC MILK PRODUCTION TRAITS IN CROSSBRED HOLSTEIN	Assis. Prof. Dr. A. Molee, N. Duanghaklang, P. Mernkrathoke
		5	REVEALING CASEIN MICELLE DISPERSION UNDER VARIOUS RANGES OF NaCl: EVOLUTION OF PARTICLES SIZE AND STRUCTURE	Raza Hussain, Claire Gaiani, Joël Scher
		6	PROCESS DEVELOPMENT OF SAFE AND READY-TO-EAT RAW OYSTER MEAT BY IRRADIATION TECHNOLOGY	Pattama Ratana- Arporn, Pongtep Wilaipun
		7	EFFECT OF PRETREATMENT METHOD ON THE CONTENT OF PHENOLIC COMPOUNDS, VITAMIN C AND ANTIOXIDANT ACTIVITY OF DRIED DILL	Assis. Prof. Dr. Ruta Galoburda, Zanda Kruma, Dr. Karina Ruse

ANADOLU 13 th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES 13 th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES MESOPOTAMIA 2 nd INTERNATIONAL GROUP EXHIBITIONS SEPTEMBER 15 - 17, 2023 Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456				
17 Eylül / Sept 17, 2023 / 11:30 – 13:30 Time zone in Turkey (GMT+3)				
Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 9	Assoc. Prof. Dr. Byung-Kon Kim	1	ASSESSING THE EFFECTS OF EXPLOSION WAVES ON OFFICE AND RESIDENTIAL BUILDINGS	Mehran Pourgholi , Amin Lotfi Eghlim
		2	MULTIPATH ROUTING SENSOR NETWORK FOR FINDING CRACK IN METALLIC STRUCTURE USING FUZZY LOGIC	Assoc. Prof. Dr. Dulal Acharjee, Punyaban Patel
		3	POWER AND DELAY OPTIMIZED GRAPH REPRESENTATION FOR COMBINATIONAL LOGIC CIRCUITS	Padmanabhan Balasubramanian, Karthik Anantha
		4	LATERAL-TORSIONAL BUCKLING OF STEEL GIRDER SYSTEMS BRACED BY SOLID WEB CROSSBEAMS	Prof. Dr. Ruoyang Dr. Tang, Jianguo Nie
		5	ADVANTAGES OF LARGE STRANDS IN PRECAST/PRESTRESSED CONCRETE HIGHWAY APPLICATION	Dr. Amin Akhnoukh
		6	EVALUATION OF SHEAR STRENGTH PARAMETERS OF AMENDED LOESS THROUGH USING COMMON ADMIXTURES IN GORGAN, IRAN	Seyed Erfan Hosseini, Mohammad K. Alizadeh, Amir Mesbah
		7	A STUDY ON THE DEVELOPING METHOD OF THE BIM (BUILDING INFORMATION MODELING) SOFTWARE BASED ON CLOUD COMPUTING ENVIRONMENT	Assoc. Prof. Dr. Byung-Kon Kim

ANADOLU 13 th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES 13 th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES MESOPOTAMIA 2 nd INTERNATIONAL GROUP EXHIBITIONS SEPTEMBER 15 - 17, 2023 Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456				
17 Eylül / Sept 17, 2023 / 11:30 – 13:30 Time zone in Turkey (GMT+3)				
Salon	Moderator	Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors	
SALON 10	Assoc. Prof. Dr. Samir K. Deshmukh	1	PERFORMANCE ENHANCEMENT OF MEMBRANE DISTILLATION PROCESS IN FRUIT JUICE CONCENTRATION BY MEMBRANE SURFACE MODIFICATION	Samir K. Deshmukh, Mayur M. Tajane
		2	PRODUCTION OF APRICOT VINEGAR USING AN ISOLATED ACETOBACTER STRAIN FROM IRANIAN APRICOT	Keivan Beheshti Maal, Rasoul Shafiei, Noushin Kabiri
		3	EFFECT OF FERMENTATION TIME ON XANTHAN GUM PRODUCTION FROM SUGAR BEET MOLASSES	Marzieh Moosavi-Nasab, Safoora Pashangeh, Maryam Rafsanjani
		4	UTILIZATION JUICE WASTES AS CORN REPLACEMENT IN THE BROILER DIET	Assoc. Prof. Dr. Yose Rizal, Dr. Maria Endo Mahata, Mira Andriani, Guoyao Wu
		5	SURVEY OF IMPACT OF PRODUCTION AND ADOPTION OF NANOCROPS ON FOOD SECURITY	Assoc. Prof. Sahar Dehyouri, Seyed Jamal Farajollah Hosseini
		6	SOUS VIDE PACKAGING TECHNOLOGY APPLICATION FOR SALAD WITH MEAT IN MAYONNAISE SHELF LIFE EXTENSION	Dr. Vita Levkane, Sandra Muizniece-Brasava, Lija Dukalska
		7	INVESTIGATION OF PHYSICO-CHEMICAL PROPERTIES OF THE BACTERIAL CELLULOSE PRODUCED BY GLUCONACETOBACTER XYLINUS FROM DATE SYRUP	Assoc. Prof. Dr. Marzieh Moosavi-Nasab, Ali R. Yousefi
		8	PERFORMANCE ENHANCEMENT OF MEMBRANE DISTILLATION PROCESS IN FRUIT JUICE CONCENTRATION BY MEMBRANE SURFACE MODIFICATION	Assoc. Prof. Dr. Samir K. Deshmukh, Mayur M. Tajane

ANADOLU 13 th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES 13 th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES MESOPOTAMIA 2 nd INTERNATIONAL GROUP EXHIBITIONS SEPTEMBER 15 - 17, 2023 Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456				
17 Eylül / Sept 17, 2023 / 14:00 – 16:00 Time zone in Turkey (GMT+3)				
Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 1	Dr. Öğr. Üyesi Recep BAYRAKTAR	1	ÜLKELERİN DIŞ TİCARETE AÇIKLIK DERECESİNİN ENFLASYON-İSTİHDAM ÖDÜNLEMESİNE ETKİSİ: YÜKSEK ENFLASYON YAŞANAN ÜLKELER İÇİN PHILLIPS EĞRİSİ ÇERÇEVESİNDE EKONOMETRİK BİR ANALİZ	Dr. Öğr. Üyesi, Oğuzhan ÖZÇELİK
		2	COVID-19 KRİZİNİN ULUS ALTI YÖNETİMLERİN MALİ YAPISI ÜZERİNE ETKİLERİ	Dr. Öğr. Üyesi Mustafa TEKDERE
		3	RISK-BASED INTERNAL AUDIT ACTIVITIES IN PUBLIC INSTITUTIONS	Dr. Nihat AKBULUT
		4	TEKNOLOJİK DETERMİNİZM BAĞLAMINDA MOBİL TELEFONUN DÖNÜŞÜMÜ	Dr. Öğr. Üyesi Recep BAYRAKTAR

ANADOLU 13 th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES 13 th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES MESOPOTAMIA 2 nd INTERNATIONAL GROUP EXHIBITIONS SEPTEMBER 15 - 17, 2023 Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456				
17 Eylül / Sept 17, 2023 / 14:00 – 16:00 Time zone in Turkey (GMT+3)				
Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 2	Dr. Öğr. Üyesi Yasemin AKTAŞ	1	A NEW FORM OF DATING VIOLENCE: CYBER DATING ABUSE	Meral ÜNALDI Hilal GÜR Asst. Prof. Dr., Elvan ATAMTÜRK
		2	THE FEASTS IN THE SELJUKS OF TURKEY AND A WIEW TO THE FEAST TRADITIONS	Dr. Öğr. Üyesi Yasemin AKTAŞ
		3	KERKÜK KIŞLASI	DR. ÖMER EROĞLU
		4	AN ANALYTICAL EVALUATION OF A VERSE WITH A HISTORIC POSITION IN THE SOCIAL AND RELIGIOUS LIFE OF MUSLIMS (The Example of Verse 90 of Sura an-Nahl)	Dr. Öğr. Üyesi Hacı Çiçek
		5	INTERPRETATIONS OF THE PROPHETS THAT THE PROPHETS WILL BE INTERESTED IN THE HEREAFTER	Dr. Öğr. Üyesi Hacı Çiçek

ANADOLU 13 th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES 13 th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES MESOPOTAMIA 2 nd INTERNATIONAL GROUP EXHIBITIONS SEPTEMBER 15 - 17, 2023 Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456				
17 Eylül / Sept 17, 2023 / 14:00 – 16:00 Time zone in Turkey (GMT+3)				
Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 3	Instructor Sec. Dr. Gizem ÇITAK	1	A NEW TOPICAL TREATMENT FOR SCALP DAMAGE AND HAIR INFECTION WITH ALLIUM CEPA AND ITS POTENTIAL HEALTH BENEFITS	Assist. Prof. K.R.Padma Reader K.R.Don
		2	PRE-COMPETITION EMOTIONAL STATES OF LITHUANIAN JUNIOR KAYAKERS AND CANOEISTS	M.A Tomas Jusevičius
		3	VULNERABLE GROUPS IN WAR AND MIGRATION: WOMEN AND CHILDREN	Instructor Sec. Dr. Gizem ÇITAK Instructor Sec. Serpil TOKER Assoc. Dr., Gokcen AYDIN AKBUGA
		4	A BIBLIOMETRIC ANALYSIS IN THE INTERNATIONAL JOURNAL OF MIDWIFERY AND NURSING: SEXUAL AND REPRODUCTIVE HEALTH	Instructor Sec. Dr. Gizem ÇITAK Assoc. Dr., Gokcen AYDIN AKBUGA Instructor Sec. Serpil TOKER
		5	WOUND HEALING AFTER CESAREAN SECTION AND EPSIOTOMY: COMPLEMENTARY MEDICINE APPLICATIONS	Instructor Sec. Serpil TOKER Assoc. Dr., Gokcen AYDIN AKBUGA Instructor Sec. Dr. Gizem ÇITAK
		6	PREGNANCY AND MICROBIOTA	Instructor Sec. Serpil TOKER Instructor Sec. Dr. Gizem ÇITAK Assoc. Dr., Gokcen AYDIN AKBUGA
		7	INNOVATIVE KNEE EXOSKELETON DESIGN FOR ADDRESSING WALKING IRREGULARITIES	Asst. Prof. Dr. Hamid ASADI DERESHGI Researcher Dilan DEMIR

ANADOLU 13 th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES 13 th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES MESOPOTAMIA 2 nd INTERNATIONAL GROUP EXHIBITIONS SEPTEMBER 15 - 17, 2023 Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456				
17 Eylül / Sept 17, 2023 / 14:00 – 16:00 Time zone in Turkey (GMT+3)				
Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 4	Assoc. Prof. Dr. Mehmet Fırat BARAN	1	INVESTIGATION OF THE REMOVAL OF METHYLENE BLUE DYE BY BIOCAR OBTAINED FROM CRATAEGUS ORIENTALIS (Hawthorn) PLANT WASTES	Dr. Öğr. Üyesi Alper SOLMAZ Öğr. Gör. Dr. Talip TURNA Doç. Dr. M. Fırat BARAN
		2	ANALYSIS OF ERZURUM CITY HOBBY GARDENS IN THE SCOPE OF URBAN GREEN INFRASTRUCTURE	Master Degree Student Didem İlbaş Prof.Dr. Hasan Yılmaz
		3	VİKOR YÖNTEMİ ve TARIM SEKTÖRÜNDE ÖRNEK BİR UYGULAMA	Kadriye Nur KARLIK Doç. Dr., Gökhan ÇINAR
		4	ASPERGİLLUS NİGER BİYOKÜTLESİNİN YÜZEY ÖZELLİKLERİNİN TERS GAZ KROMATOĞRAFİSİ İLE İNCELENMESİ	Dr. Birol IŞIK Arş. Gör. Mesut Bilgi
		5	INVESTIGATION OF CHEMICAL COMPOSITION AND BIOLOGICAL APPLICATIONS OF ELAINE (ELAEAGNUS ANGUSTIFOLIA L.) PLANT GROWING IN MARDIN REGION	Ahmet MEŞE Assoc. Prof. Dr. Mehmet Fırat BARAN
		6	DETERMINING THE EFFECT OF GRASS FLOOR COVERING ON THERMAL COMFORT BY ENVI-MET ANALYSIS; THE CASE OF HASANPAŞA HANI/DIYARBAKIR	Medine ÇELİK Prof. Dr. Hasan YILMAZ

ANADOLU 13 th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES 13 th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES MESOPOTAMIA 2 nd INTERNATIONAL GROUP EXHIBITIONS SEPTEMBER 15 - 17, 2023 Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456				
17 Eylül / Sept 17, 2023 / 14:00 – 16:00 Time zone in Turkey (GMT+3)				
Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 5	Prof. Dr. Murat Yavuz Solmaz	1	TEMPERATURE-DEPENDENT MOTOR SPEED CONTROL USING PROPORTIONAL CONTROL TECHNIQUE	Dr., Sabri UZUNER Eng., Fatih Mert Çelebi
		2	STRESS ANALYSIS OF ADHESIVELY BONDED SINGLE LAP JOINTS	Prof. Dr. Murat Yavuz Solmaz Makine Müh. Selahattin Topçuoğlu
		3	EXPERIMENTAL INVESTIGATION OF LOW VELOCITY IMPACT BEHAVIOUR OF HONEYCOMB SANDVICH COMPOSITES PRODUCED BY THREE DIMENSIONAL PRINTER	Prof. Dr. Murat Yavuz SOLMAZ Dr. Öğr. Üyesi Cenk YANEN Makine Yük. Müh. İsa KARATAŞ
		4	TEL ÇEKME ÇENELERİNDE KULLANILAN X210Cr12 SOĞUK İŞ TAKIM ÇELİĞİNİN TERMOKİMYASAL DİFÜZYON YÖNTEMİYLE BORLANMASI	Üretim Şefi, İbrahim KARAARSLAN Dr. Öğr. Üyesi, Serkan DAL Prof. Dr., Bülent KURT
		5	HAVA ÖN ISITMALI GAZ TÜRBİNLİ KOJENERASYON TESİSLERİNDE BAZI PERFORMANSLARIN ANALİZİ	Doç.Dr. Rabi KARAALİ Öğr.Gör.Dr., Arzu KEVEN
		6	REKÜPERATÖRLÜ GAZ TÜRBİNLİ KOJENERASYON TESİSLERİNDE KOMPRESYON ORANININ BAZI PERFORMANSLARA ETKİSİ	Öğr.Gör.Dr., Arzu KEVEN Doç.Dr. Rabi KARAALİ

ANADOLU 13 th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES 13 th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES MESOPOTAMIA 2 nd INTERNATIONAL GROUP EXHIBITIONS SEPTEMBER 15 - 17, 2023 Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456				
17 Eylül / Sept 17, 2023 / 14:30 – 16:30 Time zone in Turkey (GMT+3)				
Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 6	Assoc. Prof. Dr. Surbhi Mishra	1	GENZ'S ATTITUDE AND PERCEPTIONS TOWARDS USING ONLINE FOOD DELIVERY SERVICES IN DANANG	Trinh Le Tan Nguyen Duc Tri Ngo Tran Xuat Tran Minh Tung Nguyen Quoc Quan
		2	STUDY ON THE PROSPECTS OF TEA TOURISM IN INDIA: A DESCRIPTIVE ANALYSIS	Shuvasree Banerjee Dr. Pankaj Kumar Tyagi
		3	THE SELF-EFFICACY AND ITS RELATIONSHIP TO THE ACADEMIC PERFORMANCE IN ONLINE LEARNING AMONG SENIOR HIGH SCHOOL STUDENTS	Jhoselle Tus
		4	THE EFFECTIVENESS OF MOBILE TECHNOLOGIES FOR FOSTERING SELF-DIRECTED LEARNING	Bounmy Phalychan Soulchanh Luangsombath Somchith Vongphachanh Phoumchay Vongvilay Thiphachanh Nouthaphone
		5	FROM VICTIM TO ETHICAL AGENT: OSCAR WILDE'S THE BALLAD OF READING GAOL AS POST-TRAUMATIC WRITING	Dr. Mona Salah El-Din Hassanein
		6	ERADICATION OF MENTAL ILLNESS THROUGH BUDDHISM	Prof. Dr.Deshar Bashu Dev
		7	UNDERSTANDING TRANSSEXUALS: A SOCIOLOGICAL APPROACH	Assoc. Prof. Dr.Surbhi Mishra
		8	THE MEASURE OF KIA COMPETITIVENESS IN THE AMERICAN ELECTRIC VEHICLE MARKET	BOUKHEDIMI CHEMS EDDINE. PH.D.

ANADOLU 13 th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES 13 th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES MESOPOTAMIA 2 nd INTERNATIONAL GROUP EXHIBITIONS SEPTEMBER 15 - 17, 2023 Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456				
17 Eylül / Sept 17, 2023 / 14:30 – 16:30 Time zone in Turkey (GMT+3)				
Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 7	Prof. Dr. HARRI JALONEN	1	THE EFFECTS OF ELECTRICAL MUSCLE STIMULATION (EMS) TOWARDS MALE SKELETAL MUSCLE MASS	MOHD FARIDZ AHMAD AMIRUL HAKIM HASBULLAH
		2	PSYCHOLOGICAL VARIABLES OF SPORT PARTICIPATION AND INVOLVEMENT AMONG STUDENT-ATHLETES OF TERTIARY INSTITUTIONS IN SOUTH-WEST, NIGERIA	Mayowa Adeyeye
		3	THE RELATIONSHIP BETWEEN MOTIVATION FOR PHYSICAL ACTIVITY AND LEVEL OF PHYSICAL ACTIVITY OVER TIME	KEYVAN MOLANOROUZI SELINA KHOO TONY MORRIS
		4	INTERDISCIPLINARY INTEGRATED PHYSICAL EDUCATION PROGRAM USING A PHILOSOPHICAL APPROACH	Prof. Dr.ELLIE ABDI SUSANA JUNIU
		5	REPERCUSSIONS OF RITUAL DANCES TO PERSONAL ADJUSTMENT - A PERSPICACIOUS STUDY AMONG SCHOOL CHILDREN	Abdul Rahman Kannam Kulam
		6	CHANGES OF POWER-VELOCITY RELATIONSHIP IN FEMALE VOLLEYBALL PLAYERS DURING AN ANNUAL TRAINING CYCLE	Assoc. Prof. Dr. K. BUSKO
		7	OBJECTIVITY, RELIABILITY AND VALIDITY OF THE 90° PUSH-UPS TEST PROTOCOL AMONG MALE AND FEMALE STUDENTS OF SPORTS SCIENCE PROGRAM	Ahmad Hashım Mohd Sanı Madon
		8	SOCIAL MEDIA AS A 'SERVICE' FOR VALUE CO-CREATION BY INTEGRATING SPONSORING COMPANIES, SPORTS ENTITIES AND FANS	Prof. Dr.HARRI JALONEN

ANADOLU 13 th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES 13 th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES MESOPOTAMIA 2 nd INTERNATIONAL GROUP EXHIBITIONS SEPTEMBER 15 - 17, 2023 Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456				
17 Eylül / Sept 17, 2023 / 14:30 – 16:30 Time zone in Turkey (GMT+3)				
Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 8	Prof. Dr. Rodina Ahmad	1	TOWARDS GOOD ACCOUNTABILITY: THE ROLE OF ACCOUNTING IN ISLAMIC RELIGIOUS ORGANISATIONS	Hasan Basri Afifuddin, A.K Siti-Nabiha
		2	AN INTRODUCTION TO METHODS AND TECHNOLOGIES APPLIED FOR REDUCTION OF ENERGY CONSUMPTION IN TRANSPORTATION SECTOR AND AIR POLLUTION IN IRAN	Eshagh Rasouli Sarabi, Mir Saeed Moosavi
		3	ASPECTS REGARDING THE GENESIS OF THE CITY OF SUCEAVA, A MEDIEVAL CAPITAL OF MOLDAVIA	Assoc. Prof. Dr.Denis Căprâroiu
		4	EVALUATION TECHNIQUES OF PHOTOGRAPHY IN VISUAL COMMUNICATIONS IN IRAN	Firouzeh Keshavarzi
		5	INTRODUCING THE MAIN FACTORS OF ACCIDENTS ON THE ROADS OF IRAN AND STUDYING ITS CAUSES AND STRATEGIES APPLIED TO DECREASE IT	Eshagh Rasouli Sarabi, Mir Saeed Moosavi
		6	SPATIAL VARIABILITY IN HUMAN DEVELOPMENT PATTERNS IN ASSIUT, EGYPT	Prof. Dr.Abdel-Samad M. Ali
		7	DISPARITY IN SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT AND ITS IMPLICATIONS ON COMMUNAL CONFLICTS: A STUDY ON INDIA'S NORTH-EASTERN REGION	Debasis Neogi
		8	USERS- MOTIVATION AND SATISFACTION WITH IS	Abbas Moshref Razavi, Prof. Dr.Rodina Ahmad

ANADOLU 13 th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES 13 th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES MESOPOTAMIA 2 nd INTERNATIONAL GROUP EXHIBITIONS SEPTEMBER 15 - 17, 2023 Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456				
17 Eylül / Sept 17, 2023 / 14:30 – 16:30 Time zone in Turkey (GMT+3)				
Salon	Moderator	Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors	
SALON 9	Assoc. Prof. Dr. Emilia Nercissians	1	SOCIAL ANTHROPOLOGY OF CONVERGENCE AND NOMADIC COMPUTING	Assoc. Prof. Dr. Emilia Nercissians
		2	THE NATIONAL ENERGY STRATEGY FOR SAUDI ARABIA	Lecture Ziyad Aljarboua
		3	POLITICAL FINANCE IN AFRICA: ETHIOPIA AS A CASE STUDY	DR. Wondwosen Teshome B.
		4	ANALYZING AND COMPARING THE ARCHITECTURAL SPECIFICATIONS AND THE URBAN ROLE OF SCIENTIFIC- TECHNOLOGICAL PARKS IN IRAN AND THE WORLD	Shahryar Shaghaghi G., Mojtaba H. Ghoshouni, Bahareh S. Ghabel
		5	COST OF ROAD TRAFFIC ACCIDENTS IN EGYPT	Mohamed A. Ismail, Samar M. Assoc. Prof. Dr. M. Abdelmageed
		6	ISLAM AND FERTILITY REGULATIONS	Muhammad Hammad Lakhvi
		7	MULTIPURPOSE CADASTRE, ESSENTIAL FOR URBAN DEVELOPMENT PLANS IN IRAN	Mehrshad Khalaj, Elham Lashkari
		8	STREET NETWORK IN BANDUNG CITY, INDONESIA: COMPARISON BETWEEN CITY CENTER AND NEW COMMERCIAL AREA	Siska Soesanti, Norihiro Nakai

Mesopotamia 2nd International Group Exhibition

Salon / Hall	Oturum Başkanı / Session Chair	Eser Adı / Art Work	Artist	Tema / Theme
		1 Şaman -1	Doç. Elif Aksoy	
		2 Şaman-2	Doç. Elif Aksoy	
		3 Bird Illustration	Dr.Öğr.Üyesi Merve KARAMAN	
		4 Digital Composition: Luxury Consumption	Dr.Öğr.Üyesi Merve KARAMAN	
		5 Petroglif	Doç. Dr. Nermin ÖZCAN ÖZER	
		6 Kadim İzler	Doç. Dr. Nermin ÖZCAN ÖZER	
		7 Sebzeler	Ahmet Göktuğ KILIÇ	
		8 GÜNBATIMINDA LARNAKAS LAPİTHOU	Doç.Dr. Yücel Yazgın	
		9 GÜNBATIMINDA YEŞİL	Doç.Dr. Yücel Yazgın	
		10 Kaos/Chaos	Doç. Dr. Filiz ÖZTÜRK	
		11 Semerci	Öğr. Gör. Fadim Akca	
		12 Yeni habitat için şiiresel arayışlar	Doç. Ayşegül Türk	
		13 isimsiz	Doç.Dr. Suna Özgür KARAALAN	
		14 Ruhsal Kıtılığın Başlangıcı- The Beginning of Spiritual Scarcity	Doç. Dr. Meral BATUR	
		15 Flow	Dr. Öğr. Gör. Meltem İŞLER SEVİNDİ	
		16 Bir Varmış Bir Yokmuş	Dr. Öğr. Üyesi Minara GULİYEVA JAMSHIDI	
		17 Çizgili Kumaş	Dr. Öğretim Üyesi Mustafa TUNÇ	
		18 Göz Yaşı	Öğretim Görevlisi EBRU AMİL TULUCE	
		19 Untitled I	Doç. Dr. Ezgi TOKDİL	
		20 Çok yönlü takı	Şuhedanur TAŞKIRAN BEDİR	
		21 SPIRITUAL ID	Dr. Öğr. Üyesi Dicle Yıldırım	

22	Dolunay	Dr. Öğr. Gör. Saygın Koray Doğaner
23	Antik Yapı / Ancient Building	Öğr. Gör. Dr. Ali YAŞAR
25	Kırık Antik Kaplar / Broken Ancient Ceramics	Öğr. Gör. Dr. Ali YAŞAR
26	Imagine Is Real	Dr. Öğr. Üyesi Oya Cansu DEMİRKALE KUKUOĞLU
27	Imagine	Dr. Öğr. Üyesi Oya Cansu DEMİRKALE KUKUOĞLU
28	Sedir ormanı / Cedar forest	Dr. Öğr. Üyesi Melis Sucuoğlu Doğan
29	Seas and Fish are Disappering	Öğr.Gör. Dr. Yunus Türkşad YEGİN
	Kişisel Sergi	
	“Gestalt İlkeleri ve Tipografik Düzenleme” İsimli Kişisel Grafik Tasarım ve Dijital Tasarım Sergisi	Dr.Öğr.Üyesi Merve KARAMAN



ANADOLU
13th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES
13th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES
MESOPOTAMIA 2nd INTERNATIONAL GROUP EXHIBITIONS
SEPTEMBER 15 - 17, 2023 – DIYARBAKIR



Contents

NAZİLLİ/ESENKÖY'DE (ARPAZ) BULUNAN BİR OSMANLI ÇEŞMESİ, KORUNMA DURUMUNA YÖNELİK BİR DEĞERLENDİRME	1
KIRKAĞAÇ AHMET DALGIÇ KONAĞI	8
KIRKAĞAÇ HAKKI ÖKTEM KONAĞI.....	21
HİTİT DÖNEMİ SERAMİKLERİNDE İLLÜSTRATİF ETKİLER VE ÇAĞDAŞ TÜRK SERAMİK SANATINDAKİ YANSIMALARI	35
MODA TASARIMI PROGRAMI ÖĞRENCİLERİNİN YARATICILIK DÜZEYLERİNİN DEMOGRAFİK DEĞİKENLER AÇISINDAN İNCELENMESİ.....	52
TÜRKİYE VE AFGANİSTAN'DAKİ KAMU ÖRGÜTLERİNDE ÇALIŞANLARIN MOTİVASYON DÜZEYLERİNİ BELİRLEMeye YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA.....	61
2019 TÜRKÇE DERSİ ÖĞRETİM PROGRAMINDAKİ 5.-8. SINIF DÜZEYİNDE YER ALAN KAZANIMLARIN DEĞERLER EĞİTİMİNE UYGUNLUĞU AÇISINDAN İNCELENMESİ	67
TÜRKÇE DERSİ ÖĞRETİM PROGRAMINDA YER ALAN KAZANIMLARIN 3. SINIF DÜZEYİNDE REVİZE EDİLMİŞ BLOOM TAKSONOMİSİNE GÖRE İNCELENMESİ	73
PANDEMİ DÖNEMİNDE KÜLTÜR ÜRETİMİ VE MÜZELERİN DEĞİŞEN EĞİTSEL ROLÜ	80
ÇOCUKLAR İÇİN ÖĞRENME VE DUYGUSAL GELİŞİMİ ARTTIRMADA BİLİŞSEL FİLM TEORİLERİNİ YENİDEN DEĞERLENDİRMEK	109
EĞİTİM SÜRECİNE ENTEGRASYONUN ORGANİZASYONU	117
AZƏRBAYCAN DİLİ SİNTAKSİSİNİN İNTEQRATİV ƏSASLI TƏDRİSİ İMKANLARI.....	122
İ. NƏSİMİNİN POETİK DİLİNDƏ TƏBİİ DAŞLARDAN İSTİFADƏNİN ÜSLUBİ İMKANLARI.....	132
DİNLƏMƏ MƏTNLƏRİNİN TƏDRİSİNDƏ ŞAĞIRD NİTQİNİN ZƏNGİNLƏŞDİRİLMƏSİ.....	140
İBTİDAİ SİNİFLƏRDƏ OXU İLƏ BAĞLI MƏSƏLƏLƏR.....	145
MODIFICATION OF THE VERB PHRASE - ADJUNCT ADVERBS.....	150
SOSYAL ORTAMLARDA GELİŞMELERİ KAÇIRMA KORKUSU KAYSERİ ÜNİVERSİTESİ ÖRNEĞİ	158
ÇOCUKLARDA YOGA'NIN FAYDALARI LİTERATÜRÜN SİSTEMATİK BİR İNCELEMESİ.....	168
KONAKLAMA HİZMETLERİNİN SATIN ALINMASINDA VEYA KİRALANMASINDA E-TİCARET KULLANIMINI ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN ARAŞTIRILMASI.....	175
TÜKETİCİ SATIN ALMA NİYETİ ÜZERİNDE GERİLLA PAZARLAMASININ ETKİSİ	185
MODERN PAZARLAMADA NOSTALJİK BİR TREND: RETRO PAZARLAMA	192
PREDICTIVE MODELING OF LOAN APPROVAL OUTCOMES: INSIGHTS AND APPLICATIONS	199
MESLEK MENSUBU OLMA YOLUNDA, MUHASEBE STAJYERLERİNİN STAJYERLİK SÜRECİNE BAKIŞI: HATAY ÖRNEĞİ	214
OTOMOTİV TEDARİK ZİNCİRİNDE STOK YÖNETİMİ: TOPTAN YEDEK PARÇA SATIŞI GERÇEKLEŞTİREN BİR FİRMADA ABC ANALİZİ	226
FİNANS SEKTÖRÜNDE YEŞİL DÖNÜŞÜM: TÜRKİYE'DE YEŞİL TAHVİL UYGULAMALARI	233
SAVUNMA HARCAMALARI EKONOMİK BÜYÜME İLİŞKİSİ: SEÇİLMİŞ OECD ÜLKELERİ ÖLÇEĞİNDE PANEL VERİ ANALİZİ.....	246

SAĞLIK KURUMU ÇALIŞANLARINDAN BEKLENİLEN 21.YY YETKİNLİKLERİNE YÖNELİK KAVRAMSAL BİR ÇALIŞMA	261
ÜLKELERİN DIŞ TİCARETE AÇIKLIK DERESESİNİN ENFLASYON-İSTİHDAM ÖDÜNLEMESİNE ETKİSİ: YÜKSEK ENFLASYON YAŞANAN ÜLKELER İÇİN PHILLIPS EĞRİSİ ÇERÇEVESİNDE EKONOMETRİK BİR ANALİZ	280
TEKNOLOJİK DETERMİNİZM BAĞLAMINDA MOBİL TELEFONUN DÖNÜŞÜMÜ	299
TÜRKİYE SELÇUKLULARI'NDA BAYRAMLAR VE BAYRAM GELENEKLERİNE BİR BAKIŞ	306

NAZILLI/ESENKÖY'DE (ARPAZ) BULUNAN BİR OSMANLI ÇEŞMESİ, KORUNMA DURUMUNA YÖNELİK BİR DEĞERLENDİRME

Öğr. Gör. Dr. Ali YAŞAR

Pamukkale Üniversitesi, - 0000-0003-1705-3611

ÖZET

Çeşmeler, Osmanlı Dönemi'ndeki büyük inşaa faaliyetlerinden biridir. Açık alanlarda insanların temel gereksinimlerinden birini karşılayan anıtsal çeşme yapıları, kimi zaman hayırseverler tarafından, kimi zaman da devlet eliyle inşa edilerek halkın kullanımına sunulmuştur. Farklı tipolojik özelliklere sahip bu yapılara Aydın ili Nazilli İlçesi'nin güneyinde bulunan eski adı Arpaz yeni adı Esenköy olan yerleşimde de rastlanmaktadır. Çalışmaya konu olan çeşme, Arpaz aile mezarlığının yanında yer almakta olup, taşınmaz kültür varlıklarımız arasında önemli bir yere sahiptir. Mevcut haliyle korunarak günümüze kadar ulaşabilen yapı, dikey dikdörtgen biçimli, sivri kemerli ve kirpi saçaklıdır. Yapı ile ilgili olarak alanda gerçekleştirilen gözlemsel incelemelerden hareketle hazırlanan bu çalışmada, anıtsal çeşmenin korunmuşluk durumuna esas değerlendirme yapılmıştır. Esaslı koruma ve onarım uygulamaları öncesinde yapıya ait elemanların tespiti, meydana gelen bozulmalar, oluşan bozulmaların sebepleri ve bozulmaların durdurulabilmesi için gerekli müdahale önerilerinin sunulması, bu sayede Esenköy'de yer alan Osmanlı Dönemi yapı kalıntılarına dikkat çekmek amaçlanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Esenköy/Arpaz, Osmanlı Çeşmesi, Korunma Durumu, Bozulma

1.GİRİŞ

Yeni adı Esenköy eski adı Arpaz olan yerleşim, Osmanlı Dönemi'nde Aydın Sancağı'na bağlıydı. On beş ve on altıncı yüzyıllarda taşra yönetiminin ana birimi sancaktır. Sancakları bir valinin yönettiği, böylelikle askeri ve koordinasyon birimi şeklinde Osmanlı eyaletleri ortaya çıktığı belirtilir (Ortaylı, 2011, 61). Aydın sancağına bağlı kazalar arasında Birgi, Tire, Güzelhisar, Sultanhisar, Bozdoğan, Kestel, Yenişehir, Ayasuluk, İzmir, Çeşme, Alaşehir, Sart ve Arpaz bulunmaktaydı (Varlık, 1991, 143-144). 1831 yılı nüfus sayımlarına göre Aydın Sancağı'na bağlı Arpaz'ın toplam nüfusu, 1892'idi (Adıtar, 2022, 9). Özetle Arpaz, Osmanlı belgelerinde Aydın Sancağı'nda bir kaza merkezi olarak geçmektedir¹. Osmanlı Dönemi'ni oldukça önemli olan ve Ayanlık Dönemi'ni yansıtan Esenköy/Arpaz'da devlet büyükleri ve

¹ Arpaz'ın bulunduğu bölgede yer alan Harpasa antik kenti hakkındaki çalışmalar için bkz. Hüseyin Üreten, "Nazilli'nin Antik Kentleri ve Bölgenin Kültürel Önemi", Kurtuluşunun 100. Yılında Geçmişten Geleceğe Nazilli içinde, Editörler: Sedat Akkurnaz, Tuncay Ercan Sepetçioğlu, Arzu Özver, Akademisyen Kitabevi Ankara 2021, s. 51.

hayırseverler tarafından inşa ettirilen çok sayıda anıtsal çeşme ile Arpaz Beyleri tarafından inşa ettirildiği bilinen Arpaz Kulesi ve Beyler Konağı bulunmaktadır.

Çalışmada Osmanlı Dönemini yansıtan çeşmelerden birine koruma bilimi açısından yer verilmektedir. Kapsamlı restorasyon faaliyetleri öncesinde yapı ve malzemelerini, malzeme sorunlarını belirlemeye yönelik (korunma durumunu) yerinde gözlemler yapılmıştır.

2.ESENKÖY/ARPAZ OSMANLI ÇEŞMESİ

Esenköy merkezinin kuzeyinde yer alan anıtsal çeşme (Görsel 1-2) binasının kuzey bitişiğinde 2 katlı modern bir bina, güney bitişiğinde ise Arpaz aile mezarlığı bulunmaktadır. Dikey dikdörtgen biçimli çeşme binasının tek cephesi bulunmaktadır. Yapı iç içe geçmiş iki sivri kemere sahip olup, üst bölümü kirpi saçak tipli şeklinde tasarlanmış Osmanlı Dönemi eseridir (Görsel 3). Yapı, 3.02 m yüksekliğe, 2.56 m genişliğe sahiptir. İçteki sivri kemerler ile kenarlarda çıkıntı yapan plasterler ile çeşmeyi her iki yandan sınırlayan sekiler (dikdörtgen biçimli devşirme bloklar) bulunmaktadır (seki ölçüleri: 50x33x32 cm ölçülerindedir). Cephenin en çok göze çarpan kısmını oluşturan öge şüphesiz ki sivri kemerlerdir. Sivri kemerli çeşme, üst bölümde erken dönem özelliklerini yansıtan ve çeşme cephesini hareketlendiren kirpi saçaklar ile son bulmaktadır.



Görsel 1. Osmanlı Çeşmesi'nin Konumu,
(<https://kulturenvanteri.com/tr/harita/#16.9/37.808056/28.34615>).

Görsel 2. Osmanlı Çeşmesi, Güneyinde Mezarlık, Kuzey Bitişğinde Modern Köy Evi.

Çeşmenin orta bölümünde dikdörtgen biçimli devşirme bir blok kullanılmıştır. Üzerinde lüle deliği bulunan blok, 75 cm yüksekliğe, 42 cm genişliğe sahip olup aynalık taşı olarak kullanılmıştır. Aynalık taşının üzerinde içerisine tas koymaya yarayan dikdörtgen biçimli (33x37x20 cm ölçülerinde) bir niş bulunmaktadır. Aynı zamanda aynalık taşının her iki tarafında üst kısmı sivri kemerli, alt kısmı yaklaşık kare biçimli olan nişler (sağ niş ölçüleri: 24x23x22,5 cm ölçülerinde, sol) bulunmaktadır. Bu nişlerin de yine tas nişi olarak kullanıldıkları düşünülmektedir. Mevcut haliyle çeşme alınlığı incelendiğinde herhangi bir kitabeye rastlanmamaktadır. Ancak aynalık taşının üst bölümünde yer alan ve olasılıkla sonradan ta nişi olarak kullanılan kısımda olasılıkla yapının kitabesi bulunmaktaydı.

Esenköy'deki Osmanlı Dönemi çeşmesi işlevini devam ettirmemektedir. Çeşme, bezeme öğeleri açısından incelendiğinde mevcut haliyle üzerinde herhangi bir bezemsel detayın bulunmadığı görülmektedir.



Görsel 3. Çeşme Binasının Farklı Açılardan Görünüşü.

3.YAPI AİT ÖZGÜN İNŞA MALZEMELERİ (TAŞ, HARÇ, SIVA, TUĞLA)

Alanda yapılan incelemeler ile anıtsal çeşmeye ait yapı malzemeleri belirlenmiştir (Görsel 4).

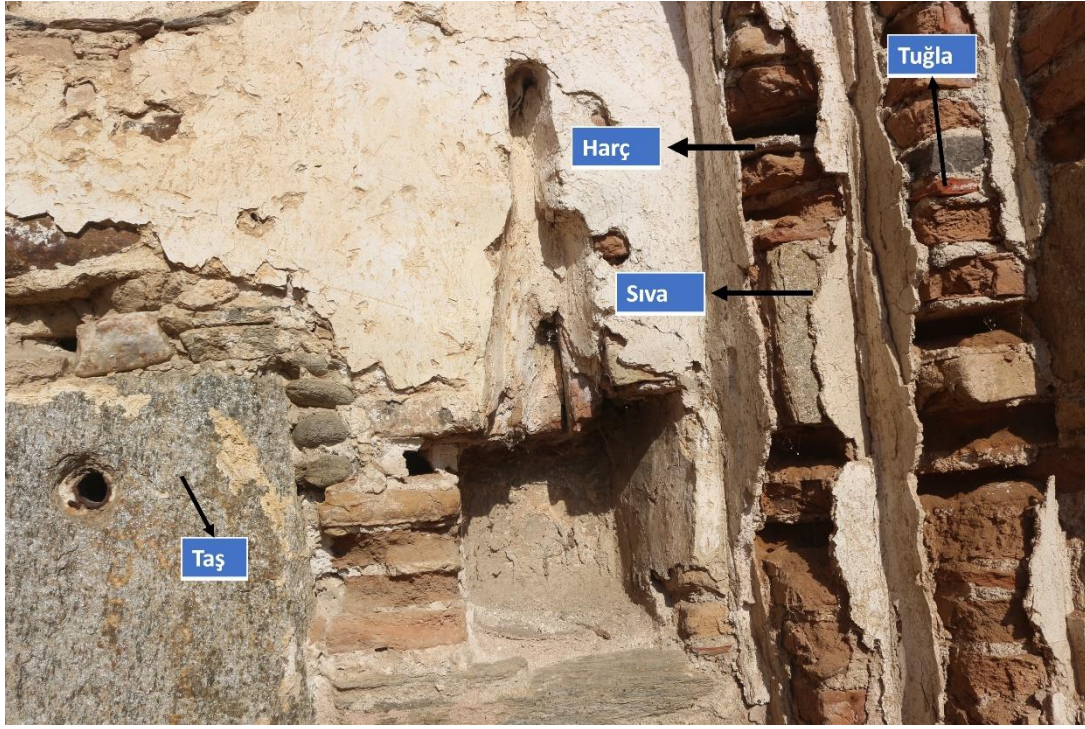
Taş, Çeşme binasında, Harpasa antik kentinden getirildiğini düşündüğümüz devşirme malzeme kullanımları söz konusudur. Özellikle ilk göze çarpan ayna taşı ile plasterler, sekiler ve duvar bağlantı elemanlarının bir bölümünde söz konusu taşların kullanılmış olduğu görülmektedir. Devşirme olarak kullanılan taşlar malzeme türüne göre incelendiğinde gri, açık gri ve beyaz renk karışımı, iri taneli metamorfik bir kayaç türü olan ve bu bölgenin yerel taşı olan gnays kullanılmıştır. Yapıda kullanılmış olan farklı boyutlardaki gnays taş malzemeler, işçilik açısından incelendiğinde taşın fiziksel özelliklerinden de kaynaklı olarak kaba yonudur. Örgüde ve sekilerde kullanılmış olan taş malzemenin belirli bir düzene göre yerleştirilmedikleri anlaşılmaktadır.

Harç, Çeşme binasındaki harçlar, derz ve dolgu malzemesi olarak kullanılmıştır. Bağlantı elemanlarını birbirine bağlayan açık gri-krem renkli harç malzeme, gözlemlerimize göre yapı genelinde benzer özellikte kullanılmıştır. Yapı inşasında bağlayıcı olarak kireç tercih edilmiştir. Oluşturulan harç karışımına agrega olarak gri renkli ince taneli kum ve küçük-orta tane boyutlarında çakıl taşları karıştırıldığı anlaşılmaktadır. Duvar örgüsünden takip edilebildiği kadarıyla derzlerde kullanılmış olan harç malzeme, düzensiz yapıdadır. Derz kalınlıkları, bağlantı elemanlarının boyutlarına göre farklılık göstermektedir.

Sıva, Çeşme binasının ön cephesi sıvalıdır. Sıva malzeme, kaba yonu işlenmiş gnays bağlantı elemanları ile tuğla yapı elemanlarının yüzeyini kaplamaktadır. Beyaz, krem renkli ince kum ve kireç karışımı aynı zamanda derz dolgu harçlarına göre, bina sıvasının nispeten daha sıkı

gözenekli bir yapıda olduğu anlaşılmaktadır. Yaklaşık olarak 2 cm kalınlığa sahip olan sıva malzeme, yapıya estetik bir görünüm sağlamaktadır.

Tuğla, Çeşme binasında kullanılmış olan bir diğer yapı malzemesi hammaddesi kil olan tuğladır. Cepheye ait duvar, kirpi saçak, plasterler, sivri kemerli nişler ile tas nişlerinde pişmiş toprak tuğla bağlantı elemanı olarak kullanılmıştır. Tuğlanın yer yer gnays bağlantı elemanları ile bir arada kullanıldığı gözlemlenmektedir.



Görsel 4. Çeşme Binası, Yapı Malzeme Detayları.

4. BOZULMALAR VE NEDENLERİ

Çeşme binası, özgün bütünlüğünü büyük oranda korumuş bir şekilde günümüze kadar ulaşmıştır. Malzeme genelinde ve özellikle yapının alt bölümünde çeşitli nedenlerden kaynaklı olarak bozulmalar meydana gelmiştir. Çeşmenin merkezi bir konumda bulunmasına rağmen kullanım dışı kalması, çevresel ve iklimsel nedenler yapı bütünlüğünde artarak devam eden bozulmalara sebep olmuştur. Böylesi anıtsal yapılar için oluşan sorunları kendi içerisinde yapısal ve risk faktörleri olarak iki bölümde incelenmiştir.

4.1.YAPISAL SORUNLAR

Çalışmaya esas çeşme binasının kullanım dışı kalması nedeniyle bakımsızlığı, etrafındaki toprak dolgu ve bu dolgunun suyu bünyesinde tutması sonucunda tuz kusmalarının oluşması, Arpaz Aile Mezarlığı'nın çeşme ile bitişik bölümünde yapı etrafını kuşatan gelişmiş bitki köklerinin bulunması nedeniyle, yapıyı ciddi sorunlar ile karşı karşıya kalmıştır.

Duvar örgülerindeki sıva ve derz dolgu harçları ile birim malzeme (tuğla) kayıpları, daha çok yapının alt bölümlerinde oluşmuştur. Toprağa yakın bölümlerde ortaya çıkan kısmi malzeme kayıpları, çeşme binası için çok ciddi sorunlar oluşturmaktadır. Şüphesiz ki bu durumun

oluşmasında yapı etrafındaki toprak dolgunun büyük etkisi vardır. Plaster gibi bir nevi yapının ayaklarında meydana gelen malzeme kayıpları, daha büyük sorunlara yol açacaktır. Görülen bozulma türlerinin ortaya çıkmasında tuz çıkışları büyük oranda etkili olmuştur. Tuz etkisi, özellikle taş yapı elemanlarına göre daha zayıf özellikteki sıva, derz ve dolgu harçlarını daha çok etkilemektedir.

4.2.ÖZGÜN MALZEMENİN (TAŞ, HARÇ, SIVA, TUĞLA) DEĞİŞİMİ/BOZULMALAR

Çeşme binasında daha az oranda kullanılmakla birlikte, taş malzemede birtakım bozulmalar oluşmuştur². Harpasa antik kentinden devşirme olarak kullanılmış gnays taşlarında kısmi parça kayıpları ile yüzeysel deformasyonlar görülmektedir. Gnays taşı, yapısal özellikleri nedeniyle iklimsel olaylardan kolay etkilenmektedir. Açıkta görülebilen izlerden takip edilebildiğine göre gnays taşlarının hem yüzeyden hem de taşların köşelerinde aşınmalar vardır. Bununla birlikte nem ve devamında ortaya çıkan tuz oluşumlarının olumsuz etkileri artarak devam etmektedir (Görsel 5).



Görsel 5. Taş Malzemede Görülen Bozulmalar.

Bozulmaların meydana geldiği diğer yapı malzemesi harçtır. Çeşme cephesinden de anlaşılabilirdiğine göre harç hem derz dolgu harcı hem de sıva harcı olarak kullanılmıştır. Su yapısının önünde bulunan boş alan bakımsız ve moloz dolgular ile doludur. Çeşmenin alt duvarından da anlaşıldığı üzere bozulma toprağa yakın olan kısımda başlamış ve üst bölüme doğru artarak devam etmektedir. Kültür varlıklarının temel bozulma kaynaklarından biri sudur. Dış etkilere karşı en savunmasız yapı elemanını oluşturan harç ve sıva, molozlarda biriken su, tuz ve nem etkisi nedeniyle alt bölümde daha fazla bozulmaya uğramıştır (Görsel 6).

² Tarihi yapılardaki bozulmalar için, Bkz.: Y. S. Şener, “Arkeolojik Alanda Yapı Malzemelerinin Korunması: Temel Yaklaşımlar, Yöntem ve Uygulama Biçimleri”, Orhan Bingöl’e 67. Yaş Armağanı, Edt. G. Kökdemir, Ankara, 2013, 611-624. Şener, 2013, 615; A. Yaşar- Ç. M. Tarhan, “Nazilli’deki Arpaz Kulesi Mevcut Korunma Durumu ve Koruma Önerileri”, Kurtuluşunun 100. Yılında Geçmişten Geleceğe Nazilli (Editörler Sedat Akkurnaz-Tuncay Ercan Sepetçioğlu-Arzu Özver), Akademisyen Yayınevi, 2022, 147-158.



Görsel 6. Harç ve Sıva Bozulmalarından Detay Görünümler.

Yapı inşaatında kullanılmış olan bir diğer yapı malzemesi pişmiş toprak tuğladır. Büyük bir bölümü tuğla örgü ile yükseltile yapıların sıvası dökülmüş bölümlerinden anlaşıldığı kadarıyla bozulma diğerlerinde (taş, harç-sıva) olduğu gibi alt bölümden başlamıştır. İklimsel nedenlerin yol açtığı sorunlar, tuğla malzemede yoğun bir şekilde görülmektedir. Özellikle ufalanma, aşınma ve parça kopmaları şeklinde görülen bozulma artarak devam etmektedir (Görsel 7).



Görsel 7. Tuğla Malzemedeki Bozulma Detayları.

5.ÇEŞME BİNASINA TEHLİKE OLUŞTURAN FAKTÖRLER

Yapı etrafında bulunan taş ve toprak dolgusu, yağışlar sonucunda toprağın su emilimi, tuz çıkışları ile yapı yanında bulunan mezarlıktaki gelişmiş bitkilerin oluşturduğu fiziksel baskılar şeklindeki faktörler yapı için tehlike oluşturmaktadır. Bu durum daha çok cephede gördüğümüz (alt bölüm) tuğla, sıva, derz dolgu harçlarında birim malzeme kayıplarına neden olmuştur. Çeşme binasının alt bölümünü kuşatan dolgu içerisinde hapsolün an suların, toprak içerisindeki zararlı tuzları çözmesi ve açığa çıkarması sonucunda yapı malzemeleri zarar görmektedir.

Yapının alt bölümünde yoğun bir şekilde başlayan ve artarak devam eden bozulmaların kaynağındaki su, nem ve tuz oluşumları taş malzemede aşınma, derz harcı ve sıvada dökülme, çatlama ve ufalanma şeklinde bozulmalar meydana getirmektedir.

Özellikle yapının yanında bulunan aile mezarlığındaki yoğun bitkisel gelişimin çeşmeyi olumsuz etkilemektedir. Yanı başındaki incir ağacının kökleriyle çeşme binasına yapacağı baskı ve zorlama sonucunda yapı malzemeleri, içten içe zarar görmeye bozulmaya devam edecektir.

6.YAPI İÇİN KORUMA ÖNERİLERİ

Moloz ve toprak dolguların bir an önce yapıdan uzaklaştırılması gerekmektedir. Kökleriyle yapıyı kuşatan ve temelini zorlayan bitkisel gelişimler temizlenmelidir. Temizlik işlemi gerekirse birkaç kez tekrarlanmalıdır. Harç uygulamalarına başlamadan önce yapıya ait derz dolgu harçları ve sıvalarını tanımaya yönelik olarak mutlaka arkeometrik analizler yapılmalı, elde edilen veriler ile özgün harç ile uyumlu onarım harçları hazırlanmalıdır. İhtiyaç duyulan bölümlerin derz dolgu çalışmaları yapılmalı, gereksiz uygulamalardan kaçınılmalıdır. Yapı etrafına, yağışlı havalardan etkilenmeyi minimum seviyeye indirmek için bir drenaj yapılmalıdır. Bu sayede, suyun yapı çevresinde kalması önlenecektir. Yapı malzemeleri yüzeyinde biriken kirlilikler temizlenmelidir. Özellikle sıva altı boşluklar tespit edilmeli ve gerekli enjeksiyon ve bordür uygulamaları yapılmalıdır.

Malzemelerde tespit edilen aşınma, dökülme, kırılma, çatlama ve kısmi kayıplar şeklindeki bozulmalara müdahale edilmelidir.

SONUÇ

Çalışmaya konu olan çeşme, Nazilli Esenköy'deki Osmanlı Dönemi çeşmelerinden sadece bir tanesidir. Varlığını açık havada sürdüren anıtsal çeşme açık hava şartlarına maruz kalmaktadır. Bu durum doğal olarak sıcaklık ve nem kontrolünün sağlanamamasına neden olmaktadır. Üst saçak ve alt sekilerinden itibaren başlayan bozulmaların temelinde yağışlar ile ortaya çıkan nem oluşumlarının beraberinde ortaya çıkardığı tuzlar, özgün yapı malzemelerinin zarar görmesine neden olmaktadır. Bu nedenle Esenköy'deki Osmanlı Dönemi çeşmelerine ek olarak, Arpaz Beyler Konağı, Arpaz Kulesi gibi Osmanlı yapılarının yok olma süreçleri durdurulmalıdır.

KAYNAKÇA

- Adıtatar, F. (2022). On Dokuzuncu Yüzyılda Aydın Vilayetinin Mülki Teşkilatı ve Nüfusu, *OTAM*, 51, 1-47.
- Ortaylı, İ. (2011). *Tanzimat Devrinde Osmanlı Mahalli İdareleri (1840-1880)*, Türk Tarih Kurumu, Ankara.
- Şener, Y. Selçuk, (2013). Arkeolojik Alanda Yapı Malzemelerinin Korunması: Temel Yaklaşımlar, Yöntem ve Uygulama Biçimleri, Orhan Bingöl'e 67. Yaş Armağanı, Edt. G. Kökdemir, Ankara, 611-624.
- Varlık, M.Ç. (1991). Anadolu Eyaleti, TDV *İslam Ansiklopedisi*, III.
- Yaşar, A. – Tarhan, Ç.M. (2022). *Nazilli'deki Arpaz Kulesi Mevcut Korunma Durumu ve Koruma Önerileri*, Kurtuluşunun 100. Yılında Geçmişten Geleceğe Nazilli, Edt. S. Akkurnaz-T.Ercan Sepetçioğlu-A. Özver, 147-158

KIRKAĞAÇ AHMET DALGIÇ KONAĞI

KIRKAĞAÇ AHMET DALGIÇ MANSİYON

Prof. Dr. Ali Murat AKTEMUR

Atatürk Üniversitesi, - Orcid İd No: 0000-0002-2619-9017

ÖZET

Medeniyetler beşiği Anadolu'nun tarihi ve kültürel zenginliğinin önemli bir temsilcisi ve yaşayan kültür hazinesi niteliğindeki Kırkağaç, başta konakları ve evleri olmak üzere, tüm tarihi eserleriyle ve kent dokusuyla korunması ve yaşatılması gereken önemli bir yurt köşemizdir. Kırkağaç'ta özellikle tarihi konak ve ev mimarisi bakımından büyük bir zenginlik ve üslup çeşitliliği dikkati çekmektedir. İlk çağlardan beri yerleşime sahne olan Kırkağaç'ta, tarihi süreç içerisinde farklı inanç ve kültürlere sahip toplumların oluşturduğu kozmopolit yaşam biçimi söz konusudur. Bu yaşam biçimi, çok renkli bir kültürel zenginliği de beraberinde getirmiştir. Bu zenginlik konut ve ev mimarisinde de görülebilmektedir. Plan, mimari ve süsleme açısından büyük bir zenginlik ve çeşitlilik gösteren Kırkağaç konakları ve evleri, kaynağını antik Yunan ve Roma mimarisinden alan mimari gelenekler ile Türk- İslam mimari geleneklerinin tarihi süreçte yerli ve çok renkli demografik yapı ile beslenmesi ve farklı kültürlerle etkileşimi sonucu ortaya çıkmış, zenginlik ve çeşitlilik arz eden özgün bir mimari karakteri temsil etmektedir. Tarihi Kırkağaç konaklarının özgün mimari karakterini temsil eden önemli örneklerden biri de bildirimizin konusunu teşkil eden Ahmet Dalgıç Konağı'dır.

Anahtar Kelimeler: Kırkağaç, Ahmet Dalgıç Konağı, Antik, Mimari

ABSTRACT

Kırkağaç, an important representative of the historical and cultural richness of Anatolia, the cradle of civilizations, and a living cultural treasure, is an important corner of our homeland that should be preserved and kept alive with all its historical artifacts and urban fabric, especially its mansions and houses. Especially in terms of historical mansions and house architecture, Kırkağaç attracts attention with its richness and variety of styles. In Kırkağaç, which has been the scene of settlement since the first ages, there is a cosmopolitan lifestyle formed by societies with different beliefs and cultures throughout the historical process. This way of life has brought along a very colorful cultural richness. This richness can also be seen in housing and house architecture. Kırkağaç mansions and houses, which show great richness and diversity in terms of plan, architecture and decoration, have emerged as a result of the architectural traditions that take their source from ancient Greek and Roman architecture, and the interaction of Turkish-Islamic architectural traditions with a local and multi-colored demographic structure and interaction with different cultures in the historical process, It represents a unique architectural character with richness and diversity. One of the important examples representing the original architectural character of the historical Kırkağaç mansions is the Ahmet Dalgıç Mansion, which is the subject of our paper.

Keywords: Kırkağaç, Ahmet Dalgıç Mansion, Antique, Architecture

1.GİRİŞ

Anadolu'nun tarihi- kültürel mirasının önemli bir bölümünü barındıran Manisa'nın Kırkağaç İlçesi, özellikle konakları ile dikkati çekmektedir.

Kültür varlıkları açısından milattan önceki 2500'lü yıllara kadar somut veri sunan Kırkağaç'taki XIX. yüzyıl konakları, yörenin kültürel zenginliğine önemli katkı sunmaktadır.

Pek çok ırk ve inancın yaşam alanı olmuş Kırkağaç'ta, Türk-İslam mimari anlayışını yansıtan konaklar ile Rum mimari karakterini yansıtan konaklar ön plana çıkmaktadır. Türk-İslam mimari gelenekleri ile kaynağı antik dönem Yunan ve Roma mimari geleneklerine uzanan Rum mimari geleneklerinin birbirini etkilemesi sonucu ortaya çıkan mimari sentez, tarihi Kırkağaç konaklarının ana karakterini belirlemiştir.

Bildiri konumuz Ahmet Dalgıç Konağı da tarihi Kırkağaç konaklarının özgün mimari karakterini yansıtmaktadır.

2.AHMET DALGIÇ KONAĞI

2.1. Tarihi

Manisa'nın Kırkağaç İlçesi'nin Memiş Mahallesi'nde yer alan Ahmet Dalgıç Konağı'nın kesin inşa tarihine ilişkin kitabesi mevcut değildir. Ancak mimari özellikleri bakımından 1870'li yılların üslup özelliklerini yansıtmaktadır.



Fotoğraf:1- Ahmet Dalgıç Konağı.

2.2. Plan özellikleri

Zemin kat, üst kat ve bahçe kısmından müteşekkil iki katlı konak, geleneksel Türk evi plan tipolojisinin orta sofa-hol tipolojisinde tasarlanmış, güzel bir örneği olarak karşımıza çıkmaktadır. Uzun dikdörtgen planlı sofanın iki tarafına dikdörtgen tasarımlı odalar sıralanmıştır. Hem sofanın hem de odaların döşeme ve tavanları ahşaptır. Odaların dolap ve yüklük gibi unsurları da ahşap malzemelidir. Girişten geçtikten sonra sofanın en sağındaki oda baş oda olarak tasarlanmıştır.

Üst katla zemin kat arasındaki bağlantı ahşap bir merdivenle sağlanmaktadır. Bu merdivenle önce zemin kata oradan da bir kapı ile açık mutfak unsurları, ocak, su kuyusu ve kurunun bulunduğu bahçeye ulaşılmaktadır. Zemin katın planı sonradan yapılan değişikliklerle orijinal tasarım özelliğini yitirmiştir. Burada kuru gıdaların muhafaza edildiği kiler de bulunmaktadır.



Çizim:1- Ahmet Dalgıç Konağı Cephe Detayı.

2.3.Mimari Özellikleri

Konak, cephenin tam ortasındaki yüksek tutulmuş yuvarlak kemerli giriş eyvanı ve yine yuvarlak kemer alınlıklı giriş kapısı ile dikkati çeker. Katlar arasındaki yatay profil kuşağı, bina köşelerindeki Dor başlıklı ve kare kesitli plasterler ile çatı saçağına geçişteki iç-içe yatay profillerden oluşan kuşak, cephenin hareketli görünümüne ve görsel dengesine katkı sağlamaktadır.

Alt kat pencereleri, düzgün kesme taş söveli, dikdörtgen formlu, düz lentolu ve tuğladan yuvarlak kemer alınlıklı olarak tasarlanmışlardır. Giriş eyvanının yuvarlak kemeri, kare kesitli plasterlerin Dor düzenli başlıklarına oturmaktadır.

Giriş kapısı iç-içe profillerden yuvarlak kemerli alınlıkla taçlandırılmıştır. Kemer kilit noktasında Antik Yunan ve Roma mimari geleneğinin bir devamı olan kenger yaprağı motifi işlenmiştir.

Üst katın dikdörtgen formlu, düzgün kesme taş söveli ve düz lentolu pencerelerinin de alınlıkları tuğladan yuvarlak kemer alınlık formunda tasarlanmıştır.



Fotoğraf:2- Ahmet Dalgıç Konağı Giriş Eyvanı.



Fotoğraf:3- Ahmet Dalgıç Konağı Giriş Detayı.



Fotoğraf:4- Ahmet Dalgıç Konağı Giriş Alınlık Kemerinde Kenger Yaprığı Motifi.



Fotoğraf:5- Ahmet Dalgıç Konağı'ndan.

Bahçeye bakan cephe de dahil olmak üzere konak üst katının tüm cephelerinde düzgün kesme taş söveli, dikdörtgen formlu ve tuğladan yuvarlak kemer alınlıklı pencereler dikkati çeker. Konağın bahçe duvarları düzensiz yonu taş, tuğla ve yer yer kerpiç kullanılarak örülmüştür. Sonradan tuğlayla örülmek sureti ile kapatıldığı anlaşılan bahçe girişi, kaval ve oyuk silmelerle profillendirilmiş düzgün kesme taş söveleri ve yuvarlak kemeri ile dikkat çeker. Kemer kilit noktasında bir güvercin motifi rölyef karakterinde işlenmiştir.

Hem eski Türk inançlarında hem de Antik Yunan inançlarında kuş, “bereket, müjde, umut, dostluk, barış, sevgi” kavramlarını sembolize etmektedir.

Ayrıca Eski Türk inançlarında ve Hristiyanlıkta özellikle güvercinin kutsal ruhu temsil ettiğine ve ilahi sembol olduğuna inanılır.

İnsanoğlu geçmişte inandığı tanrıların büyük bir kısmını göklerde aramıştır. Göklerde aradıkları tanrılarına, yine göklere yükselen kuşlarla ulaşmayı düşünmüşlerdir. Hem Türk hem de Yunan mitolojisinde bir çok simgesel kuş söz konusudur. Bunlar daha sonra başka kültürleri de etkilemiştir.

Ahmet Dalgıç Konağı bahçe giriş kemeri kilit taşındaki kuş figürünün de stilize edilmiş bir kırlangıç veya güvercine benzemesi, bereket ve müjde sembolü olarak eve bereket ve müjde getirmesi inancı ile işlenmiş olmalıdır. Zira; kırlangıç ve güvercinlerin genelde evlerin kapı ve pencerelerinin üstüne yuva yapmaları nedeniyle, evlere (yuvalara) bereket getirdiğine inanılmaktadır.



Fotoğraf:6- Ahmet Dalgıç Konağı' Bahçe Girişi Kemer Kilit Taşında Kuş Figürü.



Fotoğraf:7- Ahmet Dalgıç Konağı' Bahçe Girişi Kemer Kilit Taşında Kuş Figürü.



Fotoğraf:8- Ahmet Dalgıç Konağı Sofa.

Üst kat orta sofasının iki yanına ahşap kapılarla girilen dikdörtgen tasarımlı odalar sıralanmıştır. Bu odaların döşemeleri, tavanları, dolap ve yüklük gibi unsurları ahşaptır. Sofanın ahşap tavanının göbek kısmı oyma-kabartma profillerle çerçevelenmiş ve tablası bir noktada birleşen avize motifi şeklinde dekore edilmiştir.



Fotoğraf:9- Ahmet Dalgıç Konağı Sofa Tavan Göbeği.



Fotoğraf:10- Ahmet Dalgıç Konağı Sofa Kısımında Kenger Yaprakları İle Bezeli Duvar Kandilliği.

Odaların ve sofanın duvarlarında alçı malzemeli ve kenger yaprağı motifleri ile dekore edilmiş kandillikler yer alır.



Fotoğraf:11- Ahmet Dalgıç Konağı'ndan.

Odaların dolap ve yüklüklerinin ahşap kapakları dikdörtgen panolar şeklinde dekore edilmiştir. Konağın baş odası, ahşap karkas üzerine alçı tavan işçiliği ile dikkati çeker. Çelenk biçiminde tasarlanmış tavan göbeğinin ortası, daire formu madalyonun içerisine kenger yapraklarından oluşan aşırı plastik bitkisel dekorasyon uygulanarak oluşturulmuştur. Duvarların üst kısmından profil kuşaklarıyla çerçevelenmiş tavana geçişte, Antik Yunan ve Roma mimari geleneğinin yansıması niteliğinde, sade dikdörtgen panolardan oluşan bir friz kuşağı ve üstünde dış sırasından oluşan ince friz kuşağı yer alır. Bunlardan sonra tavanın çerçeve profilleri ve alçı tavan gelir.



Fotoğraf:12- Ahmet Dalgıç Konağı Baş Oda.



Fotoğraf:13- Ahmet Dalgıç Konağı Baş Oda Tavan Göbeği.



Fotoğraf:14- Ahmet Dalgıç Konağı Zemin Kattan.

2.4.Süsleme Özellikleri

Giriş eyvanı yuvarlak kemerinin oturduğu Dor başlıklı plasterler ile giriş alınlığı köşe plasterlerinin birleştiği noktalarda oluşan kırık dalgalı hatlar, giriş alınlık kemeri kilit noktasındaki aşırı plastik şekilde işlenmiş kenger yaprağı motifi, konak cephesine Neo-Barok tarzda bir hareketlilik kazandırırken, yatay ve dikey hatların ve geometrik formların oluşturduğu sadelik ve görsel denge ise yapıya Neo-Klasik bir karakter vermektedir.

Bahçe girişinin profilli yuvarlak kemer kilit taşına bereket sembolü olarak güvercin rölyefi işlenmiştir.

Sofa ve odaların duvarlarında yer alan alçı kandillikler kenger yapraklarıyla bezenmiştir. Sofanın ahşap tavan göbeğindeki yüzeysel kabartma olarak işlenmiş avize motifi dikkat çekicidir. Odaların yüklük ve dolap kapaklarındaki geometrik pano formunda işlemler, iç dekorasyona yönelik uygulamalardır.

Başodanın alçı tavan geçişlerindeki sade dikdörtgen panolar ve dış sırası frizi, Antik Yunan ve Roma mimarisinin XIX. yüzyıldaki Neo-Klasik tarz yansımaları olarak dikkati çekerken, tavan göbeğinin çelenk formunda işlenmesi ve aşırı plastik kenger yaprağı motifleriyle dekore edilmiş olması Neo-Barok üslup olarak karşımıza çıkar.

2.5.Malzeme

Yapı, düzgün kesme taş, tuğla, ahşap, alçı ve kaba yonu taş kullanılarak inşa edilmiştir.

3. TARTIŞMA VE SONUÇ

Ahmet Dalgıç Konağı, orta sofa-hol tipolojisinin uygulandığı konak örneklerinden biridir. Kırkağaç çevresindeki tarihi konaklarda karakteristik bir özellik olarak karşımıza çıkan yuvarlak kemerli eyvan formunda ve sahanlık kısmına birkaç basamakla ulaşılabilen giriş düzeni, Ahmet Dalgıç Konağı'nda da görülür.

Dor başlıklı plasterler, iç-içe profillerden oluşan yuvarlak kemerler, kemer kilit noktalarındaki kenger yaprağı bezemeleri antik gelenekleri yansıtırken, ahşap dolap ve yüklükler ile dolap kehrizi (dolap banyosu) uygulaması tarihi Türk konut mimari geleneklerinin karakteristik özellikleri olarak karşımıza çıkar.

Bildirimizin konusunu teşkil eden Ahmet Dalgıç Konağı'nda olduğu gibi tarihi Kırkağaç konaklarında genellikle girişlerde kuş kabartmaları yer alır. Bu kabartmalarda güvercin veya kırlangıç motiflerinin sembolik amaçlı olarak işlendiği görülür. İslamiyet öncesi Türk inançlarında, özellikle Uygur Türklerinde kırlangıç ve güvercinin bereket, bolluk, iyi talih getirdiğine inanılmaktadır. Bu inanç ve gelenek İslami devirde de Türk kültüründe yaygın olarak devam ettirilmiş ve Anadolu'da da yaygın şekilde kullanılmıştır. Kırkağaç yöresindeki konaklarda görülen güvercin ve kırlangıç motiflerinin bolluk, bereket, iyi talih, umut ifadesi olarak konak girişlerine işlendikleri anlaşılmaktadır. Türk inançlarında olduğu gibi, antik Yunan inançlarında ve Hristiyanlıkta da güvercinin "bereket, müjde, umut, dostluk, barış, sevgi" kavramlarının ifadesi olarak kullanıldığı bilinmektedir.



Fotoğraf:15- Kırkağaç Hamdi Nart Konağı Giriş Alınlığı Kemer Kilit Noktasında Kuş Figürü.



Fotoğraf:16-Kırkağaç Kadriye Tör Evi Giriş Lentosunda Kuş Figürü.



Fotoğraf:17- Kırkağaç Resul Ensezer Konağı'nda Kırlangıç Rölyefi.

Tarihi Kırkağaç konaklarının antik geleneklerden beslenen yerli mimari unsurlar ile Türk-İslam konut mimarisi unsurlarının sentezi niteliğindeki karakteristik özelliklerini yansıtan Ahmet Dalgıç Konağı, orta sofa-hol tipolojisinde kurgulanmış, neoklasik ve neobarok mimari üsluplarından izler taşıyan XIX. yüzyıl yapısıdır.

KAYNAKÇA

- ACUN, H.,(1999), *Manisa'da Türk Devri Yapıları*, Ankara: Türk Tarih Kurumu Yayını.
- AKIN, N.,(2001), *Balkanlar'da Osmanlı Dönemi Konutları*, İstanbul: Literatür Yayıncılık.
- AKTEMUR, A. M., (2009), *Batı Etkisinin Türk Mimarisine Yansıyış Süreci ve İstanbul Karaköy'deki Avrupa Tarzı Sivil Mimari*, Erzurum: Eser Ofset Basın Yayın Matbaacılık.
-,(2013), *Tarihi Zile Konakları ve Evleri*, Erzurum: Eser Ofset Basın Yayın Matbaacılık.
-,(2016), *Bakü'deki Avrupa Tarzı Sivil Mimarlık Örneklerinde Cephe Düzeni*, Erzurum: Zafer Ofset Yayıncılık.
- ASLANOĞLU,İ.,(1980), *Erken Cumhuriyet Dönemi Mimarlığı (1923-1938)*, Ankara: ODTÜ Yayınları.
- BOZER, R.,(1987), *Kula Evleri*, Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları.
- ÇORUHLU, Y., (1995), *Türk Sanatında Hayvan Sembolizmi*, İstanbul: Seyran Yayınları.
- ,(1999), *Türk Mitolojisinin ABC'si*, İstanbul: Kabalcı Yayınevi.

- ERPİ, F.,(1987), *Buca'da Konut Mimarisi (1838-1934)*, Ankara: ODTÜ Yayınları.
- ESMER, M.A.,(1992), *Avanos'un Eski Türk Evleri*, Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları.
- GÜNAY, R.,(2000),*Türk Ev Geleneği ve Safranbolu Evleri*, YEM Yayınları.
- KARPUZ, H.,(1993), *Türk-İslam Mesken Mimarisinde Erzurum Evleri*, Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları.
- NAUMAN, R.,(1998), *Eski Anadolu Mimarlığı*, Ankara: Türk Tarih Kurumu Yayınları.
- ÖGEL, B., (1995), *Türk Mitolojisi*, C.II., Ankara: Türk Tarih Kurumu Basımevi.
- SAYAN, Y.,(1997), *Uşak Evleri*, Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları.
-,(2009), *Sivrihisar Evleri*, İzmir: Ege Üniversitesi Türk Dünyası Araştırmaları Enstitüsü Yayınları.

KIRKAĞAÇ HAKKI ÖKTEM KONAĞI

KIRKAĞAÇ HAKKI ÖKTEM MANSION

Prof. Dr. Ali Murat AKTEMUR

Atatürk Üniversitesi, Orcid İd No: 0000-0002-2619-9017

ÖZET

Manisa'nın Kırkağaç İlçesi ilk çağlardan beri yerleşime sahne olmuş, tarihi süreç içerisinde farklı ırk ve inanca sahip toplumların oluşturduğu kozmopolit yaşam biçimi, çok renkli bir kültürel zenginliği de beraberinde getirmiştir. Bu zenginlik konut ve ev mimarisine de yansımıştır. Kökleri Antik Yunan ve Roma mimarisine kadar uzanan Antik gelenekli mimari unsurlar, yerli mimari unsurlarla kaynaşarak son derece zengin çeşitlilik ve özgünlük yansıtan bir konut mimari anlayışını ortaya çıkarmıştır. Rum evlerinin Neo-Klasik ve Neo-Barok mimari anlayıştaki cephe düzenleri, yöredeki Türk evlerini de görsel açıdan etkilemiş, aynı dönem Türk evlerinde Rum evlerinden esinlenilerek yapılan görsel uygulamalar görülmüştür. Bu etki Hakkı Öktem Konağı'nda olduğu gibi, planda değil daha çok cephe mimarisinde hissedilmektedir. Plan, mimari ve süsleme açısından büyük bir zenginlik ve çeşitlilik gösteren Kırkağaç konakları ve evleri, kökeni Antik Yunan ve Roma mimarisine kadar uzanan mimari geleneklerle, Türk mimari geleneklerinin tarihi süreçte yerli ve çok renkli demografik yapıyla beslenmesi ve farklı kültürlerle etkileşimi sonucu ortaya çıkmış, zenginlik ve çeşitlilik arz eden özgün bir mimari karakteri temsil etmektedir. Kırkağaç konaklarındaki bu özgün mimari karakterin önemli bir temsilcisi de Hakkı Öktem Konağı'dır.

Anahtar Kelimeler: Sanat Tarihi, Kırkağaç, Mimari, Antik, Hakkı Öktem Konağı

ABSTRACT

Kırkağaç District of Manisa has been the scene of settlement since the early ages, and the cosmopolitan lifestyle created by societies with different races and beliefs in the historical process brought along a multicolored cultural richness. This wealth is also reflected in housing and home architecture. The architectural elements of ancient traditions, whose roots date back to Ancient Greek and Roman architecture, have been combined with local architectural elements to create a residential architectural understanding that reflects an extremely rich variety and originality. The Neo-Classical and Neo-Baroque façade arrangements of Greek houses visually affected the Turkish houses in the region, and visual applications inspired by Greek houses were seen in Turkish houses during the same period. This effect is felt more in the facade architecture, not in the plan, as in Hakkı Öktem Mansion. Kırkağaç mansions and houses, which show a great richness and diversity in terms of plan, architecture and decoration, emerged as a result of the architectural traditions that date back to Ancient Greek and Roman architecture, and the interaction of Turkish architectural traditions with local and multicolored demographic structure and interaction with different cultures. It represents a diverse unique

architectural character. An important representative of this original architectural character in Kırkağaç mansions is Hakkı Öktem Mansion.

Keywords: History of Art, Kırkağaç, Architectural, Antique, Hakkı Öktem Mansion

1. GİRİŞ

Manisa'nın Kırkağaç İlçesi, tarihi konaklarıyla ön plana çıkan, zengin kültürel mirası bünyesinde barındıran önemli kültür merkezlerinden biridir.

Milattan önceki asırlardan itibaren iskan edilen Kırkağaç, çeşitli inanç ve etnografik yapıya sahip toplumların yaşam alanı olmuştur. Bu kozmopolit ve çok renkli yaşam biçiminin izleri tarihi Kırkağaç konaklarına da yansımıştır.

Kırkağaç'taki XIX. yüzyıla tarihlenen konaklar, antik Yunan ve Roma mimari karakterini yansıtan unsurlarla tarihi Türk konut mimari karakterini yansıtan unsurların sentezinden oluşan özgün bir mimari özelliğe sahiptirler.

Kırkağaç konaklarının ve evlerinin mimari kimliğini ortaya koyan yapılardan biri de bildiri konumuz **Hakkı Öktem Konağı**'dır.

2.HAKKI ÖKTEM KONAĞI

2.1. Tarihi

Manisa İli Kırkağaç İlçesi Boduroğlu Mahallesi'nde yer alan konağın üzerinde kesin inşa tarihine ait kitabe bulunmamaktadır. Hakkı Öktem adına yapılan tescil kaydında da tarih belirtilmemiştir. Mimari özellikleri XIX. yüzyıl sonlarına (1880'li yıllara) işaret etmektedir. Hakkı Öktem Konağı, Atatürk'ün Kırkağaç'a geldiğinde konakladığı konak olarak bilinir.

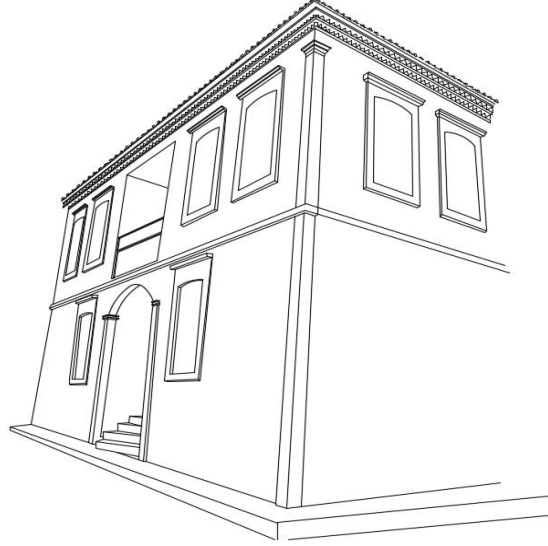


Fotoğraf:1- Hakkı Öktem Konağı.

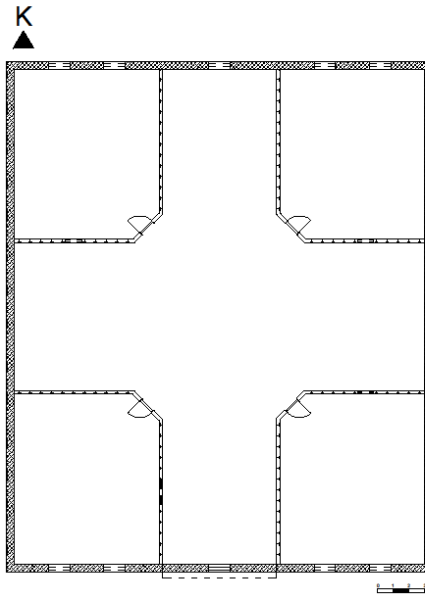
2.2. Plan Özellikleri

Bodrum kat üzerine iki katlı olarak inşa edilen konağın, birinci ve ikinci katları XIX. yüzyıl Osmanlı konut mimarisi iç mekan kurgusunun orta sofalı dört eyvanlı plan tipolojisinde inşa edilmiştir. Köşelere yerleştirilmiş kareye yakın dikdörtgen tasarımlı odaların çift kanatlı

ahşap kapıları sofanın merkezine verrev şekilde açılmaktadır. Odaların cephelere ve sofanın eyvanlarına pencere açıklıkları bulunmaktadır. Katlar arasındaki bağlantı ahşap merdivenle sağlanmıştır. Konak bahçesinde su kuyusu, kurun ve açık mutfak unsurları yer alır. Konak bahçesine geniş ve yüksek tutulmuş üç kanatlı ahşap kapı ile girilir.



Çizim:1- Hakkı Öktem Konağı Cephe Detayı.



Çizim:2- Hakkı Öktem Konağı 1.Kat Plan Krokisi.



Fotoğraf:2- Hakkı Öktem Konağı Bahçe Cephesi ve Bahçe Duvarları.



Fotoğraf:2- Hakkı Öktem Konağı Bahçe Cephesi.



Fotoğraf:3- Hakkı Öktem Konağı Giriş Eyvanı.



Fotoğraf:4- Hakkı Öktem Konağı Giriş Cephesinden.



Fotoğraf:5- Hakkı Öktem Konağı Giriş.



Fotoğraf:6- Hakkı Öktem Konağı Giriş Eyvanı Kemer Kilit Taşında Kenger Yaprığı Motifi.



Fotoğraf:7- Hakkı Öktem Konağı Bahçe Girişi.

2.3.Mimari Özellikleri

Konak giriş cephesinin ana eksenini, yuvarlak kemerli giriş eyvanı ve üzerindeki balkon oluşturmaktadır. Merdiven basamakları ile ulaşılan giriş kapısının düzgün kesme taş söveleri Dor başlığı formunda düzenlenmiş, girişin düz lentosunu basık yuvarlak kemerli alınlık biçimindeki pencere takip etmiştir. Giriş eyvanının yuvarlak kemeri Dor başlıklı ve kare kesitli plasterlere oturmaktadır. Kemer kilit taşında kenger yaprağı motifi işlenmiştir. Giriş eyvanı üstüne denk gelen balkon kenarlarında da Dor başlıklı ve kare kesitli plasterler dikkati çeker. Üst kattan balkona açılan kapı, kemer ve söveleri bakımından giriş kapısı kemer ve söveleri ile aynı form ve üsluba sahiptir. Cephelerde kat araları kalın yatay profil kuşaklarıyla belirlenmiştir. Dikdörtgen formlu, düzgün kesme taş söveli, basık kemerli ve ince silmelerden oluşan yatay profillerle taçlandırılmış pencereler cephelere hareket kazandıran en önemli

unsurlardır. Çatı saçağına geçişte iç-içe yatay profil kuşağını, Osmanlı mimarisinin kirpi saçak kuşağı takip eder. Bina köşelerindeki ve cephelerin orta akslarındaki kare kesitli ve Dor başlıklı plasterler ile yatay profil kuşakları, cephelerde yatay ve dikey hatlar arasında görsel bir denge oluşmasını sağlamıştır.

Kaba yonu taş malzeme ve ahşap hatıl kullanılarak örülen yüksek duvarlara sahip bahçeye, yine yüksek ve geniş tutulmuş üç kanatlı ahşap bir kapı ile girilir. Bahçenin konak bodrum ve ara katı ile de bağlantısı mevcuttur. Bahçede su kuyusu, su kuyusundan alınan suyun soğuk şekilde muhafaza edilerek ve dinlendirilerek ihtiyaç duyuldukça kullanıldığı Çeşme görünümlü ve kapalı kurun, ayrıca ocak ve tandır gibi açık mutfak unsurları da bulunmaktadır.



Fotoğraf:8- Hakkı Öktem Konağı Bahçesinden



Fotoğraf:9- Hakkı Öktem Konağı'nda Yatay Profil Kuşağı ve Kirpi Saçak Uygulaması.



Fotoğraf:10- Hakkı Öktem Konağı Bahçesinde Çeşme Formunda Kurun.

Düzgün kesme taş malzemeli, dikdörtgen tasarımlı taş kurunun üzeri içten beşik tonoz dıştan iki yana eğimli kırma çatı şeklinde örtülüdür. Kurun çatısının orta kısmındaki açılır-kapanır şeklindeki taş kapak, su kuyusundan alınan suyun kovalarla kuruna aktarılmasını sağlar. Bu su ihtiyaç duyuldukça kurun musluğundan akıtılmak suretiyle kullanılmaktaydı. Köşe taşları yüzeyden kabarık şekilde ve derz araları belirgin şekilde bosajlı (Rustik) duvar tarzı verilen kurunun yalak kısmı, musluğu ve kabara motifleriyle tam bir XIX. yüzyıl Osmanlı çeşmesi formunda yapıldığı dikkati çeker.



Fotoğraf:11- Hakkı Öktem Konağı Bahçesinde Çeşme Formundaki Kurunda Kabara.



Fotoğraf:12- Hakkı Öktem Konağı Sofa.

Dört eyvanlı orta sofanın döşeme ve tavanı ahşaptır. Merkez sofa dört yöne eyvan biçiminde kanatlarla açılmaktadır. Köşelerde kareye yakın dikdörtgen tasarımlı odalar yer alır. Odaların çift kanatlı ahşap kapıları merkez sofaya verev şekilde yerleştirilmiştir. Odaların sofaya ve cephelere dikdörtgen formlu pencerelerle açıldığı görülür. Odaların döşeme ve tavanları ile dolap ve yüklük gibi unsurları ahşaptır. Ahşap dolap kapakları geometrik panolar halinde işlenmiştir. Harem odası ahşap dolabındaki dolap kehrizi uygulaması, harem selamlık anlayışını ve aile mahremiyetinin mimaride tezahür edişini ortaya koyar. Bu özellik özellikle Türk-İslam konut mimarisinde önemli bir uygulama olarak karşımıza çıkmaktadır. Başta Erzurum ve Bayburt çevresindeki tarihi evlerde olmak üzere Anadolumuzun pek çok yerindeki tarihi ev ve konaklarda kehriz örnekleriyle karşılaşılır.



Fotoğraf:13- Hakkı Öktem Konağı'ndan.



Fotoğraf:14- Hakkı Öktem Konağı Harem Odasında Dolap Kehrizi.



Fotoğraf:15- Hakkı Öktem Konağı'ndan.



Fotoğraf:16- Hakki Öktem Konağı Üst Kattan.



Fotoğraf:17- Hakki Öktem Konağı Üst Kattan.



Fotoğraf:18- Hakki Öktem Konağı Üst Kattan.

2.4. Süsleme Özellikleri

Giriş eyvanı kemer kilit taşındaki kenger yaprağı, kare kesitli plasterlerin Dor düzenli başlıkları, yatay profil kuşakları, çatı saçağındaki kirpi saçak uygulaması, dolap kapaklarındaki geometrik pano formunda işlemler, bahçede yer alan kurundaki kabara motifleri konaktaki süslemeye ve görsel hareketliliğe yönelik unsurlardır.

2.5. Malzeme

Yapı düzgün kesme taş, kaba yonu taş, tuğla ve ahşap malzeme kullanılarak inşa edilmiştir. Odaların sofayla bağlantılı ara duvarlarında ahşap karkas arasına kerpiç dolgu uygulanmıştır.

3. TARTIŞMA VE SONUÇ

Kırkağaç'taki Rumlardan kalma ve bitişik nizamda inşa edilmiş tarihi konak ve evlerin genellikle kenar sofalı plan şemasında kurgulandığı görülmektedir. Kenar sofalı ve bitişik nizamdaki konakların girişleri ana cephenin sağ ya da solunda ve kenar sofa kurgusuna uygun şekilde tasarlanmıştır. Sofa aksına denk gelen girişler basık kemerli ya da yuvarlak kemerli derin eyvanlar şeklinde düzenlenmiş olup, giriş sahanlığına yol zemininden birkaç basamaklı merdivenle ulaşılmaktadır. Kırkağaç konaklarında iç sofalı ve orta sofalı plan şemaları da kullanılmıştır. Orta ve iç sofalı plan şemasıyla inşa edilen konakların eyvan tarzı girişleri ana cephenin orta aksına ve sofaya denk gelecek şekilde yerleştirilmiştir.

Kırkağaç'taki Türk-İslam tarihi konut ve ev mimari örnekleri, Ege Bölgesi'ndeki tarihi konak ve evlerin karakteristik mimari özelliklerini yansıtmaktadırlar. Bölgedeki Sivrihisar, İzmir, Manisa, Uşak ve Kula çevrelerindeki tarihi konaklarla Kırkağaç konakları arasında plan

kurgusu, giriş ve pencere düzenlemeleri, açık mutfak ve bahçe unsurları gibi hususiyetler bakımından büyük benzerlikler göze çarpar.

Tarihi Kırkağaç konakları ve evleri, antik dönem mimari gelenekleriyle Türk-İslam mimari geleneklerinin sentezinden oluşan bir mimari karakter yansıtmaktadır.

Tarihi Kırkağaç konaklarının mimari karakterini temsil eden önemli örneklerden biri de Hakkı Öktem Konağı'dır. Tarihi Türk konut mimarisinin orta sofalı plan tipolojisinde inşa edilen Hakkı Öktem Konağı, dikeyde kare kesitli ve Dor başlıklı plasterler yatayda ise profil kuşaklarının kesişimi sonucu ortaya çıkan geometriye dayalı simetri ve bunun getirdiği görsel denge ile, Neo-Klasik mimari üslubunun sade ve kolay algılanabilir anlayışını yansıtmaktadır. Giriş eyvanı kemer kilit taşıdaki kenger yaprağı motifi, kare kesitli plasterlerin Dor düzenli başlıkları Antik Yunan ve Roma mimari unsurlarının Anadolu'ya yansımalarını ve yerli mimari unsurlarla kaynaşarak kullanımını gösterir. Çatı saçağındaki kirpi saçak uygulaması, harem odasındaki dolap kehrizi uygulaması ve orta sofalı dört eyvanlı plan kurgusu XIX. yüzyıl Osmanlı mimari üslubuna işaret eder.

KAYNAKÇA

- Acun, H.(1999). *Manisa'da Türk Devri Yapıları*. Türk Tarih Kurumu Yayını.
- Akın, N.(2001).*Balkanlar'da Osmanlı Dönemi Konutları*. Literatür Yayıncılık.
- Akşit, O.(1983). *Manisa Tarihi*.
- Aktemur, A.M.(2013). *Tarihi Zile Konakları ve Evleri*. Eser Ofset Basın Yayın Matbaacılık.
- Aktemur, A. M. (2009). *Batı Etkisinin Türk Mümarisine Yansıyış Süreci ve İstanbul Karaköy'deki Avrupa Tarzı Sivil Mimari*. Eser Ofset Basın Yayın Matbaacılık.
- Aktemur, A.M.(2016), *Bakü'deki Avrupa Tarzı Sivil Mimarlık Örneklerinde Cephe Düzeni*. Zafer Ofset Yayıncılık.
- Aslanoğlu,İ.(1980).*Erken Cumhuriyet Dönemi Mimarlığı (1923-1938)*. ODTÜ Yayınları.
- Bozer, R.,(1987). *Kula Evleri*. Kültür Bakanlığı Yayınları.
- Cezar, M.(1978).*Anadolu Öncesi Türklerde Şehir ve Mimarlık*.
- Eldem,S.H.(1963).*Türk Evi Plan Tipleri*.
- Emecen, F.M.(1989). *XVI. Asırda Manisa Kazası*.
- Erpi, F.(1987). *Buca'da Konut Mimarisi (1838-1934)*, ODTÜ Yayınları.
- Esmer, M.A.(1992).*Avanos'un Eski Türk Evleri*.
- Günay, R.(2000).*Türk Ev Geleneği ve Safranbolu Evleri*. YEM Yayınları.

Karpuz, H.(1993). *Türk-İslam Mesken Mimarisinde Erzurum Evleri*. Kültür Bakanlığı Yayınları.

Nauman, R.(1998). *Eski Anadolu Mimarlığı*.

Sayan, Y.(1997). *Uşak Evleri*. Kültür Bakanlığı Yayınları.

Sayan, Y.(2009).*Sivrihisar Evleri*. Ege Üniversitesi Türk Dünyası Araştırmaları Enstitüsü Yayınları.

Sözen, M.- Tapan, M.(1973). *50 Yılın Türk Mimarisi*.Türkiye İş Bankası Yayınları.

Tuğlacı, P.(1985).*Osmanlı Şehirleri*.

HİTİT DÖNEMİ SERAMİKLERİNDE İLLÜSTRATİF ETKİLER VE ÇAĞDAŞ TÜRK SERAMİK SANATINDAKİ YANSIMALARI

ILLUSTRATIVE EFFECTS ON CERAMICS OF THE HITTITE PERIOD AND ITS REFLECTIONS IN CONTEMPORARY TURKISH CERAMIC ART

Dr. Öğr. Üyesi Pınar GÜZELGÜN HANGÜN
Sakarya Üniversitesi, - 0000-0002-7620-225

ÖZET

Neolitik çağ itibarıyla kilin teknik özelliklerinin ve kullanım alanlarının keşfi, gündelik hayatı kolaylaştırmasının yansira insanlık tarihinin günümüze aktarılmasına olanak sağlamıştır. Bugün arkeolojik kazılar ile gün yüzüne çıkarılan seramik buluntular, o dönemin toplumunun dini inancına, sosyal yaşamına, kültürel, teknolojik gelişmişliğine ve sanat bilincine dair ipuçları oluşturmuş, böylelikle çağlar ve medeniyetler tarihinin yazılmasına aracılık etmiştir. Tarihe ışık tutan seramik kalıntıları, kimi zaman bir sofraya veya kullanım eşyasının, kimi zaman bir ritüel kabının ve bazen de sanat objesinin tamamlayıcısıdır. Her bir seramik forma, üreticisinin yaratıcılığı, duyguları biçimsel ve resimsel olarak yansımıştır. Bu çalışmada; Anadolu toprakları üzerinde uzun yıllar hüküm sürmüş ve sanat alanında oldukça gelişmiş olan Hitit uygarlığına ait seramikler ve üzerindeki illüstrasyonlar biçim ve içerik açısından incelenmiş; boğa, güneş, geyik, kuş gibi Hitit figürlerinin Çağdaş Türk seramik sanatında kullanımı araştırılmıştır. Elde edilen sonuca göre üretim dönemleri farklılaşan ve içerikte ismi geçen çağdaş Türk seramik sanatçıları, Hititlerin kendi inanışlarına göre anlamlandırdığı sembollerini bugünün inanış ve yaşam şekline göre gerek biçimsel değişikliklerle gerekse biçime ait detaylara yeni kavramsal içerik ekleyerek yorumlamış, özgün dillerini oluşturmuşlardır. Tarih öncesi örnekleri ve güncel çağdaş seramik eser örnekleriyle bu çalışmanın, Anadolu topraklarına ait izler ile birlikte bir sonraki nesil için kaynaklık ederek Anadolu seramik kimliğini muhafaza eden yeni seramik eserlere ilham olması amaçlanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Seramik, Kil, Hitit Medeniyeti, İllüstrasyon, Sanat

ABSTRACT

Humans have utilized clay for daily life and preserving history since the Neolithic age. Today, archaeologists discovered ceramic artifacts that offer insight into the society's religious beliefs, social life, cultural and technological advancements, and artistic awareness during that time period. Such discoveries help us better understand the history of civilizations and their eras. Ceramic artifacts can serve as tableware, ritual vessels, or art objects, shedding light on history. Each ceramic form expresses the creativity and emotions of the maker, both visually and conceptually. This study explores the ceramics and illustrations of the Hittite civilization, which had a strong presence in Anatolian lands and were renowned for their artistic abilities. The study investigates the form and content of these ceramics and illustrations, particularly Hittite figures such as bull, sun, deer, and bird, and their influence on contemporary Turkish ceramic art. Based on the findings, current Turkish ceramic artists with varying production periods and mentioned names have reinterpreted the symbols originally given meaning by the Hittites. They

have incorporated their own beliefs and contemporary lifestyle, resulting in not only formal changes but also new conceptual content added to the form's details, ultimately creating their unique language. The goal of this study is to inspire new ceramic works that preserve the unique ceramic identity of Anatolia. This will be achieved by utilizing prehistoric and contemporary ceramic work samples. The hope is that these resources will inspire the next generation while also showcasing the rich history of Anatolian lands.

Keywords: Ceramic, Clay, Hittite Civilization, Illustration, Art

1. GİRİŞ

Anadolu topraklarında seramik sanatının doğuşu yaklaşık 9000 yıl öncesine dayanmaktadır (Acartürk, 2012, s.1). Başlangıçta pişmiş topraktan günlük hayatta kullanım eşyası, oyuncak, idol olarak değerlendirilen kil, zaman içerisinde, şekillendirme kolaylığı, ısı ile sertleşerek aşınmaya karşı direnci gibi teknik avantajları sayesinde farklı amaçlar için de kullanılmış hatta medeniyetlerin teknolojik, kültürel gelişmelerinin izlenebileceği aracı malzeme haline dönüşmüştür.

Tarih öncesi çağlardan bugüne seramik sanatı, Anadolu topraklarının ev sahipliği yaptığı Lidya, Hitit, Urartu medeniyetlerine, Bizans, Selçuklu ve Osmanlı imparatorluklarına ait kültürel miraslarla zenginleşerek varlığını sürdürmüştür.

Anadolu seramik sanatı tarihinde, Hitit Uygarlığı sahip olduğu zengin seramik kültürü ile ön plana çıkmaktadır. Hitit seramiklerinin biçimleri, formlar üzerinde yer alan gerek bezeme gerekse rölyeflerde görülen figürler dönemin kültür, inanç ve sosyal yapısını tanımlanmaktadır. Bu tanımlar, illüstratif (resimsel) ve sembolik bir dille aktarılmış, özellikle vazo formları üzerindeki illüstrasyonlar ve hayvan figürleri arkasında saklı olan öykü anlatımı, o döneme ait bilgileri bugüne taşıyan öğelerdir.

Anadolu'nun kültür mirası olan Hitit seramikleri, seramik sanatının en iyi örneklerini içermesinin yanı sıra çağdaş Türk seramik sanatçılarına da esin kaynağı olmuştur. Çalışma kapsamında; Hitit seramiklerindeki illüstratif anlatımlara ve bu figürleri çağdaş seramik sanatında kullanan sanatçıların eserlerine yer verilmiştir. Yapılan nitel araştırma sonucunda Hitit Uygarlığı izlerini taşıyan çok sayıda çağdaş esere rastlanılmış, araştırmanın kapsamı dikkate alınarak çalışmada; Hitit seramiklerinde ve farklı malzemelerden üretilmiş diğer sanat nesnelere sıklıkla yer alan boğa, güneş, geyik, kuş gibi figürleri çağdaş seramik sanatında kullanan sanatçıların eserlerine yer verilmiştir.

2. İLLÜSTRASYON KAVRAMI VE HİKAYECİ ANLATIM

İlk örnekleri mağara resimleri olan hikayeci anlatım, çizilen her bir desen ve çizginin sembolik bir anlam taşıyarak o ana ait olay örgüsünün ve duyguların insan tarafından betimlenmesi olarak tanımlanabilir. İnsanın kendini ifade etme ihtiyacına karşılık gelen sesli iletişim çabasının yanında, sanat aracılığıyla duygu ve düşüncelerin aktarımı çağlar boyunca evrensel bir dil olmuştur. Bu tür anlatım tarzını "hikâye etme yoluyla anlatım" olarak tanımlayan Aktaş ve Gündüz'e göre, bir olayın tüm detaylarının anlatılması, alıcının mantığından önce duygularını harekete geçirecek bir yöntemdir (Aktaş, Gündüz, 2001: aktaran Güngör & Canlı, 2022)

Hikayeci anlatımın ilk örneklerinden olan ve Görsel 1’de Chauvet Mağarası resminde, yaralı hayvan ve insan figürü ile bir av sahnesi temsil eden tasvirler görülmektedir.



Görsel 1. Lascaux Mağarası Duvar Resmi, Yaralı Boğa, İnsan ve Kuş, Paleolitik Çağ, Fransa

Anadolu topraklarında Geç Neolitik ve Kalkolitik dönemlerdeki mağara resimleri incelendiğinde ise İnkaya Mağarasında yer alan Görsel 2’de soldaki resimde bir grup insan figürünün, ayini andıran biçimde konumlandırıldığı, sağdaki örnekte ise tarım veya bereketle ilişkili geometrik ve bitkisel motiflerin tasvir edildiği görülmektedir (Dönmez, 2019).



Görsel 2. (Solda) Dörtlü insan grubu, İnkaya Mağarası, (Sağda) Geometrik ve bitkisel motifler, İnkaya Mağarası

Fransızca kökenli olan illüstrasyon kelimesi Türk Dil Kurumu karşılığı bezeme, resimleme veya tanıtım amaçlı yapılan resim veya grafik çalışmasıdır (Keskin, 2015, s.14). Gerçekçi resim sanatının abartılı ve yaratıcılık içeren doğada benzeri görülmeyecek kompozisyonların resmedilmesi olarak tanımlanan illüstrasyonun temel amacı, bir olay örgüsünü veya kavramı en yalın şekilde anlatılmasına yardımcı olmaktır. Bu amaç doğrultusunda illüstrasyon kavramı, çağlar öncesi dönemden bugüne çeşitli yöntem ve tekniklerle farklı sanat disiplinlerinde de kullanılmış ve hikâye anlatıcılığının bir parçası olmuştur. Bu tanımlardan yola çıkılarak verilen mağara resmi örneklerindeki bir olaya ve olguya dair bilgi veren basit, yalın çizgilerle ifade edilmiş betimsel anlatımlara illüstrasyon tanımı yapmak yanlış olmayacaktır.

Duvar resimleriyle başlayan hikayeci anlatımda bilgilendirici anlatıma yardımcı olan figürler, geometrik ve bitkisel desenler, Neolitik ve Kalkolitik Dönemde Anadolu'da mağara duvarlarıyla sınırlı kalmayıp seramik yüzeylere de taşınmıştır (Yakar, 2005, s.111). Anadolu topraklarını ilk keşfeden uygarlıklardan olan Hititlerin, yaklaşık bin yıllık kültür mirası detaylı incelendiğinde bu öykünün önemli bir bölümünü oluşturduğu görülmektedir.

2. HİTİT DÖNEMİ SERAMİKLERİNDE GÖRÜLEN İLLÜSTRATİF YAKLAŞIMLAR

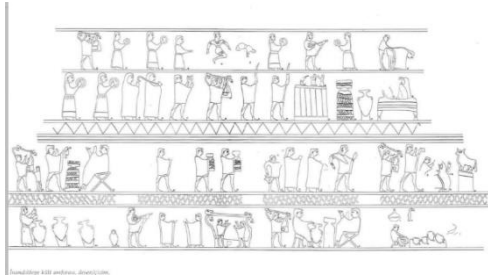
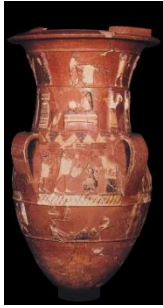
Zengin kültür birikimine sahip Hititler, seramik sanatı başta olmak üzere mimarlık, heykel, kabartma ve mühür sanatı alanında oldukça gelişmişlerdir. İnançlarını, tanrılarını ve efsanelerini anlatmak için sanatı araç olarak kullanan Hititler, aynı zamanda sanatı politik gücün önemli bir propaganda aracı olarak da kullanmıştır. Bu sebepten Hitit sanatı, uygarlıkların arasında en gelişmiş ve başarılısı olarak bilinmektedir (Ağırlar, 2019, s.25). Hitit seramik formları ve dekorlarının ise tarih içinde adım adım dönüşerek geliştiği, biçimsel açıdan illüstratif ifadeler ile dönemi anlatan hikayeci anlatım diline sahip olduklarını söylemek mümkündür. Bunun en önemli nedenleri arasında Hititlilerin, Anadolu'da Hattilerin yansırı Mısır, Babil, Suriye, Mezopotamya bölgesinde Hassuna ve Samarra kültürlerinden de etkilenmesi sayılabilir. Örneğin; Hitit sanatında kullanılan betimlemelerde boynuzlarla süslü sivri külahlar Babil, aslanların cepheden betimlenişleri Mezopotamya, Mısır'dan güneş kursları, MÖ 2500-2000 döneminde Hatti kavminin egemen olduğu orta ve güneydoğuya ait eserlerdeki stil birliği ise Hatti özgünlüğünü vurgular (Ağırlar, 2019, s.26).

Hitit seramik sanatı, Hatti- Hitit Beylikleri Dönemi (MÖ 2100-1700) çömlekçiliğinin devamı niteliğindedir. Hitit seramik sanatının Hatti Hitit Beylikleri döneminden esinlendiğine dair en önemli örnek seramikler şöyledir:

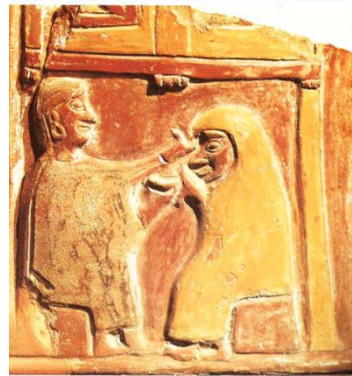
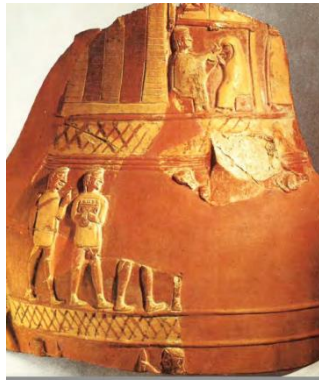
1. *“Eski Tunç çağı ürünü olup Hatti Dönemi'nde gelişmeye başlayan ve Hatti Hitit Beylikleri zamanında klasik tipine ulaşan gaga ağızlı testiler, Hitit sanatçıları tarafından yeni ve ilginç biçimde sunulmuştur.*
2. *Aslan ve boğa gibi hayvan tasvirlerinin yer aldığı genellikle riton yani sunu kapları olarak kullanılan Hatti-Hitit Beylikler dönemine ait hayvan şekilli heykelcikler Hitit Dönemi'nde de gözde eserler olmuşlar ve anıtsal denilebilecek boyutlara ulaşmıştır.*
3. *Hatti-Hitit Beylikleri sanatında çok sevilen insan ve hayvan tasvirli kabartmalarla bezeli kaplar Hititlerde yeni ve değişik bir biçim kazanmıştır. Örnekleri Bitik ve İnadık'ta gün ışığına çıkarılan kabartmalı vazolar nadide eserlerdir” Akurgal: 2003: aktaran (Ağırlar, 2019)*

Özgün Hitit sanatı örneklerine MÖ. 16. yüzyılın ikinci yarısından sonra rastlanılmaktadır. MÖ 1600-1700 yıllarına tarihlenen, kabartmalı motiflerin frizler halinde yerleştirildiği vazolarda, genellikle günlük yaşam, dini ritüeller ve mitolojik olaylarla ilgili bir anlatım yer alır. Bu kurgu hikâyede insan figürü ön plandadır. Hitit seramiğinde hikayeci anlatımın ön plana çıktığı Eskiyaşar, Bitik ve İnadık gibi merkezlerde bulunan Bitik ve İnadık Vazolarının üzerlerindeki detaylar incelendiğinde döneme ait ve insan öğelerini içeren bir olay örgüsünü okumak mümkündür.

MÖ 17. yüzyıla tarihlenen Hititlere ait İnandık Vazosu yüzeyinde illüstratif anlatımlı kutsal bir tören resmedilmiştir (Görsel 3’de, solda). Bu törendeki çanak çömlek yapan bir erkek figürü, lir çalan erkek ve yemek hazırlayan kadın figürü, bir boğa ve boğayı hançerleyen erkek figürü, Tanrı ve ona dua eden figürler, kutsal izdivaç yatağında oturan Tanrı ve Tanrıça figürleri, çeşitli gösteriler yapan akrobat figürleri kabartma motif vazonun üzerine dekorlanmıştır (Sevim & Tan, 2020, s.913). Vazo üzerinde evlilik törenini ve müzik eşliğindeki dansı konu alan anlatım da yer almaktadır. Ayrıca düğün gecesinden cinsel sahneler de betimlenmiştir (Bol, 2010, s.65). Söz konusu sahne dünya tarihinde en eski evlenme töreni olan Hiaras Gamos isimli kutsal evlenme sahnesidir. Tasvirde erkek bir eliyle gelin olan kadının duvağını açarken diğer eliyle de şarap ikram etmektedir. (Görsel 4b) Günümüzde bu duvak açma geleneği hala devam ettiğinden, bu geleneğim Hititlere dayandığını ve tamamen Anadolu’lu olduğunu söylemek mümkündür (Kuru, 2013).

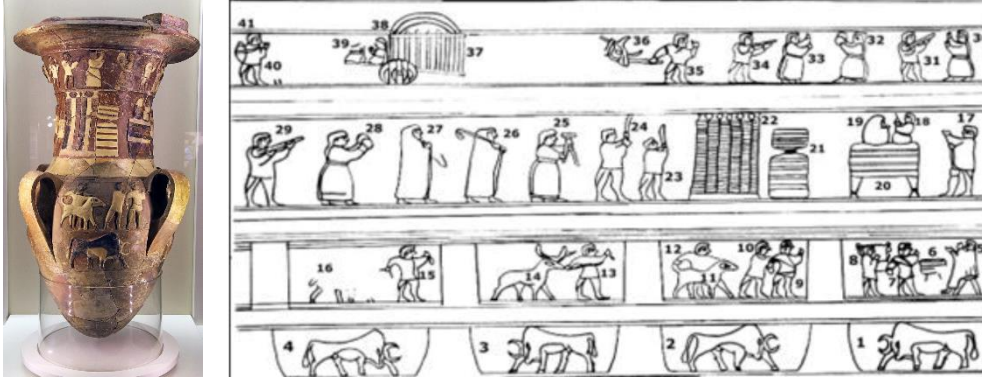


Görsel 3. (Solda) İnandık Vazosu, (Ortada) İllüstrasyon Çizimi, (Sağda) Vazo Detayı Erken Hitit Dönemi



Görsel 4. (Solda) Bitik Vazosu, (Sağda) Evlendirme Sahnesi Detay

Öyküsel betimlemeleri olan bir diğer kült vazo ise Çorum’un Sungurlu ilçesinde Hüseyindede tepesinde çıkarılan Hüseyindede vazosudur. (Görsel 5) Vazo, kırmızı astarlı, silindirik boyunlu, dört kulplu, yuvarlak diplidir ve yüzeyi dört yatay frizden oluşur. Geniş ağızlı vazonun üzerinde kanallarla başlanmış karşılıklı boğa başları ve bir tekne yer almaktadır. Böylece bu kap işlevsel olarak libasyon işlevini görürken bir yandan da boğa kültü ile ilişkilendirilmiştir.



Görsel 5. Hüseyindedede Vazosu ve İllüstrasyon Çizimi

Görsel 6'da görülen Eskiypar vazosu, Eski Hitit dönemine ait olup Hüseyindedede Vazosuna benzer ağız ve gizli boru sistemi ile buna bağlı sıvıyı vazo içerisine akıtan boğa başları bulunmaktadır. Gövdesinde ise dört adet kabartma boğa başı yer almaktadır. Vazo üzerinde halka çevresinde noktalarla güneş tasvir edilmiştir.



Görsel 6. Eskiypar Vazosu ve Detay

Kült vazo örneklerinde görüldüğü üzere Hitit seramik sanatında inanç, kutsal törenler, sosyal yaşantı doğaya ait hayvan ve bitki tasvirleriyle birlikte ön plandadır. Bunun sebebi çok tanrılı dinlerin var olduğu kültürlerde doğa unsurlarının kutsallaştırılmasıdır.

Tarihte bin tanrılı dine sahip uygarlık olarak bilinen Hititlerin inanç siteminde gökyüzü, güneş, ay, toprak ve su gibi doğaya ait öğeler tanrıları temsil etmiştir. Elde edilen veriler ışığında Hitit dininin doğa dini olduğunu da söylemek mümkündür. Gücü sembolize eden hayvanlar tanrılarla özdeşleştirilmiş, her bir tanrıya kutsal bir hayvan atfedilmiştir. Bu nedenle Hitit sanatında doğaya ait öğelerin yansırı tanrı ve tanrıçaları betimlerken onlarla eşleştirdikleri kutsal hayvanlara ait biçimsel özelliklere de sıklıkla rastlanmaktadır.

3. HİTİT FİGÜRLERİNİN ÇAĞDAŞ TÜRK SERAMİK SANATINDAKİ YANSIMALARI

Cumhuriyet sonrası çağdaş Türk seramik sanatının ve Türkiye'de seramik sanatı eğitiminin gelişmesine çok büyük katkı sunan sanatçı kimliklerinin yansırı eğitimci kimlikleriyle Sadı Diren, Hakkı İzzet, Erdiñ Bakla, Atilla Galatalı, Sevim Çizer, Hamiye Çolakoğlu, Mustafa Tunçalp Hitit kültürüne ait izleri eserlerine yansıtarak Anadolu kültürünü yaşatan

sanatçılardandır. Sanatçılar, Hititlerde Tanruların temsili olan ve kutsal sayılan boğa, geyik, koç, keçi gibi hayvan ve insan figürlerini eserlerinde sıklıkla kullanılmıştır.

Cumhuriyet tarihinin en önemli seramik sanatçılarından Sadi Diren, eserlerinde Hitit kültürüne ait izlerin yansıma sade formları ve minimalist renk seçimleri ile Anadolu kültürünü çağdaş Türk seramik sanatına taşıyan mihenk taşlarıdır. Sanatçının eserlerinde Hitit kült vazoları yüzeyinde kullanılan insan, boğa figürleri ve Hitit güneş kursu figürlerinin yansımaları açıkça görülmektedir. (Görsel 7)



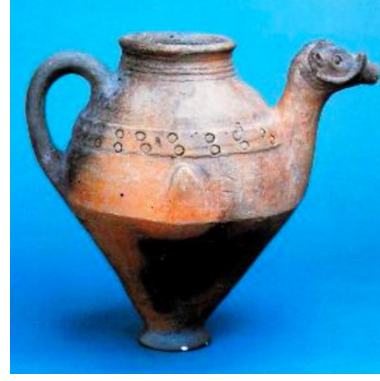
Görsel 7. (Solda) “İsimsiz”, Sadi Diren, 1989, (Sağda) “İsimsiz”, Sadi Diren, 1975

Tekrar doğuşun, ölümün yeni bir başlangıç olduğu, yenilenmenin sembolü olan boğanın, boynuzunu dini simgelerden biri olarak kabul eden Hititler (Çağlayan, 2017, s.106), ritonlarında (kutsal içki sunu kabı) ve emzikli kaplarında boğa figürüne yer vermiştir (Görsel 8-9).



Görsel 8. Boğa Ritonlar (İnandıktepe), Anadolu Medeniyetleri Müzesi

Sanat hayatında özellikle Hitit kültüründen etkilenen Sadi Diren, Hititlerde Fırtına Tanrısı Teşhub'un kutsal hayvanı olan boğa figürünü eserlerinde astar bezeme ve heykel üslupları ile kullanmıştır (Görsel 10).

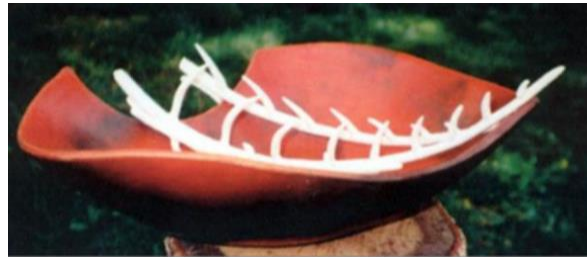


Görsel 9. (Solda) Keçi Biçimli Törens İçki Kabı, (Sağda) Boğa Başı Biçimli Emzikli Kap (Kültepe) Anadolu Medeniyetleri Müzesi



Görsel 10. (Solda) Boğa Grubu Astar Bezeme,1967, (Sağda) Seramik Biçim, Sadi Diren, 2007

Gaga ağızlı testi, riton ve kült objelerde görülen kutsal hayvan boynuzları, çağdaş Türk seramik sanatında farklı biçimlerde yorumlanmıştır. Sadi Diren'in yansıra kutsal sayılan boynuzları, Sevim Çizer, "Anadolu Kapları" serisinde porselenden şekillendirdiği geyik boynuzları ile sergilediği çanaklarında (Görsel 11), Ekrem Kula ise endüstriyel üretim teknikleri ile şekillendirdiği çaydanlık formunda birbirinden farklı üslup ve tekniklerle kullanmıştır (Er, 2011, s. 44) (Görsel 12).



Görsel 11. "Anadolu Uygarlıkları Kaplar Serisi-IV", Sevim Çizer, 1999



Görsel 12. “Çay Takımı”, Ekrem Kula

Kutsal sayılan boynuzlu hayvanlardan bir diğeri de geyiktir. Geyik, mitolojide Ay ve Avcılık Tanrıçası Artemis’in ve bereket tanrıçası Kibele’nin sembolüdür. Hititlerde geyik, hareketlilik, çeviklik, ürkeklik ve üretkenlik sembolü olarak saygı görmekte ayrıca ölümlerin ruhlarına öbür dünyada eşlik edeceğine inanılmaktaydı (Çağlayan, 2017, s.149). Görsel 13’de Alacahöyük kazılarında mezarlardan çıkarılmış bir bronz geyik heykeli ile Hitit Güneş kurslarında da detay olarak kullanıldığı görülmektedir.



Görsel 13. Kült Geyik Figürleri, Anadolu Medeniyetleri Müzesi

İsmail Hakkı Oygar’ın vazosunda dekor olarak kullandığı geyik motifine (Görsel 14’de solda), Sadi Diren’in sanat eserlerinde farklı üsluplarda rastlanır (Görsel 14’de sağda). “Kullandığı çizgi ve biçimler onun dilinde Hitit temalarının yeni bir biçime kavuşarak aktarılmasıdır ve bunlar son derece başarılı, sade, özgün ve öncü eserlerdir” (Köpüklü, 2018, s. 2535).



Görsel 14. (Solda) Vazo, İsmail Hakkı Oygar, (Sağda) Seramik Form, Sadi Diren, 1977

Hititlerin doğayı canlandırması sebebiyle kutsal saydıkları güneşi sembolize eden ve bayrak niteliği taşıyan Hitit Güneş Kursunun kökeni ise Hattilere dayanmaktadır. Hititlerde güneş, Arinna isimli güneş tanrısını temsil etmiştir (Çağlayan, 2017, s.148). Sembollerle bezenen Güneş Kursları farklı unsurları simgelemektedir. Bazılarının üzerlerinde barışı simgeleyen geyik, bazısının üzerinde bereketi simgeleyen kuş ve ağaç figürleri kullanılmıştır (Görsel 15). Semboller ile bezenen sancaklar¹ ise farklı anlamlar taşımaktadır. Dinsel sancaklarda, sancağın çemberini bezeyen üç başlı tomurcuklar yeryüzündeki yeşilliğin ve bitkilerin varlığını temsil eder. Üç çember biçimindeki asılı halkalar çingirak görevindedir ve dini törenlerde sopanın ucuna takılıp duanın başlangıcını ve bitişini haber vermek amaçlı kullanılmaktaydı (Görsel 15'te solda). Ankara'nın girişinde büyük boyutlu heykeli olan sancakta; çember dünyayı, içerisindeki geyik ve iki boğa tanrıları, çifte boynuz ise dünyayı taşıyan öküzün boynuzlarını simgelemektedir (Görsel 15'de sağda).



Görsel 15. Hitit Güneş Kursu Örnekleri, Anadolu Medeniyetleri Müzesi, 2023

Güneş kursundan esinlendiği biçimsel olarak birbirinden farklı eserleri olan Sadi Diren'in yansırsa, güneş kursu detaylarını heykellerinde kullanan Erdinç Bakla, Türk seramik sanatı tarihinin en önemli seramik sanatçılarından biridir. Seramik malzemenin yanında mermer malzeme ile de heykel çalışan Bakla, Anadolu medeniyetlerinin kültür zenginliğini eserlerinde sıklıkla kullanmıştır.



Görsel 16. (Solda) Seramik Form, Sadi Diren, 1970, (Sağda) "Fırtına Tanrısının Eşi", Erdinç Bakla

¹ Mezarlarda ele geçirilen buluntulardan en dikkat çekenleri geometrik desenleriyle ve hayvan betimleriyle bezenmiş olan güneş kurslarıdır. Bunun yanı sıra mezarlarda boğa ve geyik betimlemelerinden oluşan hayvan heykelticikleri de bulunmaktadır. Bu hayvan heykelticiklerine sancak adı verilmektedir. (Yılmaz ,2016, s.18). (Görsel 13 (orta))

Atilla Galatalı ve Mustafa Tunçalp güneş kursunu seramik panolarında motif olarak kullanmışlardır.



Görsel 17. (Solda) Hitit Güneş Kursu Temalı Seramik Duvar Panosu, Mustafa Tunçalp, 1983-85, (Sağda) Seramik Panel, Atilla Galatalı, 1986

Güneş kursu izleri Hamiye Çolakoğlu'nun seramik heykellerinde biçim olarak görülürken, teknik ve estetik açıdan diğer eserlerden ayrılan Sıdıka Sibel Sevim'in ajur tekniği ile döküm seramik çamurunu birleştirerek birimden bütünü şekillendirdiği "Güneş Kursu" isimli eseri ise benzer örnekleri arasında dikkat çekicidir.



Görsel 18. (Solda) Seramik Form, Hamiye Çolakoğlu, (Sağda) "Güneş Kursu" S.Sibel Sevim, 2005

Doğanın parçası olan yırtıcı kuşlardan kartal figürü, Hitit inancına göre kudret ve yüceliğin sembolü, göğün en üst katında göğü koruyandır. Tanrısal bir güce sahiptir ve yeryüzünün üstünden uçarak onu tehlikelerden korumaktadır. Hitit kartalı çoğunlukla iki başlı bazen de tek başlı olarak ifade edilmiştir. Kanatlar daima uçar şekilde açıktır. Mitolojide yeniden doğumu simgeleyen kartal Hititlerde kadın erkek eşitliğini ve gücü temsil etmektedir (Çağlayan, 2017, s.150). Hititler kartal figürünü, kutsal sunu kabı olan riton formlarında biçim veya ayrıntı olarak veya gagasından çıkışla ürettikleri gaga ağzılı testilerinde kullanmışlardır (Görsel 19-20).



Görsel 19. Gaga Ağızlı Testi Örnekleri, Anadolu Medeniyetler Müzesi



Görsel 20. Kartal Figürlü Seramik Tören Kap Örnekleri, Anadolu Medeniyetler Müzesi

Hemen hemen tüm eserlerinde Anadolu kültürü ve özellikle Hitit dönemi esintilerinin hissedildiği Hakkı İzzet 1930 yılında seramik malzemeden ürettiği “Madalyon I” isimli eserinde (Görsel 21’de solda) tek başlı kartal figüründen esinlenmiştir (Köpüklü, 2018, s.2533). Kuş figürünü soyutlayarak eserler üreten ve Türk seramik sanatına önemli eserler veren Mustafa Tunçalp, Anadolu medeniyetlerinden etkilenerek geleneksel ile yeniyi harmanlayıp kendine özgü üslubunu yaratmıştır. En karakteristik eser grubu olan kuş figürleri, biçimsel olarak iri, tombul bedenli, minik başlı ve zarif yapıdadır. Tunçalp’in bazı kuş figürlerinin üzerindeki motifler Hitit Güneş Kursu’nu anımsatmaktadır (Ağırlar,2019, s.5).



Görsel 21. (Solda) “Madalyon I”, Hakkı İzzet 1930, (Sağda) Seramik Kuş Figürü, Mustafa Tunçalp, 2012

Seramik malzeme ile şekillendirdiği boğa başı ve boynuz yorumunda sanatçı Emet Egemen Aslan, seramik heykelinde kendine özgü yalın dili ile Anadolu kültürüne ait gücün ve bereketin simgesi olan boğa figürünü kullanmıştır (Bozdemir, 2015, s.49). Oğuz Bozdemir, “Geyik” isimli çalışmasında tanrıça Kibele’nin simgesi olan geyik figüründen çıkışla tornada şekillendirdiği formunu farklı malzeme olarak metal bacaklarla birleştirmiştir (Bozdemir, 2015, s.51).



Görsel 22. (Solda) Boynuz Yorumu, Emet Egemen Işık Aslan, (Sağda) “Geyik”, Oğuz Bozdemir, 2015

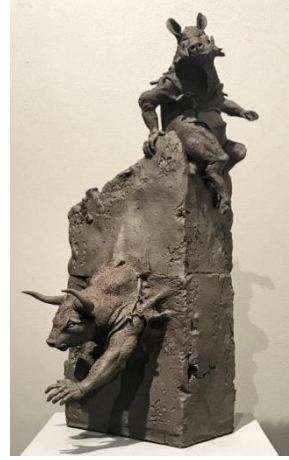
Fadliye Yılmaz, Hatti güneş kursları üzerinde yaptığı araştırması ile birlikte Hitit -Hatti kültür bileşiminde kutsal sayılan motif ve figürleri çalışmalarına yansıtarak Hatti Serisini oluşturmuştur (Yılmaz, 2016, s.104).



Görsel 23. “Hatti Serisi V”, Fadliye Yılmaz, 2015

Boğa figürünü, Ahmet Cüneyt Er ritonlara benzer vazosunda ayrıntı olarak kullanırken (Er, 2011, s.117), Buğra Özer monokrom stilde heykellerinde kullanmıştır. Özer, çalışmalarının çıkış noktasını *“Seçtiğim mitolojik hikayeler işlerimi ve açtığım sergileri aslında şekillendirmektedir. Bu hikâye farklı zaman ve periyotlarında farklı kültür ve dönemlere ait*

olsalar da ortak bir nokta olarak Anadolu coğrafyasına aittirler” şeklinde ifade etmiştir. (Buğra Özer, 2021).



Görsel 24. (Solda) “Boğa Biçimli Vazo 1”, Ahmet Cüneyt Er, 2011 (Sağda) “Geliyorlar”, Buğra Özer, 2017

Hitit kültüründen esinlendiği çömlek formlarını illüstratif bir dilde yorumlayarak döneme ait sembollerini formların yüzeyinde dekor veya içerisinde figür olarak kullanan Pınar Güzelgün başta Hitit medeniyeti olmak üzere Anadolu uygarlıklarını konu alan seramik çalışmalarını 2021 yılında New York'ta sergilemiştir.



Görsel 25. (Solda) Katmanlar Ötesinde Serisinden, (Sağda) “Telepinu'nun Yolculuğu”, Pınar Güzelgün, 2021

SONUÇLAR VE DEĞERLENDİRME

Sanat, malzeme ve teknik ayırt etmeksizin geçmişe dair bilgiyi bugüne farklı şekillerde taşıyan bir ifade biçimidir. Kil ise buna aracılık eden doğanın bir parçası olması özelliği ile insanlık tarihini insana doğa aracılığı ile anlatan bir malzemedir.

Anadolu topraklarında doğanın her bir unsurunu inanç sistemi ile bağdaştıran Hitit dönemi insanı; tanrı ve tanrıçaları da sembolize eden boğa, geyik, kuş ve güneş gibi sembollerini figüratif

veya illüstratif dille vazolar üzerinde motif olarak kullanmışlardır. Kutsal bir ayini veya töreni çağrıştıran biçimler çağdaş Türk seramik sanatçıların etkileyerek esin kaynağına dönüşmüştür. Bugün doğa ile bağı zayıflayan insanın, çağlar öncesindeki yaşamı algılama biçimine bakıldığında ifade dili olarak kullandığı geyik, boğa, kuş ve güneş motiflerini sembol olarak kullanmış ve yaşamsal anlamlar yüklemiştir. Anadolu uygarlıkları boyunca evrilen kültüre ve sanata ait unsurların çağdaş Türk seramik sanatında kullanılması Anadolu kültürüyle birlikte yoğrulan seramik sanatının da Anadolu kimliğinin korunması ve sürdürülmesi açısından oldukça önemlidir. İlhamını Anadolu topraklarının geçmiş kültür zenginliğinden alan çağdaş Türk seramik sanatı, ancak bu farkındalık sayesinde gelecek nesillere de bilgi aktarımına aracılık etmeye devam edebilecektir.

KAYNAKÇA

- [1] Acartürk, B. (2012). Toprağın Binlerce Yıllık Macerası. *Tematik Türkoloji Dergisi* 4(1), 1-17
- [2] Ağırlar, N., *Hitit Seramik ve Bezemelerinin Türk Seramik Sanat Eğitimcilerinin Yapıtlarına Yansıması*. On Dokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Güzel Sanatlar Eğitimi Ana Bilim Dalı, Samsun, 2019
- [3] Bol, Y., *Seramikte İllustrasyon*. İstanbul: Marmara Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü, İstanbul, 2010
- [4] Bozdemir, O., *Boynuzlu Hayvan Figürlerinin Seramik Formlarda Yorumu*, Yüksek Lisans Çalışması Raporu, Hacettepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Seramik Anasanat Dalı, Ankara, 2015
- [5] Çağlayan, N. H., *Hitit Uygarlığında Semiyotik Yaklaşımlar ve Seramiklerin Üzerine Uygulanışı*. İstanbul: Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, İstanbul, 2017
- [6] Dönmez, İ. Ç., *Anadolu Kaya Resimleri (Yeni Yorumlamalar ve Hipotezler Işığında)*: Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi, Arkeoloji Bölümü, 2019
- [7] Er, A. C., *Seramikte İşlevsel Simge Biçimlerin Araştırılması ve Plastik Biçim Olarak Çömlekçi Çarkında Üretilmesi*, Sanatta Yeterlik Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Seramik Anasanat Dalı, İzmir.
- [8] Güngör, M. C., & Canlı, G. (2022). Seramik Sanatında Öyküleyici Anlatım. *International Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 715-724.
- [9] Keskin, E., *Dünden Bugüne Mekanik Alanında Teknik İllustrasyonlar*, İstanbul Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Grafik Tasarımı Ana Sanat Dalı, İstanbul, 2015
- [10] Köpüklü M. (2018), Hititlerden Etkilenen Öncü Çağdaş Tür Seramik Sanatçıları, Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 11(3), 2528-2548
- [11] Kuru, B. (2013, 17 12). *Hitit Seramik Sanatı*. 2023 tarihinde Gündem Türkiye: <https://www.gundemturkiye.com/tarih/uygarlik-tarihi/hitit-donemi/hitit-seramik-sanati.html> adresinden alındı
- [12] Sevim, C. (2005). Hitit Seramik Sanatı ve Günümüz Seramik Sanatına Etkileri, *Anadolu Sanat Dergisi*. Sayı: 16 (22). Erişim adresi: <https://hdl.handle.net/11421/892>
- [13] Yakar, J. (2005). The Language of Symbols in Prehistoric Anatolia. *Documenta Praehistorica 1*, 111-121. 2023 tarihinde https://www.researchgate.net/publication/228370993_The_language_of_symbols_in_prehistoric_Anatolia adresinden alındı

- [14] Yılmaz, F., *Hatti Güneş Kurslarının Biçimsel Olarak İncelenmesi ve Çağdaş Seramik Formlarına Yansımaları*, Dokuz Eylül Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü, Seramik ve Cam Tasarımı Ana Sanat Dalı, İzmir, 2016
- [15] <https://seramiksanat.com/bugra-ozler/>

GÖRSEL KAYNAKÇA

- Görsel 1.** Erişim adresi: <https://www.worldhistory.org/trans/tr/1-15133/lascaux-magaras> (E.T 13 Eylül 2023)
- Görsel 2.** (Dönmez: 2019)
- Görsel3.** Erişim adresi:
https://acikders.ankara.edu.tr/pluginfile.php/174632/mod_resource/content/1/7%20Kabartmalı%20Kült%20%20Vazolarının%20Işığında%20Eski%20Hitit%20Sanatı.pdf (E.T 13 Eylül 2023)
- Görsel4.** Erişim adresi:
https://acikders.ankara.edu.tr/pluginfile.php/174632/mod_resource/content/1/7%20Kabartmalı%20Kült%20%20Vazolarının%20Işığında%20Eski%20Hitit%20Sanatı.pdf (E.T 13 Eylül 2023)
- Görsel5.** Erişim adresi:
https://acikders.ankara.edu.tr/pluginfile.php/174632/mod_resource/content/1/7%20Kabartmalı%20Kült%20%20Vazolarının%20Işığında%20Eski%20Hitit%20Sanatı.pdf (E.T 13 Eylül 2023)
- Görsel 6.** Erişim adresi:
https://acikders.ankara.edu.tr/pluginfile.php/174632/mod_resource/content/1/7%20Kabartmalı%20Kült%20%20Vazolarının%20Işığında%20Eski%20Hitit%20Sanatı.pdf (E.T 13 Eylül 2023)
- Görsel 7.** (Solda) Erişim adresi: <https://tr.pinterest.com/pin/548102217153807684/> (Sağda) Erişim adresi: <https://tr.pinterest.com/pin/14707136278030970/>, (E.T 13 Eylül 2023)
- Görsel 8.** Yazar Arşivinden, Anadolu Medeniyetler Müzesi, Şubat 2022
- Görsel 9.** Yazar Arşivinden, Anadolu Medeniyetler Müzesi, Şubat 2022
- Görsel 10.** (Solda) Erişim adresi:
https://tr.pinterest.com/pin/8022105573435914/feedback/?invite_code=d0371f9010b14259ae55cbf5f5a87c80&sender_id=850336110801374210 (sağda)
<https://tr.pinterest.com/pin/172122016993715565/>
- Görsel 11.** (Ağırlar,2019)
- Görsel 12.** (Er, 2011)
- Görsel 13.** Yazar Arşivinden, Anadolu Medeniyetler Müzesi, Şubat 2022
- Görsel 14.** (Solda) (Ağırlar,2019), (sağda) Erişim adresi:
<https://i.pinimg.com/originals/98/65/40/986540e82059e38a0b965ce24f976abb.jpg>
- Görsel 15,** Yazar Arşivinden, Anadolu Medeniyetler Müzesi, Şubat 2022
- Görsel 16.** (Solda) (Köpüklü, 2018) (sağda) (Ağırlar,2019) (Sağda) Seramik Panel, Atilla Galatalı, 1986 (Köpüklü, 2018)
- Görsel 18.** (Solda) (Köpüklü, 2018) (Sağda) (Sevim, 2005)
- Görsel 19.** Yazar Arşivinden, Anadolu Medeniyetler Müzesi, Şubat 2022

Görsel 20 Yazar Arşivinden, Anadolu Medeniyetler Müzesi, Şubat 2022

Görsel 21. (Solda) (Köpüklü, 2018), (Sağda) (Ağrılar,2019)

Görsel 22. (Solda)

<https://i.pinimg.com/originals/82/c5/95/82c59578b36bc9acd1122bf23939a675.jpg>, (sağda)
(Bozdemir, 2015)

Görsel 23. (Yılmaz, 2015)

Görsel 24. (Solda) (Er, 2011), (Sağda) <https://seramiksanat.com/bugra-ozer/> (E.T 13 Eylül 2023)

Görsel 25. Yazar Arşivinden. Erişim adresi: <http://pinarguzelgun.com> (E.T 13 Eylül 2023)

MODA TASARIMI PROGRAMI ÖĞRENCİLERİNİN YARATICILIK DÜZEYLERİNİN DEMOGRAFİK DEĞİŞKENLER AÇISINDAN İNCELENMESİ

EXAMINATION OF FASHION DESIGN PROGRAM STUDENTS' CREATIVITY LEVELS IN TERMS OF DEMOGRAPHIC VARIABLES

Doç. Dr. Semra TETİK

Manisa Celal Bayar Üniversitesi, 0000- 0001- 6266- 8178

ÖZET

Bu çalışma, yaratıcı düşüncenin büyük önem taşıdığı moda tasarımı alanında eğitim gören öğrencilerin algısına göre yaratıcılık düzeylerini belirlemek ve yaratıcılık düzeylerini demografik değişkenler açısından incelemek amacıyla yapılmıştır. Çalışma nicel araştırma yöntemlerinden betimsel tarama modelindedir. Araştırmanın evreni Manisa Celal Bayar Üniversitesi Salihli Meslek Yüksekokulu Moda Tasarım Programında 2022-2023 eğitim öğretim yılında eğitim gören öğrencilerdir. Araştırma evreninin tümü araştırma örneklemini olarak alınmıştır. Araştırma sonucunda katılımcıların demografik özelliklerini ve yaratıcılık düzeylerini belirlemeye yönelik anket uygulanmıştır. Elde edilen verilerin analizinde t-testi ve Anova testi kullanılmıştır. Bulgulara göre araştırmaya katılan öğrencilerin yaratıcılık düzeyleri ortalamanın üzerindedir. Ayrıca demografik değişkenlerden cinsiyet, sınıf düzeyi, gelir durumu ve kişilik özelliklerine göre yaratıcılık düzeyinde anlamlı farklılıklar bulunurken, lise türü, anne eğitim durumu, baba eğitim durumu ve ebeveynlerin tutumuna göre yaratıcılık düzeyinde anlamlı bir farklılık bulunmamıştır.

Anahtar Kelimeler: Yaratıcılık, Öğrenci, Moda Tasarımı

ABSTRACT

This study was conducted to determine the creativity levels of students studying in the field of fashion design, where creative thinking is of great importance, and to examine their creativity levels in terms of demographic variables. The study uses a descriptive survey model, one of the quantitative research methods. The population of the research is the students studying at Manisa Celal Bayar University Salihli Vocational School Fashion Design Program in the 2022-2023 academic year. The entire research population was taken as the research sample. As a result of the research, a survey was administered to determine the demographic characteristics and creativity levels of the participants. T-test and Anova test were used to analyze the data obtained. According to the findings, the creativity levels of the students participating in the research are above the average. In addition, while there were significant differences in creativity level according to demographic variables such as gender, class level, income level and personality traits, there was no significant difference in creativity level according to high school type, mother's education level, father's education level and parents' attitude.

Keywords: Creativity, Student, Fashion Design

1. GİRİŞ

Günümüzün çalkantılı değişim koşullarında insanların ve örgütlerin ayakta kalabilmeleri rekabet güçlerine, değişim hızına uyum sağlayabilmelerine ve kendilerini rekabette öne çıkaracak farklılıkları ortaya koyabilmelerine bağlıdır. Bunun yolu da yenilikten geçmektedir. Yenilik de yaratıcı bir fikirle başlar (Ayden ve İşgüzar, 2016: 201). Yeni ve farklı fikirler yaratıcı düşünce becerisine sahip bireyler tarafından üretilebilir. Yaratıcı düşünce becerisine sahip olan bireyler sorunlara farklı açılardan bakabilen, yeniliklere açık, değişime ayak uydurabilen, merak duygusu gelişmiş, özgüvenli, yaptıklarının sorumluluğunu üstlenebilen kişilerdir (Tuna ve Temizkalp, 2013: 59). Yani yaratıcılık, günümüzde gereksinim duyulan insan kaynağı profilinde olması beklenen ve önemi fark edilen bir değerdir (Ayden ve İşgüzar, 2016: 201).

Yaratıcılık, geniş kapsamlı bir kavramdır. Yaratıcılık genellikle sanatı çağırıyor olsa da esasen sanatla beraber bilim, teknoloji ve mimari gibi akla gelebilecek pek çok alanda rastlanan bir davranış biçimidir. Bu nedenle yaratıcılık kavramına ilişkin çok sayıda ve farklı tanımlar yapılmıştır (Yüksel, 2023: 29). Yaratıcılık, geleceği öngörmek ve yönetebilmek için bireylerde bulunması gereken temel yeteneklerden biridir (Karaman, 2023: 929). Yaratıcılık kavramının İngilizcedeki karşılığı “creativity”, Latincedeki karşılığı ise “creare”dir. Bu sözcük, “doğurmak, yaratmak, meydana getirmek” anlamına gelmektedir (San ve Güleriyüz, 2004: 1). Türk Dil Kurumu yaratıcılık kavramını; “düşünce, zeka ve hayal gücünden yararlanarak önceden yapılmamış farklı ve yeni bir şey ortaya çıkarma, gerçekleştirme ve geliştirme olarak tanımlamıştır (Başer, 2022: 7). Yaratıcılık, “bilinenlerden yeni bir şeyler üretme, kendine özgü yeni sentezlere varma, birtakım sorunlara yeni çözüm yolları bulma, yeni fikir ve ürünler yaratma” şeklinde ifade edilebilir (Atasoy vd., 2007: 681).

Honig (2001) yaratıcılık kavramını, “özgünlük, hayal gücü, yeni şeyler keşfetme, daha önce yapılamayan şeyleri yapma ve söylenmeyen şeyleri söyleme” olarak tanımlamaktadır (İşler ve Bilgin, 2002: 134). Vygotsky (2004)’e göre yaratıcılık, eski bellekte bulunan bilgilerin tekrar yapılandırılıp ya da üzerinde çalışılıp orijinal fikirlerin ve davranışların geliştirildiği bir süreçtir (Yılmaz ve Güven, 2019: 262). Torrance (1974) ise yaratıcılığı; “bozukluklara, uyumsuzluğa, bilgi eksikliğine ve sorunlara karşı duyarlı olabilme, güçlükleri tanımlama, çözüm arama, tahminlerde bulunma ya da eksiklikleri ortadan kaldırmaya yönelik denenceler geliştirme” olarak tanımlamıştır (Kaplan ve Ercan, 2011: 768). Yaratıcılık, yeni fikirler geliştirme, problemler ve fırsatlara yeni bakış açıları getirebilmektir (Döm, 2014: 9). Bir başka tanıma göre yaratıcılık, yeni bir fikir veya buluşun ortaya konulması, ya da var olan bir mal veya hizmetin tasarım, kalite gibi yönlerden iyileştirilmesi olarak ifade edilebilir (Tutar ve Altınkaynak, 2014: 43). Yaratıcılık; gözlem, bilgi, tecrübe ve düşüncelerin özgün düşünce ve kavramlar oluşturacak şekilde sentezlenmesidir (Birch ve Clegg, 1997: 7; Ceylan ve Savi, 2003: 152). Bu bağlamda yaratıcılık, var olan şeyleri sentezleyerek benzersiz bir sonuç elde etmek, şimdiye kadar aralarında ilişki kurulmamış durumlar arasında kimsenin aklına gelmeyen yeni ilişkiler kurmak ve böylece yeni oluşturulan fikir kapsamında şimdiye kadar yaşanılmamış, deneyimlenmemiş, yeni ve özgün düşünce ve eserler üretebilmektir (Yılmaz ve Güven, 2019: 262).

Çağımızda yaşanan hızlı ve sürekli değişim ve yoğun rekabet ortamında yaşamını sürekli kılmak zorunda olan insanın, çağa ayak uydurabilmesinin, mevcut problemlere farklı çözüm yolları bulabilmesinin, yeni ve farklı bakış açıları geliştirebilmesinin yolu yaratıcılık becerisinden geçmektedir. Yaratıcılığa her alanda rastlanabilir. Ancak yaratıcılık denildiğinde birçok insanın aklına ilk gelen faktörün sanat ve tasarım olduğu söylenebilir. İnanlı (2022) sanat ve tasarım sürecinin yönetiminde yaratıcı ve sıra dışı bir yaklaşımla fark yaratabilmek için var olan problemi doğru algılamak, düşünmek ve görebilmek gerektiğini ifade etmektedir. Dolayısıyla tasarım işiyle uğraşan bireylerin yaratıcılıklarının güçlü olması gerekmektedir. Yaratıcılığı güçlü olan kişilerin sahip olduğu bazı özellikler vardır. Yaratıcı kişi; meraklı, çok soru soran, hayal kurmayı seven, birbirine eş ve zıt kavramları bir arada kullanabilen, değişime açık, riski göze alabilen, espri yeteneği gelişmiş, sosyal ilişkileri güçlü, algılama düzeyi yüksek, yaşam boyu öğrenmeye açık, yeni şeyler keşfetmeyi seven, eleştiriye açık, farklılıklara karşı hoşgörülü, çevresine duyarlı, özgür fikirli, kalıplaşmış düşüncelere meydan okuyan ve araştırmacı kişidir (Üstündağ, 2002:32-33). Bu çalışma ile moda tasarımı alanında okuyan öğrencilerin, yaratıcılık düzeylerini ölçmek ve yaratıcılığın demografik özellikler ile olan ilişkisi incelenmek istenmektedir.

2. YÖNTEM

2.1. Araştırmanın Amacı ve Hipotezleri

Araştırmanın amacı, moda tasarımı alanında öğrenim gören öğrencilerin algısına göre yaratıcılık düzeylerini belirleyerek demografik özelliklere göre yaratıcılık düzeylerinde anlamlı bir farklılık olup olmadığını tespit etmektir. Bu amaç doğrultusunda aşağıdaki hipotezler oluşturulmuştur.

- H1: Moda tasarımı öğrencilerinin yaratıcılık düzeyleri yüksektir.
- H2: Moda tasarımı öğrencilerinin cinsiyet değişkenine göre yaratıcılık düzeylerinde anlamlı farklılık vardır.
- H3: Moda tasarımı öğrencilerinin sınıf düzeyi değişkenine göre yaratıcılık düzeylerinde anlamlı farklılık vardır.
- H4: Moda tasarımı öğrencilerinin lise türü değişkenine göre yaratıcılık düzeylerinde anlamlı farklılık vardır.
- H5: Moda tasarımı öğrencilerinin anne eğitim durumu değişkenine göre yaratıcılık düzeylerinde anlamlı farklılık vardır.
- H6: Moda tasarımı öğrencilerinin baba eğitim durumu değişkenine göre yaratıcılık düzeylerinde anlamlı farklılık vardır.
- H7: Moda tasarımı öğrencilerinin gelir durumu değişkenine göre yaratıcılık düzeylerinde anlamlı farklılık vardır.
- H8: Moda tasarımı öğrencilerinin kişilik özellikleri değişkenine göre yaratıcılık düzeylerinde anlamlı farklılık vardır.
- H9: Moda tasarımı öğrencilerinin ebeveyn tutumu değişkenine göre yaratıcılık düzeylerinde anlamlı farklılık vardır.

2.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini Manisa Celal Bayar Üniversitesi Salihli Meslek Yüksekokulu Moda Tasarımı Programında öğrenim gören 120 öğrenci oluşturmaktadır. Örneklem seçilmeyip evrenin tümüne ulaşılmaya çalışılmıştır. Dolayısıyla örneklemi evren içindeki öğrencilerden ulaşılabilen ve anketi gönüllü olarak cevaplayan 98 öğrenci oluşturmaktadır.

2.3. Araştırmanın Yöntemi

Araştırma, nicel araştırma yöntemlerinden betimsel tarama modelindedir. Araştırma verilerini toplamak için anket yöntemi kullanılmıştır. Anket iki bölümden oluşmaktadır. Katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik sorular anketin birinci bölümünü oluşturmaktadır. Katılımcıların yaratıcılık düzeylerini belirlemek için kullanılan Raudsepp (1979) tarafından geliştirilen ve Sungur (1997) tarafından Türkçeye uyarlanan “How creative are you?” (Ne kadar yaratıcısınız?) Ölçeği anketin ikinci bölümünü oluşturmaktadır. Bu ölçek 50 soru ve tek boyuttan oluşmaktadır. Veriler 2022-2023 eğitim öğretim yılı güz döneminde araştırmacı tarafından anket uygulama yoluyla toplanmıştır. Araştırma sonucunda elde edilen veriler, SPSS 22.0 programı kullanılarak tanımlayıcı istatistikler, t-testi ve ANOVA analizi uygulanarak araştırmanın hipotezleri test edilmiştir. Araştırmada anlamlılık düzeyi 0.05 olarak kabul edilmiştir.

3. BULGULAR

Araştırma sonucunda elde edilen bulgular aşağıda tablolar halinde verilmiştir.

Tablo 1. Örneklem Grubuna İlişkin Demografik Özellikler

Değişkenler	Seçenekler	f	%	Değişkenler	Seçenekler	f	%
Cinsiyet	Kadın	86	87,8	Sınıf Düzeyi	1.Sınıf	42	42,9
	Erkek	12	12,2		2. Sınıf	56	57,1
Lise Türü	Anadolu Lisesi	9	9,2	Baba Eğitim Durumu	İlkokul	41	41,8
	Anadolu Teknik ve Meslek Lisesi	55	56,1		Ortaokul	23	23,5
	Anadolu İHL	7	7,1		Lise	27	27,6
	Endüstri Meslek Lisesi	13	13,3		Üniversite	7	7,1
	Genel Lise	14	14,3		Gelir Durumu	Düşük	5
Anne Eğitim Durumu	Okur-yazar değil	7	7,1	Orta		87	88,8
	İlkokul	45	45,9	Yüksek		6	6,1
	Ortaokul	22	22,4	Ebeveyn Tutumu	Tutarsız	12	12,2
	Lise	19	19,4		Demokratik ve ilgili	25	25,5
	Üniversite	5	5,1		Koruyucu-kollayıcı	58	59,2
Kişilik Özellikleri	Konuşkan-Girişken	60	61,2		İlgisiz ve ihmalkar	2	2,0
	Sessiz-Sakin	24	24,5		Suçlayıcıve otoriter	1	1,0
	Duyusal-Alıngan	9	9,2				
	İçe Dönük	5	5,1				
	Konuşkan-Girişken	60	61,2				

Tablo 1’deki bulgulara göre; Moda Tasarım Programı öğrencilerinin %87,8’i kız, %56,1’i Anadolu Teknik ve Meslek Lisesi mezunu, %45,9’unun annesi ve %41,8’inin babası ilkokul mezunu, %57,1’i ikinci sınıfta, %88,8’inin ailesi orta gelir düzeyinde, %59,2’inin ebeveyn tutumu koruyucu-kollayıcı ve %61,2’si konuşkan-girişken kişilik özelliğine sahiptir.

Tablo 2. Moda Tasarımı Öğrencilerinin Yaratıcılık Düzeylerine Ait Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

	N	En Düşük	En Yüksek	Ortalama	Std. Sapma
YARATICILIK	98	2,24	4,92	3,54	,402

Tablo 2’de araştırmaya katılan moda tasarımı öğrencilerinin algılarına göre ortalama yaratıcılık puanlarına bakıldığında öğrencilerin ortalama yaratıcılık puanının =3,54 olduğu görülmektedir. Bu sonuca göre, moda tasarımı alanında okuyan öğrencilerin yaratıcılık düzeylerinin yüksek olduğu söylenebilir.

Tablo 3. Moda Tasarımı Öğrencilerinin Yaratıcılık Düzeyinin Cinsiyet Açısından İncelenmesi

Değişkenler	Cinsiyet	N	\bar{X}	Ss	t	p
YARATICILIK	Kız	86	3,54	,426	,138	,010
	Erkek	12	3,52	,144		

Tablo 3’de görüldüğü gibi, moda tasarımı öğrencilerinin cinsiyetleri ile yaratıcılık düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Bu farklılığın nedeni kızların yaratıcılık düzeylerinin erkeklerin yaratıcılık düzeylerinden daha yüksek çıkmasıdır.

Tablo 4. Moda Tasarımı Öğrencilerinin Yaratıcılık Düzeyinin Lise Türü Açısından İncelenmesi

Değişkenler	Lise Türü	N	\bar{X}	Ss	F	p
YARATICILIK	Anadolu Lisesi	9	3,54	,294	,251	,909
	Anadolu Tek.ve Meslek Lisesi	55	3,52	,431		
	Anadolu İHL	7	3,53	,294		
	Endüstri Meslek Lisesi	13	3,51	,356		
	Genel Lise	14	3,63	,460		

Tablo 4’de görüldüğü gibi, moda tasarımı öğrencilerinin mezun olduğu lise türü ile yaratıcılık düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık çıkmamıştır. Bu sonuca göre eğitim alınan lise türünün yaratıcılık üzerinde etkisinin olmadığı söylenebilir.

Tablo 5. Moda Tasarımı Öğrencilerinin Yaratıcılık Düzeyinin Sınıf Düzeyi Açısından İncelenmesi

Değişkenler	Sınıf Düzeyi	N	\bar{X}	Ss	t	p
YARATICILIK	1.Sınıf	42	3,65	,326	2,439	,017
	2.Sınıf	56	3,45	,435		

Tablo 5’de görüldüğü gibi, moda tasarımı öğrencilerinin sınıf düzeyi ile yaratıcılık düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Bu farklılığın nedeni 1.Sınıf öğrencilerin yaratıcılık düzeylerinin 2.Sınıf öğrencilerin yaratıcılık düzeylerinden daha yüksek çıkmasıdır.

Tablo 6. Moda Tasarımı Öğrencilerinin Yaratıcılık Düzeyinin Anne Eğitim Durumu Açısından İncelenmesi

Değişkenler	Anne Eğitim	N	\bar{X}	Ss	F	p
YARATICILIK	Okur-yazar değil	7	3,34	,374	,921	,455
	İlkokul	45	3,56	,365		
	Ortaokul	22	3,50	,293		
	Lise	19	3,63	,554		
	Üniversite	5	3,38	,512		
	Lise	7	3,34	,374		
	Üniversite	45	3,56	,365		

Tablo 6’da görüldüğü gibi, moda tasarımı öğrencilerinin anne eğitim durumu ile yaratıcılık düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık çıkmamıştır. Bu sonuca göre anne eğitim durumunun yaratıcılık üzerinde etkisinin olmadığı söylenebilir.

Tablo 7. Moda Tasarımı Öğrencilerinin Yaratıcılık Düzeyinin Baba Eğitim Durumu Açısından İncelenmesi

Değişkenler	Baba Eğitim	N	\bar{X}	Ss	F	p
YARATICILIK	İlkokul	41	3,47	,445	,740	,531
	Ortaokul	23	3,60	,385		
	Lise	27	3,59	,342		
	Üniversite	7	3,54	,424		

Tablo 7’de görüldüğü gibi, moda tasarımı öğrencilerinin baba eğitim durumu ile yaratıcılık düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık çıkmamıştır. Bu sonuca göre baba eğitim durumunun yaratıcılık üzerinde etkisinin olmadığı söylenebilir.

Tablo 8. Moda Tasarımı Öğrencilerinin Yaratıcılık Düzeyinin Kişilik Özellikleri Açısından İncelenmesi

Değişkenler	Kişilik Özellikleri	N	\bar{X}	Ss	F	p
YARATICILIK	Konuşkan-Girişken	60	3,59	,390	2,777	,046
	Sessiz-Sakin	24	3,55	,405		
	Duygusal-Alıngan	9	3,19	,434		
	İçe Dönük	5	3,46	,203		

Tablo 8’de görüldüğü gibi, moda tasarımı öğrencilerinin kişilik özellikleri ile yaratıcılık düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Bu farklılığın nedeni konuşkan-girişken kişilik özelliğine sahip olan öğrencilerin yaratıcılık düzeylerinin diğerlerinden (sessiz-sakin, duygusal-alıngan, içe dönük) daha yüksek çıkmasıdır.

Tablo 9. Moda Tasarımı Öğrencilerinin Yaratıcılık Düzeyinin Gelir Durumu Açısından İncelenmesi

Değişkenler	Gelir Düzeyi	N	\bar{X}	Ss	F	p
YARATICILIK	Düşük	5	3,63	,231	3,082	,050
	Orta	87	3,50	,385		
	Yüksek	6	3,90	,597		

Tablo 9’da görüldüğü gibi, moda tasarımı öğrencilerinin gelir durumu ile yaratıcılık düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Bu farklılığın nedeni gelir durumu yüksek olan öğrencilerin yaratıcılık düzeylerinin gelir durumu düşük ve orta olan öğrencilerin yaratıcılık düzeylerinden daha yüksek çıkmasıdır.

Tablo 10. Moda Tasarımı Öğrencilerinin Yaratıcılık Düzeyinin Ebeveyn Tutumu Açısından İncelenmesi

Değişkenler	Ebeveyn Tutumu	N	\bar{X}	Ss	F	p
YARATICILIK	Değişken ve tutarsız	12	3,27	,460	1,696	,158
	Demokratik ve ilgili	25	3,54	,388		
	Koruyucu ve kollayıcı	58	3,59	,390		
	İlgisiz ve ihmalkar	2	3,50	,057		
	Suçlayıcı ve otoriter	1	3,40	.		

Tablo 10’da görüldüğü gibi, moda tasarımı öğrencilerinin ebeveyn tutumu ile yaratıcılık düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık çıkmamıştır. Bu sonuca göre ebeveyn tutumunun yaratıcılık üzerinde etkisinin olmadığı söylenebilir.

4. HİPOTEZ SONUÇLARI

Araştırma doğrultusunda oluşturulan hipotezlerinin kabul/red durumlarına ilişkin sonuçlar Tablo 11’de verilmiştir.

Tablo 11. Hipotez Testi Sonuç Tablosu

H1	Moda tasarımı öğrencilerinin yaratıcılık düzeyleri yüksektir.	Kabul
H2	Moda tasarımı öğrencilerinin cinsiyet değişkenine göre yaratıcılık düzeylerinde anlamlı farklılık vardır.	Kabul
H3	Moda tasarımı öğrencilerinin sınıf düzeyi değişkenine göre yaratıcılık düzeylerinde anlamlı farklılık vardır.	Kabul
H4	Moda tasarımı öğrencilerinin lise türü değişkenine göre yaratıcılık düzeylerinde anlamlı farklılık vardır.	Red
H5	Moda tasarımı öğrencilerinin anne eğitim durumu değişkenine göre yaratıcılık düzeylerinde anlamlı farklılık vardır.	Red
H6	Moda tasarımı öğrencilerinin baba eğitim durumu değişkenine göre yaratıcılık düzeylerinde anlamlı farklılık vardır.	Red
H7	Moda tasarımı öğrencilerinin gelir durumu değişkenine göre yaratıcılık düzeylerinde anlamlı farklılık vardır.	Kabul
H8	Moda tasarımı öğrencilerinin kişilik özellikleri değişkenine göre yaratıcılık düzeylerinde anlamlı farklılık vardır.	Kabul
H9	Moda tasarımı öğrencilerinin ebeveyn tutumu değişkenine göre yaratıcılık düzeylerinde anlamlı farklılık vardır.	Red

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Yaraticılık kavramı inovasyon ve teknoloji çağını yaşadığımız günümüzde, çağa uyum sağlayabilme, mevcut problemlere çözüm yolları bulabilme, toplumun yaşam standardını artırabilme ve insanlığa katkıda bulunabilme açısından oldukça önemlidir. Bu çalışmada moda tasarımı programında okuyan üniversite öğrencilerinin yaratıcılık düzeyleri demografik değişkenler açısından incelenmiştir. Araştırma bulgularına göre, moda tasarımı alanında öğrenim gören öğrencilerin yaratıcılık düzeyleri ortalamanın üzerinde çıkmıştır. Öğrencilerin yaratıcılık düzeyleri ile istatistiksel açıdan anlamlı farklılık tespit edilen demografik değişkenler cinsiyet, sınıf düzeyi, kişilik özellikleri ve gelir durumudur. Bu sonuçlar doğrultusunda bakıldığında; yaratıcılık, toplumun ilerlemesi için ihtiyaç duyduğu insan kaynağının gelişimi açısından da önemlidir. Bu nedenle, gençlerin yaratıcılık becerilerini geliştirebilecekleri ortamlar sağlanmalıdır. Gençlerin yaratıcı potansiyellerinin ortaya çıkarılabilmesi için gerekli olan tutum, davranış ve becerilerin geliştirilmesi gerekmektedir. Kuşkusuz ilköğretimden yükseköğretime kadar her düzeydeki eğitim kurumlarında bireylerin yaratıcılıklarını geliştirecek doğru yöntemlerin kullanılması için yatırım yapılmalıdır. Ebeveynlere çocuklarının özgüvenli bireyler olarak yetiştirmeleri açısından; onlara karşı demokratik tutumun önemi konusunda seminerler verilebilir. Hem ailede hem de eğitim kurumlarında riske girebilen, meraklı, yeniliklere açık, bağımsız davranabilen, eleştirel bakış açısına sahip, araştırmacı ve yaratıcı kişilik özelliklerini geliştiren bir yaklaşım benimsenmelidir.

KAYNAKÇA

- Atasoy, B., Kadayıfçı, H. ve Akkuş, H. (2007). Öğrencilerin Çizimlerinden ve Açıklamalarından Yaratıcı Düşüncelerinin Ortaya Konulması. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 5(4), 679-700.
- Ayden, C., ve İşgüzar, S. (2006). Üniversite Öğrencilerinin Yaratıcılık Düzeyleri ve Motivasyonları Arasındaki İlişkiyi İncelemeye Yönelik Araştırma. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 26(2), 201-218.
- Başer, H. (2022). *Eğitim Fakültesi Öğrencilerinin Yaratıcılık Düzeylerinin Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Ufuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Birch, P., ve Clegg, B. (1997). *İş Hayatında Yaratıcılık*. (Çev. Tülay Savaşer), İstanbul: Rota Yayınları.
- Ceylan, A., ve Savi, F. S. (2003). Örgütsel Yaratıcılığı Etkileyen Faktörler Üzerine Bir Araştırma. *İ.Ü. Siyasal Bilimler Fakültesi Dergisi*, 29, 151-175.
- Döm, S. (2014). *Girişimcilik ve Küçük İşletme Yöneticiliği*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- İnanlı, A. (2022). *Grafik Tasarım Sürecinde Yaratıcılık ve Alternatif Metodolojilerle Kavramsal Düşünme*. Sanatta Yeterlik, Ondokuz Mayıs Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Samsun.

- İşler, A. Ş., ve Bilgin, A. (2002). Eğitim Fakültesi Sınıf Öğretmenliği Adaylarının Yaratıcılık Hakkındaki Düşünceleri. *Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 15(1), 133-152.
- Karaman, S. (2023). Üniversitelerde Stratejik Yönetim Uygulamalarının Örgütsel Yaratıcılığa Etkileri Üzerine Bir Araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 15(2), 925-940.
- Öztuna Kaplan, A., ve Ercan, S. (2011). Yaratıcı Düşünme Tekniklerinden Sinektik Uygulamasına Örnek Bir Araştırma: Çocuğun Gözünde Yaratıcılık. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 8(2), 766-793.
- Raudsepp, E. (1979). *How Creative Are You?*. Personnel Journal, April, 218-220.
- San, İ., ve Güteryüz, H. (2004). Yaratıcı Eğitim ve Çoklu Zeka Uygulamaları. Ankara: Artım Yayınları.
- Sungur, N. (1997). *Yaratıcı Düşünce*. 2. Baskı, İstanbul: Evrim Yayınevi
- Tuna, S., ve Temizkalp, G. (2013). Öğretmen Adaylarının Yaratıcılık Düzeyleri. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 57-65.
- Tutar, H., ve Altınkaynak, F. (2014). *Girişimcilik*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Üstündağ, T. (2002). *Yaratıcılığa Yolculuk*. Ankara: Başak Matbaacılık.
- Yılmaz, H., ve Güven, Y. (2019). Yaratıcılık ve Hoşgörü: Okul Öncesi Öğretmen Adayları Üzerine Bir Araştırma. *Erken Çocukluk Çalışmaları Dergisi*, 3(2), 258-277.
- Yüksel, E. T. (2023). *Sanat Eğitiminin Özgül Öğrenme Güçlüğü Olan Bireylerin Yaratıcılıklarına Etkisi Üzerine Bir Uygulama*. Yüksek Lisans Tezi, Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Edirne.

TÜRKİYE VE AFGANİSTAN'DAKİ KAMU ÖRGÜTLERİNDE ÇALIŞANLARIN MOTİVASYON DÜZEYLERİNİ BELİRLEMeye YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA*

A RESEARCH TO DETERMINE THE MOTIVATION LEVEL OF EMPLOYEES IN
PUBLIC ORGANIZATIONS IN TURKEY AND AFGHANISTAN

Doç. Dr. Semra TETİK

Manisa Celal Bayar Üniversitesi, 000-0001-6266-8178

Mohammad Aref ROOZİ

Bilim Uzmanı, 0000-0002-1033-0148

ÖZET

Hızlı değişimin yaşandığı dinamik çevrede örgütlerin varlıklarını sürdürebilmeleri, çevreye uyum sağlayabilmeleri, verimli ve başarılı olabilmelerinde çalışanların motivasyonu önemli bir role sahiptir. Motivasyon, hem örgütün hem de çalışanların beklentilerine uygun bir şekilde, bireyin istenilen davranışa yönelmesi ve isteklendirilmesidir. Her örgütte her çalışanın motivasyonunu etkileyen faktörler farklılık göstermektedir. Dolayısıyla yöneticilerin en başta çalışanlar için önemli olan ve onların motivasyonunu artıran unsurları bilmeleri ve buna uygun motivasyon araçlarından yararlanmaları gerekmektedir. Bu araştırmanın amacı, Türkiye ve Afganistan'daki kamu örgütlerinde çalışanların algısına göre motivasyon düzeylerini belirleyerek iki ülke arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını tespit etmektir. Bu amaç doğrultusunda verileri toplamak için anket yöntemi kullanılmıştır. Elde edilen verilere tanımlayıcı istatistik analizleri ve t-testi uygulanarak sonuçlar değerlendirilmiştir. Analiz sonucunda; Her iki ülkedeki kamu örgütlerinde çalışanların motivasyon düzeylerinin ortalamasının üzerinde olduğu ve motivasyon düzeyi açısından ülkeler arasında önemli bir fark bulunmadığı görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Örgüt, Kamu Örgütü, Motivasyon, Performans, Verimlilik

ABSTRACT

In a dynamic environment where rapid change is experienced, the motivation of the employees has an important role in the survival of the organizations, their adaptation to the environment, their efficiency and success. Motivation is the orientation and motivation of the individual to the desired behavior in accordance with the expectations of both the organization and the employees. The factors affecting the motivation of each employee in each organization differ. Therefore, managers need to know the factors that are important for the employees and increase their motivation and benefit from appropriate motivation tools. The aim of this research is to determine whether there is a significant difference between the two countries by determining

* Bu çalışma, Mohammad Aref Roozi'nin Doç. Dr. Semra Tetik danışmanlığında "Örgüt Kültürü ile Personel Motivasyonu Arasındaki İlişkiye Yönelik Karşılaştırmalı Bir Araştırma: Türkiye ve Afganistan Örneği" Yüksek Lisans Tezinden üretilmiştir.

the motivation levels according to the perceptions of the employees in public organizations in Turkey and Afghanistan. For this purpose, questionnaire method was used to collect data. The results were evaluated by applying descriptive statistical analyzes and t-test to the obtained data. As a result of the analysis; It has been observed that the motivation levels of the employees in public organizations in both countries are above the average and there is no significant difference between the countries in terms of motivation level.

Keywords: Organization, Public Organization, Motivation, Performance

1. GİRİŞ

Dünyadaki tüm canlıların yaşamlarını sürdürebilmeleri için sayısız ihtiyacı ve isteği vardır. İnsanların bu ihtiyaçlar ve istekler doğrultusunda hedeflerini gerçekleştirmek için harekete geçmeleri gerekir. Dolayısıyla motivasyon, hedefleri harekete dönüştürmek için insanların isteklendirilmesi süreci olarak ifade edilebilir (Önen ve Kanayran, 2015: 50). Günümüz rekabet ortamında örgütler yaşamlarını sürekli kılabilmek için sahip oldukları tüm kaynaklarını en etkili ve en verimli şekilde kullanmak zorundadırlar. Etkinlik ve verimlilik ise, örgütün odak unsuru olan insan kaynağını öne çıkarmaktadır. Çünkü insan, örgütün hem kritik bir kaynağı hem de kaynakları bizzat kullanan bir unsurdur. O halde, örgütün insan kaynağından en üst düzeyde yararlanılması gerekmektedir (Güney, 2001: 225). İşte motivasyon bu noktada devreye girmektedir.

Motivasyon kavramının kökeni Latince “movere” sözcüğünden gelmektedir. Anlam olarak Movere sözcüğü “harekete geçmek” demektir. Bu bağlamda motivasyon kavramı, kişinin bir amaca ya da ihtiyaca yönelik oluşturduğu davranışları harekete geçirme süreci olarak tanımlanabilir. Bir başarıya odaklı kişi motivasyonun etkisiyle hedefine doğru harekete geçer (Luthans, 2010: 157). Motivasyon, bir veya birden çok insanı, belirli bir yöne doğru sürekli olarak harekete geçirmek için yapılan çabaların toplamıdır (Akat vd., 2002. 272). Başka bir tanımla motivasyon, kişilerin belirli bir amacı gerçekleştirmek üzere kendi arzu ve istekleri ile davranışları sürecidir (Güney, 2001: 225). Genel anlamda motivasyon kavramı, insanların istenilen davranışlara yönelme süreci olarak ele alınabilir (Görür, 2020: 5).

İçsel motivasyon ve dışsal motivasyon olmak üzere iki tür motivasyon vardır. İçsel motivasyon, kişilerin, bazı aktivitelerin kendisini ödül olarak algılaması ve bu aktiviteleri yaparken kişisel bir zevk duymasıdır. Yani bireyin hedefi doğrultusunda kendiliğinden harekete geçmesidir. Dışsal motivasyon, bir ödül elde etmek ya da bir cezadan kaçınmak amacı ile davranışın gerçekleştirilmesidir (Zencirkıran, 2017: 190). Örgüt açısından motivasyon, hem örgütün hem de çalışanların beklentilerini karşılayan bir çalışma ortamı oluşturup, bireyin istenilen davranışı göstermesi için isteklendirilmesi süreci şeklinde ifade edilebilir (Ünsar vd., 2010: 248).

Motivasyon, öğrenilebilecek ve öğrenilmesi gereken bir beceridir. Bu, herhangi bir örgütün hayatta kalması ve başarılı olması için gereklidir. Örgütler başarıyı performans, yetenek ve motivasyonun bir fonksiyonu olarak kabul etmektedirler (Ünsar vd., 2010: 250).

Çalışma hayatının başarıyla ve sağlıklı ilişkilerle ilerleyebilmesi için çalışanların motive edilmesi oldukça önemlidir. Çalışanlar motive edildiğinde öz saygıları artar ve etkili ve verimli bir şekilde çalışırlar. Böylece belirlenen hedef doğrultusunda örgütsel başarı sağlanır. Bunun için çalışanların istekli ve yeterli çabayı göstermeleri gerekmektedir (Görür, 2020: 6). Bu bağlamda motivasyon, bireyin hedefi doğrultusunda kendiliğinden harekete geçmesini ifade eder (Zencirkıran, 2017: 190). Çalışan motivasyonu, çalışanların yüksek bir performansla verimli bir şekilde işlerini yapması, bunu yaparken mutlu olmaları, örgüte bağlılıklarının güçlü olması ve iş arkadaşlarıyla iyi ilişkiler kurmaları açısından önem taşımaktadır. (Baş ve Alagöz, 2022: 693). Motivasyonun davranışı başlatma, davranışların şiddet ve enerji düzeyini belirleme, davranışlara yön verme ve davranışların devamını sağlama gibi işlevleri vardır. Motivasyonun düzeyi insanların işlerine istekli olmaları motivasyonel ihtiyaçlarının ne derece tatmin olacağını düşündüklerine bağlıdır (Can vd., 2006: 98).

2. YÖNTEM

2.1. Araştırmanın Amacı ve Yöntemi

Araştırmanın amacı, Türkiye ve Afganistan'daki kamu örgütlerinde çalışanların algısına göre motivasyon düzeylerini belirleyerek iki ülke arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını tespit etmektir. Bu amaç doğrultusunda aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır.

- Türkiye'deki kamu örgütlerinde çalışanları motivasyonu hangi düzeydedir?
- Afganistan'daki kamu örgütlerinde çalışanları motivasyonu hangi düzeydedir?
- Ülke değişkenine göre motivasyon algısında anlamlı farklılık var mıdır?

Araştırmanın verilerini toplamak için kullanılan anket iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölüm araştırmaya katılanların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik sorular bulunmaktadır. İkinci bölümde ise, katılımcıların motivasyon düzeylerini belirlemek için İnce (2003) tarafından geliştirilen "Motivasyon Ölçeği" kullanılmıştır. Afganistan'daki kamu örgütlerinde uygulanan motivasyon ölçeği aslına uygun olarak Farsça'ya çevrilerek kullanılmıştır. Katılımcılardan her bir ifadeye ilişkin katılım düzeylerini 5'li likert tipi ölçek üzerinde belirtmeleri istenmiştir. Motivasyon Ölçeği için güvenilirlik analizleri yapılmış Cronbach alfa (α) iç tutarlılık katsayısı motivasyon ölçeği için 0,901 olarak tespit edilmiştir.

2.2. Evren ve Örneklem

Afganistan'ın başkenti olan Kabil ve Türkiye'nin Manisa ilindeki kamu örgütlerinde çalışanlar araştırmanın evrenini oluşturmaktadır. Örneklemi ise rastgele seçilen 400 kamu çalışanına dağıtılan anketleri eksiksiz olarak yanıtlayan toplam 310 kişi oluşturmaktadır.

3. BULGULAR

3.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Türk katılımcıların % 57.6'si erkek ve %42.4'ü kadındır. Katılımcıların %29.8'i 40-50 yaş arasında, %27.2'si 36-40 yaş arasında, %21.8'i 30-35 yaş arasında ve %9.9'u 26-30 yaş arasında olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla katılımcıların çoğunluğu (%58.9) 20-39 yaş arasındadır. Katılımcıların %72.4'ü evli %18.3'ü bekar ve %9.3'ü boşanmış durumdadırlar. Katılımcıların %50.7'si lisans mezunu, %16.7'si lisansüstü mezunu ve %13.7'si önlisans mezunu ve %10.6'sı

lise mezunudur. Katılımcıların %89.4'ü çalışan ve %10.6'sı yönetici pozisyonundayken iş deneyimlerine bakıldığında %41.7'si 20 yıl üstü %28.2'si 5-10 yıl arası ve %11.5'i ise 5 yıl altındadır.

Afganistanlı katılımcıların %76.7'si erkek ve %23.3'ü kadındır. Katılımcıların %29.7'si 25 yaş altında, %29.7'si 26-30 yaş arasında, %20.3'ü 30-35 yaş arasında ve %8.9'u 36-40 yaş arasındadır. Dolayısıyla Afganistanlı katılımcıların çoğunluğu (%88.6) genç ve 20-40 yaş arasındadır. Katılımcıların %60.1'i evli %35.4'ü bekar ve %4.5'i boşanmış durumundadırlar. Katılımcıların %74.7'si lisans mezunu, %10.1'i lisansüstü mezunu, %6.3'ü önlisans mezunu ve %4.4'ü lise mezunudur. Katılımcıların %82.3'ü çalışan ve %17.7'si yönetici pozisyonundadır. İş deneyimlerine bakıldığında %44.9'u 5 yıl altında %34.2'si 5-10 yıl arası ve %11.8'i ise 11-15 yıl arasında çalışma süresine sahiptir.

Tablo 1. Motivasyon Alt Boyutlarının Tanımlayıcı İstatistikleri

Motivasyon Tipleri	Ortalama	Standart Sapma	En Düşük	En Yüksek
Güven	27,53	7,31	11	45
Dikkat	32,05	6,30	15	48
Memnuniyet	20,15	5,36	7	30
Uygunluk	24,22	6,20	8	38
Motivasyon	175,30	31,71	99	260

Tablo 1'de kamu örgütlerinde çalışanların motivasyon ve motivasyon alt boyutlarının ortalamalarına bakıldığında ilk sırada "Dikkat Boyutu" olduğu (Ort: 32,05), bu boyutu sırasıyla "Güven Boyutu", "Uygunluk Boyutu" ve "Memnuniyet Boyutu"nun takip ettiği görülmüştür. Genel motivasyon ise yüksek düzeyde (Ort: 175,30) bulunmuştur.

Tablo 2. Motivasyon Alt Boyutlarının Tanımlayıcı İstatistikleri

	Afganistan		Türkiye			
	Ortalama	Std. Sapma	Ortalama	Std. Sapma	t	p
Güven	28,43	7,19	26,63	7,35	2,187	0,029*
Dikkat	32,65	6,37	31,45	6,20	1,691	0,092
Memnuniyet	19,74	5,54	20,57	5,15	-1,380	0,169
Uygunluk	23,26	6,67	25,17	5,56	-2,729	0,007*
Motivasyon	176,37	35,65	174,24	27,27	0,590	0,555

*p<0,05 anlamlı fark var, p>0,05 anlamlı fark yok ; t testi

Tablo 2'ye göre; Afganistan'daki çalışanlar ile Türkiye'deki çalışanlar arasında Güven boyutu puanı bakımından istatistiksel olarak anlamlı fark bulunmaktadır (p<0,05). Bu sonuca göre, Afganistan'daki çalışanların Güven düzeyi daha yüksektir (12,32). Afganistan'daki çalışanlar ile Türkiye'deki çalışanlar arasında Uygunluk boyutu puanı bakımından istatistiksel olarak anlamlı fark bulunmaktadır (p<0,05). Bu sonuca göre, Türkiye'deki çalışanların Uygunluk

düzeıı daha yüksektir (25,17). Buna karşılık Afganistan'daki çalışanlar ile Türkiye'deki çalışanlar arasında Dikkat boyutu ve Memnuniyet boyutu puanları bakımından istatistiksel olarak fark bulunmamaktadır. Ayrıca Afganistan'daki çalışanlar ile Türkiye'deki çalışanlar arasında genel motivasyon puanı bakımından istatistiksel olarak anlamlı fark bulunmamaktadır.

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Araştırmanın uygulaması Türkiye ve Afganistan'daki kamu örgütlerinde çalışan memurlar üzerinde yapılmış ve araştırma sorruları doğrultusunda yapılandırılmış anket vasıtasıyla veriler elde edilmiştir. Soru formu araştırmaya katılan çalışanların motivasyon düzeyini ölçmeye yönelik olarak hazırlanan "GDMU Motivasyon Ölçeğini" içermektedir. Ölçeğin güvenilirliği ve geçerliliği test edilmiştir ve ölçeğin güvenilirliğinin yüksek seviyede olduğu görülmüştür.

Araştırma sonuçlarına göre elde edilen bulgular şu şekildedir:

Motivasyon ölçeğine verilen cevaplarla idari personelin göstermiş olduğu motivasyon boyutları tespit edilmiştir. Bunlar arasındaki ilişkiler incelendikten sonra aşağıdaki sonuçlar ortaya çıkmıştır. Kamu kurumlarında, Dikkat olan motivasyon boyutunun güçlü olduğu tespit edilmiştir. Bunu sırasıyla Güven, Uygunluk ve Memnuniyet boyutlarının takip ettiği görülmektedir.

Afganistan'daki çalışanlar ile Türkiye'deki çalışanlar arasında Güven ve Uygunluk puanı bakımından fark bulunmaktadır. Afganistan'daki çalışanların Güven ve Uygunluk düzeyi daha yüksektir. Afganistan'daki çalışanlar ile Türkiye'deki çalışanlar arasında Dikkat ve Memnuniyet puanı bakımından fark bulunmamaktadır. İstatistiksel olarak anlamlı olmamakla birlikte Türkiye'deki çalışanların Dikkat ve Memnuniyet düzeyi daha yüksektir. Afganistan'daki çalışanlar ile Türkiye'deki çalışanlar arasında toplam Motivasyon puanı bakımından fark bulunmamaktadır. Sonuç olarak, Afganistan'daki kamu çalışanları ile Türkiye'deki kamu çalışanlarının motivasyon düzeyi bakımından istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmadığı söylenebilir.

Araştırmada ulaşılan bulgular doğrultusunda şunlar önerilebilir:

- Kamu örgütlerindeki yöneticilere çalışanların motivasyonlarını artırmalarını sağlayacak yollar, yöntemler ve araçlara ilişkin seminerler verilebilir.
- Motivasyonun önemi konusunda çalışanların farkındalığını artırmak amacıyla eğitim verilebilir.
- Kamu örgütlerinde çalışanlara motivasyonlarını geliştirebilme konusunda eğitim verilebilir.
- Araştırma daha geniş bir örneklem üzerinde yapılabilir.
- Araştırma çalışanların motivasyonunu etkileyen faktörlerin belirlenmesine yönelik yine farklı ülkelerin karşılaştırılması çerçevesinde yapılabilir.
- Kamu sektörü ve özel sektörde çalışanların motivasyonlarını karşılaştırmaya yönelik çalışmalar yapılabilir.

- Araştırma memurların algıladıkları motivasyon üzerine bir değerlendirme yaparken bu konuyu inceleyecek başka araştırmacılar yönetici pozisyonunda çalışanlar üzerinde bir araştırma yaparak farklı bir bakış açısı ortaya koyabilirler.

KAYNAKÇA

- Akat, İ., Budak, G., ve Budak, G. (2002). *İşletme Yönetimi*. İzmir: Barış Yayınları.
- Baş, M. ve Alagöz, G. (2022). Çalışan Motivasyonu ve İşyeri Mutluluğu Arasındaki İlişkide Kişi Örgüt Uyumunun Aracı Rolü. *Verimlilik Dergisi*, 4, 693-706.
- Can, H., Aşan, Ö., ve Aydın, E. M. (2006). *Örgütsel Davranış*. İstanbul: Arıkan Yayıncılık.
- Görür, N. (2020). *Okul Yöneticilerinin Öğretmen Motivasyonunu Artırmaya Yönelik Yararlandığı Motivasyon Araçları*. Yüksek Lisans Tezi, Bahçeşehir Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Güney, S. (2001). *Yönetim ve Organizasyon*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- İnce, Ö. (2003). *İş Tatminine Etki Eden Başlıca Faktörler ve Uygulamadan Bir Örnek*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Luthans, F. (2010). *Organizational Behavior: An Evidence-Based Approach [Elektronik Sürüm]*. New York: The McGraw-Hill. <https://bdpad.files.wordpress.com/02.09.2023>
- Önen, S. M., ve Kanayran, H. G. (2015). Liderlik ve motivasyon: Kuramsal bir değerlendirme. *Birey ve Toplum Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(2), 43-64.
- Zencirkıran, M. (2017). *Davranış Bilimleri*. Bursa: Dora Yayınları.

2019 TÜRKÇE DERSİ ÖĞRETİM PROGRAMINDAKİ 5.-8. SINIF DÜZEYİNDE YER ALAN KAZANIMLARIN DEĞERLER EĞİTİMİNE UYGUNLUĞU AÇISINDAN İNCELENMESİ

Ayhan DÖNMEZ

Dokuz Eylül Üniversitesi, - 0000-0003-1499-319X

ÖZET

Değer, birey ya da toplum tarafından gerekli görülen, önemli olan ve ayrılması güç ilkelerin bütünüdür. Bu alanda verilen eğitime değerler eğitimi adı verilmektedir. Değerler eğitimi ülkemizde üzerinde önemle durulan bir eğitim alanıdır. Çünkü bireylere bu ölçütler çerçevesinde birtakım olguların öğretilmesi o toplumun kaderini inşa etmede önemli rol oynar. Öğretim programlarında yer alan değerler şu şekildedir; “adalet, aile birliğine önem verme, bağımsızlık, barış, bilimsellik, çalışkanlık, dayanışma, duyarlılık, dürüstlük, estetik, eşitlik, özgürlük, saygı, sevgi, sorumluluk, tasarruf, vatanseverlik, yardımseverlik”. Bu çalışmanın amacı 2019 Türkçe dersi öğretim programında 5.- 8. sınıf düzeylerinde yer alan kazanımların değerler eğitimine uygunluğunun ne düzeyde olduğunu tespit etmektir. Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden doküman incelemesi tekniği kullanılmış olup ortaokul düzeyindeki tüm kazanımların değerler eğitimine uygunluğu incelenmiştir. Araştırmada ortaokul düzeyinde belirlenen 289 kazanım incelenmiş, bu kazanımlardan 211 adeti değerler eğitimi başlığı altında değerlendirilmiş, kalan kazanımların değerler eğitimi çerçevesinde incelenemeyeceği belirlenmiştir. Değerlendirilen 211 kazanımın 174’ü bilimsellik, 30’u estetik ve 7’si duyarlılık değerleri başlığı altında toplandığı tespit edilmiştir. Bu alanda çalışmalarını gerçekleştirecek araştırmacılara yalnız Türkçe dersi öğretim programında değil, diğer disiplinlerde düzenlenen öğretim programlarının da değerler eğitimine yönelik incelemeleri önerilmektedir.

Anahtar Kelimeler : Değerler eğitimi, 2019 Türkçe öğretim programı, kazanım

INVESTIGATION OF THE OUTCOMES AT THE LEVEL OF 5-8TH GRADE IN THE 2019 TURKISH LESSON TEACHING PROGRAM IN TERMS OF SUITABILITY TO VALUES EDUCATION

ABSTRACT

Value is the whole of principles that are deemed necessary, important and difficult to separate by the individual or society. The education given in this field is called values education. Values education is a field of education that is emphasized in our country. Because teaching certain facts to individuals within the framework of these criteria plays an important role in building the destiny of that society. The values included in the curriculum are as follows; “Justice, giving importance to family unity, independence, peace, being scientific, industriousness, solidarity, sensitivity, honesty, aesthetics, equality, freedom, respect, love, responsibility, savings,

patriotism, benevolence”. The aim of this study is to determine the level of conformity of the achievements in the 5th-8th grade levels in the 2019 Turkish lesson curriculum to values education. In the research, the document analysis technique, which is one of the qualitative research methods, was used and the suitability of all the achievements at the secondary school level for values education was examined. In the research, 289 acquisitions determined at the secondary school level were examined, 211 of these acquisitions were evaluated under the title of values education, and it was determined that the remaining acquisitions could not be examined within the framework of values education. It has been determined that 174 of the 211 outcomes evaluated are scientific, 30 are aesthetic and 7 are sensitivity values. Researchers who will carry out their studies in this field are recommended to examine not only the Turkish curriculum, but also the education programs organized in other disciplines for values education.

Key Words : Values education, 2019 Turkish curriculum, achievement

1. GİRİŞ

Değer, bir şeyin önemli olduğunu saptayarak katkı vermeyi sağlayan soyut, bir şeyin karşılığı ve kıymeti, katkı verme niteliği olarak adlandırılır (TDK, 2011). 2019 Türkçe Dersi Öğretim Programı incelendiğinde değer olarak “adil olma, aile birliğine önem verme, bağımsızlık, barış, bilimsellik, çalışkanlık, duyarlılık, dürüstlük, estetik, hoşgörü, misafirperverlik, özgürlük, sağlıklı olmaya önem verme, saygı, sevgi, sorumluluk, temizlik, vatanseverlik ve yardımseverlik” öğeleri belirlenmiştir (MEB, 2019). Bu değerlerden yola çıkılarak verilen değerler eğitimi bir toplumun kalkınmasında ve temellerinin sağlam bir biçimde inşa edilmesinde önem taşımaktadır. Çünkü bireye verilecek olan temel eğitim toplumun dinamiklerini ve geleceğinin şekillenmesini önemli ölçüde belirlenmesini sağlar. Ayrıca değerler toplumsal kontrolü sağladığı gibi iyi-kötü, doğru-yanlış, güzel-çirkin gibi konularda toplumsal birlikteliğin sağlanması noktasında işlev gösterir (Bahar, 2008). Bir ülkenin ya da milletin önem verdiği konular, eğitim sisteminde yer verdiği değer kavramlarıyla ilişkilidir.

Değerler eğitimi ise bireyin ya da öğrencinin doğru ve yanlış ayırt edebilmesi, daha önceden belirlenen değerlerin aktarılması ve öğrencilerin kendi değerlerini oluşturabilmesi için izin verilen bir süreçtir (Ford ve Johnson, 1993; akt. İşcan, 2019). Bu sürecin başarıya ulaşabilmesi için öğretmenin hatasız olmasının yanı sıra ebeveynlerin de bireye mevcut değerleri öğretmeye çalışma gayreti içerisinde olmalıdır (Ulusoy, 2010). Değerler eğitiminde eleştirel düşünme, akıl yürütme gibi yöntemler değerlerin kazanılmasını amaçladığı gibi gerçekleştirilmesi üzerine de yardımcı olur (Veugelers, 2000).

Tüm bu noktalar ele alındığında programlarda geçen değerlerin belirlenen kazanımlar doğrultusunda ne ölçüde karşılık geldiğini bulmak bu çalışmanın ana fikrini oluşturmaktadır. Bu sebeple 2019 Türkçe dersi öğretim programında var olan 5, 6, 7 ve 8. sınıf kazanımlarının hangi değerlere karşılık geldiğini saptamak bu çalışmanın temel amacıdır. Çalışmaya ilişkin yöntem, bulgular ve sonuçlar aşağıdaki başlıklarda ele alınmıştır.

2. DENEYSEL ÇALIŞMALAR (veya UYGULAMALAR)

2.1. Yöntem

Bu çalışmada nitel araştırma yöntemine yer verilmiştir. Verilerin çözümlenmesinde doküman analizi tekniği kullanılmıştır.

2.2. Bulgular

Araştırmaya ait bulgular Çizelge 1 ile aşağıda gösterilmiştir.

Çizelge 1. 2019 Türkçe Dersi Öğretim Programındaki 5-8. Sınıf Kazanımlarının Değer Karşılıkları

	5. Sınıf	Değer	6. Sınıf	Değer	7. Sınıf	Değer	8. Sınıf	Değer
DİNLEME/İZLEME	T.5.1.8.	Estetik	T.6.1.5.	Bilimsellik	T.7.1.4.	Bilimsellik	T.8.1.4.	Bilimsellik
	T.5.1.12.	Bilimsellik	T.6.1.6.	Bilimsellik	T.7.1.5.	Bilimsellik	T.8.1.5.	Bilimsellik
			T.6.1.8.	Estetik	T.7.1.6.	Bilimsellik	T.8.1.6.	Bilimsellik
			T.6.1.10.	Bilimsellik	T.7.1.8.	Estetik	T.8.1.8.	Estetik
			T.6.1.12.	Bilimsellik	T.7.1.9.	Bilimsellik	T.8.1.9.	Bilimsellik
					T.7.1.10.	Bilimsellik	T.8.1.11.	Bilimsellik
					T.7.1.12.	Bilimsellik	T.8.1.12.	Bilimsellik
					T.7.1.13.	Bilimsellik	T.8.1.14.	Bilimsellik
KONUŞMA	T.5.2.3.	Bilimsellik	T.6.2.3.	Bilimsellik	T.7.2.3.	Bilimsellik	T.8.2.3.	Bilimsellik
	T.5.2.5.	Bilimsellik	T.6.2.5.	Bilimsellik	T.7.2.5.	Bilimsellik	T.8.2.5.	Bilimsellik
	T.5.2.6.	Bilimsellik	T.6.2.6.	Bilimsellik	T.7.2.6.	Bilimsellik	T.8.2.6.	Bilimsellik
	T.5.2.7.	Duyarlılık	T.6.2.7.	Duyarlılık	T.7.2.7.	Duyarlılık	T.8.2.7.	Bilimsellik
OKUMA	T.5.3.1.	Bilimsellik	T.6.3.1.	Bilimsellik	T.7.3.1.	Bilimsellik	T.8.3.1.	Bilimsellik
	T.5.3.2.	Estetik	T.6.3.2.	Estetik	T.7.3.2.	Estetik	T.8.3.2.	Estetik
	T.5.3.4.	Bilimsellik	T.6.3.4.	Bilimsellik	T.7.3.4.	Bilimsellik	T.8.3.4.	Bilimsellik
	T.5.3.6.	Bilimsellik	T.6.3.6.	Bilimsellik	T.7.3.6.	Bilimsellik	T.8.3.6.	Bilimsellik
	T.5.3.7.	Bilimsellik	T.6.3.7.	Bilimsellik	T.7.3.7.	Bilimsellik	T.8.3.7.	Estetik
	T.5.3.8.	Bilimsellik	T.6.3.8.	Bilimsellik	T.7.3.8.	Estetik	T.8.3.8.	Bilimsellik
	T.5.3.9.	Bilimsellik	T.6.3.9.	Bilimsellik	T.7.3.9.	Bilimsellik	T.8.3.10.	Bilimsellik
	T.5.3.10.	Bilimsellik	T.6.3.10.	Bilimsellik	T.7.3.10.	Bilimsellik	T.8.3.11.	Bilimsellik
	T.5.3.11.	Bilimsellik	T.6.3.11.	Bilimsellik	T.7.3.11.	Bilimsellik	T.8.3.14.	Bilimsellik
	T.5.3.12.	Bilimsellik	T.6.3.12.	Bilimsellik	T.7.3.12.	Bilimsellik	T.8.3.15.	Bilimsellik
	T.5.3.14.	Bilimsellik	T.6.3.13.	Bilimsellik	T.7.3.13.	Bilimsellik	T.8.3.16.	Bilimsellik
	T.5.3.15.	Bilimsellik	T.6.3.14.	Estetik	T.7.3.16.	Bilimsellik	T.8.3.17.	Bilimsellik
	T.5.3.16.	Bilimsellik	T.6.3.18.	Bilimsellik	T.7.3.17.	Bilimsellik	T.8.3.18.	Bilimsellik
	T.5.3.18.	Bilimsellik	T.6.3.19.	Bilimsellik	T.7.3.18.	Bilimsellik	T.8.3.19.	Bilimsellik
T.5.3.19.	Bilimsellik	T.6.3.20.	Bilimsellik	T.7.3.19.	Bilimsellik	T.8.3.20.	Bilimsellik	
T.5.3.20.	Bilimsellik	T.6.3.21.	Bilimsellik	T.7.3.20.	Bilimsellik	T.8.3.21.	Bilimsellik	
T.5.3.22.	Bilimsellik	T.6.3.22.	Bilimsellik	T.7.3.21.	Bilimsellik	T.8.3.22.	Bilimsellik	

	T.5.3.24.	Bilimsellik	T.6.3.23.	Bilimsellik	T.7.3.22.	Bilimsellik	T.8.3.23.	Bilimsellik
	T.5.3.25.	Bilimsellik	T.6.3.24.	Bilimsellik	T.7.3.23.	Bilimsellik	T.8.3.24.	Bilimsellik
	T.5.3.26.	Bilimsellik	T.6.3.25.	Bilimsellik	T.7.3.24.	Bilimsellik	T.8.3.25.	Bilimsellik
	T.5.3.27.	Bilimsellik	T.6.3.26.	Bilimsellik	T.7.3.25.	Bilimsellik	T.8.3.26.	Bilimsellik
	T.5.3.28.	Bilimsellik	T.6.3.27.	Bilimsellik	T.7.3.26.	Bilimsellik	T.8.3.27.	Bilimsellik
	T.5.3.29.	Bilimsellik	T.6.3.28.	Bilimsellik	T.7.3.28.	Bilimsellik	T.8.3.29.	Bilimsellik
	T.5.3.30.	Bilimsellik	T.6.3.29.	Bilimsellik	T.7.3.29.	Bilimsellik	T.8.3.30.	Bilimsellik
	T.5.3.32.	Estetik	T.6.3.30.	Bilimsellik	T.7.3.30.	Bilimsellik	T.8.3.31.	Bilimsellik
	T.5.3.33.	Bilimsellik	T.6.3.32.	Bilimsellik	T.7.3.31.	Bilimsellik	T.8.3.32.	Bilimsellik
	T.5.3.34.	Bilimsellik	T.6.3.33.	Bilimsellik	T.7.3.32.	Bilimsellik	T.8.3.33.	Bilimsellik
			T.6.3.34.	Bilimsellik	T.7.3.33.	Bilimsellik	T.8.3.34.	Bilimsellik
			T.6.3.35.	Bilimsellik	T.7.3.34.	Bilimsellik	T.8.3.35.	Bilimsellik
					T.7.3.35.	Bilimsellik		
					T.7.3.36.	Bilimsellik		
				T.7.3.37.	Bilimsellik			
YAZMA	T.5.4.1.	Estetik	T.6.4.1.	Estetik	T.7.4.1.	Estetik	T.8.4.1.	Estetik
	T.5.4.2.	Bilimsellik	T.6.4.2.	Bilimsellik	T.7.4.2.	Bilimsellik	T.8.4.2.	Bilimsellik
	T.5.4.3.	Estetik	T.6.4.3.	Estetik	T.7.4.3.	Estetik	T.8.4.3.	Estetik
	T.5.4.4.	Bilimsellik	T.6.4.4.	Bilimsellik	T.7.4.4.	Bilimsellik	T.8.4.4.	Bilimsellik
	T.5.4.5.	Bilimsellik	T.6.4.5.	Bilimsellik	T.7.4.5.	Bilimsellik	T.8.4.5.	Bilimsellik
	T.5.4.6.	Bilimsellik	T.6.4.6.	Bilimsellik	T.7.4.6.	Bilimsellik	T.8.4.6.	Bilimsellik
	T.5.4.7.	Estetik	T.6.4.7.	Estetik	T.7.4.7.	Estetik	T.8.4.7.	Estetik
	T.5.4.11.	Bilimsellik	T.6.4.8.	Bilimsellik	T.7.4.8.	Estetik	T.8.4.8.	Estetik
	T.5.4.12.	Duyarlılık	T.6.4.9.	Bilimsellik	T.7.4.9.	Duyarlılık	T.8.4.10.	Duyarlılık
	T.5.4.13.	Bilimsellik	T.6.4.12.	Duyarlılık	T.7.4.10.	Bilimsellik	T.8.4.11.	Bilimsellik
	T.5.4.14.	Estetik	T.6.4.13.	Bilimsellik	T.7.4.11.	Estetik	T.8.4.12.	Estetik
	T.5.4.15.	Bilimsellik	T.6.4.14.	Estetik	T.7.4.12.	Bilimsellik	T.8.4.13.	Bilimsellik
	T.5.4.16.	Bilimsellik			T.7.4.13.	Bilimsellik	T.8.4.14.	Bilimsellik
					T.7.4.14.	Bilimsellik	T.8.4.15.	Bilimsellik
				T.7.4.15.	Bilimsellik	T.8.4.18.	Bilimsellik	

Tablo 1 incelendiğinde ortaokul düzeyindeki kazanımlara ilişkin veriler dört temel beceri çerçevesinde hangi değere karşılık geldiği incelenmiştir. Kazanımların genel olarak

bilimsellik, estetik ve duyarlılık değerlerine karşılık geldiği tespit edilmiştir. Bilimsellik değerine karşılık gelen 174 kazanım, estetik değerine karşılık gelen 30 kazanım ve duyarlılık değerine karşılık gelen 7 kazanımın olduğu saptanmıştır. Sınıf olarak incelendiğinde ise 5. sınıf kazanımlarından 46'sı, 6. sınıf kazanımlarından 50'si, 7. sınıf kazanımlarından 59'u ve 8. sınıf kazanımlarından 56'sı farklı değerlere karşılık geldiği belirlenmiştir.

3. SONUÇLAR VE DEĞERLENDİRME

Bu çalışmanın amacı 2019 Türkçe dersi öğretim programında yer alan ortaokul düzeylerindeki kazanımların değerler eğitime uygunluğunun ne düzeyde olduğunu tespit etmektir. Programda yer alan “adil olma, aile birliğine önem verme, bağımsızlık, barış, bilimsellik, çalışkanlık, duyarlılık, dürüstlük, estetik, hoşgörü, misafirperverlik, özgürlük, sağlıklı olmaya önem verme, saygı, sevgi, sorumluluk, temizlik, vatanseverlik ve yardımseverlik” değerleri kazanım boyutunda incelenerek programda en çok hangi değerlere yer verildiği belirlenmeye çalışılmıştır.

2019 Türkçe dersi öğretim programı incelenmiş, bu bağlam doğrultusunda yalnızca üç adet değere ulaşıldığı görülmüştür. Değerler, kazanımlara dönük incelendiğinde en çok kullanılan değer bilimsellik, ardından estetik, en son ise duyarlılık olduğu saptanmıştır. Programda belirtilen “adil olma, aile birliğine önem verme, bağımsızlık, barış, çalışkanlık, dürüstlük, hoşgörü, misafirperverlik, özgürlük, sağlıklı olmaya önem verme, saygı, sevgi, sorumluluk, temizlik, vatanseverlik ve yardımseverlik” değerlerine yer verilmediği belirlenmiştir. Değerler, dört temel beceri bağlamında incelendiğinde ise dinleme/izleme kazanımlarında 19 kazanımın bilimsellik, 4 kazanımın estetik; konuşma kazanımlarında 13 kazanımın bilimsellik, 3 kazanımın duyarlılık; okuma kazanımlarında 109 kazanımın bilimsellik, 8 kazanımın estetik; yazma kazanımlarında 33 kazanımın bilimsellik, 4 kazanımın duyarlılık, 18 kazanımın estetik değerlerinde olduğu tespit edilmiştir. Sonuç olarak 2019 Türkçe dersi öğretim programında bilimsellik değeri üzerinde çok durulduğu saptanmıştır. Bu konudaki öneriler araştırmacı tarafından şu şekilde belirlenmiştir:

- Programdaki kazanımlar belirlenen tüm değerlere yer verilerek hazırlanmalıdır.
- Araştırmacılar diğer öğretim programlarına dönük çalışmalar yapmalıdır.
- Değerler, programda yer verilen kazanımlara eşit derecede dağıtılmalıdır.
- Öğretmen ve aileler değerler eğitimi konusunda bilinçlenmeli ve hem formal hem de informal eğitim kapsamında çocukların eğitimlerinin bu doğrultuda gerçekleşmesi sağlanmalıdır.

KAYNAKÇA

- Veugelers, W., Difference Ways of Teaching Values. *Education Review*, 52, 37-38, 2000.
- Bahar, H. İ., *Sosyoloji. Uluslararası Stratejik Araştırmalar Kurumu Yayınları*, Ankara, 2008.
- İşcan, C. D., *Değerler Eğitiminde Temel Kavramlar*. P. Ünüvar & A. F. Ersoy (Ed). *Karakter ve Değerler Eğitimi*, Anı Yayıncılık, Ankara, 2019.
- Türk Dil Kurumu, *Türkçe Sözlük* (11. Baskı), (Haz. Şükrü Halûk Akalın vd.). Türk Dil Kurumu Yayınları. Ankara, 2011.

Ulusoy, K., Değer Eğitimi: Davranışçı ve Yapılandırmacı Yaklaşımına Göre Hazırlanan Tarih Programlarında Değer Aktarımı. Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt 12, Sayı 1, 32-51, 2010.

Milli Eğitim Bakanlığı, Türkçe dersi öğretim programı (ilkokul ve ortaokul 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 ve 8. sınıflar). Millî Eğitim Bakanlığı, 2019.

TÜRKÇE DERSİ ÖĞRETİM PROGRAMINDA YER ALAN KAZANIMLARIN 3. SINIF DÜZEYİNDE REVİZE EDİLMİŞ BLOOM TAKSONOMİSİNE GÖRE İNCELENMESİ

Ayhan DÖNMEZ

Dokuz Eylül Üniversitesi, - 0000-0003-1499-319X

ÖZET

Bu araştırmanın amacı ilköğretim 3. sınıf düzeyine göre belirlenen Türkçe dersine yönelik kazanımların revize edilmiş Bloom taksonomisine göre incelemektir. Revize edilmiş Bloom taksonomisi, güncelliğini yitirmiş ilk taksonomiye göre daha güncel bir oluşuma sahiptir. İlk taksonomide yer alan bilgi, kavrama, uygulama, analiz, sentez ve değerlendirme basamakları yerine hatırlama, anlama, uygulama, çözümlenme, değerlendirme ve yaratma basamaklarının yer aldığı bu taksonomide hiyerarşik öğrenme alanı yerini esnek bir yapıya bırakmıştır. Anderson ve arkadaşları tarafından 2001 yılında revize edilen Bloom taksonomisi alan yazında sıklıkla çalışmalara dahil edilen bir araştırma alanı olarak kendini göstermiştir. Bu çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden doküman incelemesi tekniği kullanılarak kazanımlar, taksonomik basamaklar doğrultusunda incelenmiştir. İlköğretim 3. sınıf dinleme düzeyindeki kazanımlar incelendiğinde 13 kazanımın 8'i anlama, 2'si uygulama, 2'si çözümlenme ve 1'i değerlendirme; konuşma düzeyindeki kazanımlar incelendiğinde 6 kazanımın 1'i anlama, 1'i hatırlama, 3'ü uygulama ve 1'i çözümlenme; okuma düzeyindeki kazanımlar incelendiğinde 28 kazanımın 17'si anlama, 3'ü hatırlama, 4'ü uygulama, 3'ü çözümlenme ve 1'i yaratma; yazma düzeyindeki kazanımlar incelendiğinde ise 17 kazanımın 1'i anlama, 10'u uygulama ve 5'i yaratma basamağına ait olduğu tespit edilmiştir. Konuşma düzeyinde geriye kalan 1 kazanımın ise herhangi bir basamakta yer almadığı yapılan araştırma sonucu belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Yenilenmiş Bloom Taksonomisi, Türkçe eğitimi, öğretim programı

INVESTIGATION OF THE OUTCOMES AT THE LEVEL OF 5-8TH GRADE IN THE 2019 TURKISH LESSON TEACHING PROGRAM IN TERMS OF SUITABILITY TO VALUES EDUCATION

ABSTRACT

The aim of this research is to examine the achievements of the Turkish lesson determined according to the 2nd grade level of primary education according to the revised Bloom taxonomy. The revised Bloom taxonomy has a more up-to-date formation than the first outdated taxonomy. In this taxonomy, where the steps of remembering, understanding, applying, analyzing, evaluating and creating are included instead of the steps of knowledge, comprehension, application, analysis, synthesis and evaluation in the first taxonomy, the hierarchical learning area has left its place to a flexible structure. Bloom's taxonomy, which was revised by Anderson et al. in 2001, has emerged as a research area that is frequently

included in studies in the literature. In this research, the acquisitions were examined in line with taxonomic steps by using the document analysis technique, one of the qualitative research methods. When the acquisitions at the 3rd grade listening level of primary education are examined, 8 of the 13 acquisitions are understanding, 2 are application, 2 are analysis and 1 are evaluation; When the acquisitions at the speaking level are examined, 1 of the 6 acquisitions is understanding, 1 is remembering, 3 is application and 1 is analysis; When the acquisitions at the reading level are examined, 17 of the 28 acquisitions are understanding, 3 are remembering, 4 are application, 3 are analyzing and 1 are creating; When the acquisitions at the writing level were examined, it was determined that 17 acquisitions belonged to 1 of the stages of understanding, 10 of them to application and 5 of them to creation. It has been determined as a result of the research that the remaining 1 acquisition at the speaking level is not included in any step.

Key Words : Revised Bloom's Taxonomy, Turkish education, curriculum

1. GİRİŞ

Öğrencilerin eğitim-öğretim süreci sonunda elde etmesi beklenen bilgi, beceri ve tutumların tümüne kazanım denir. MEB (2019) ilköğretim Türkçe dersi öğretim programında 3. sınıfta öğrenim gören öğrenciler için dört temel beceriye ait toplamda 64 adet kazanım belirlemiştir. Bu kazanımlar Bloom'un yenilenmiş taksonomisine göre incelendiğinde hepsinin aynı bilişsel düzeye hitap etmediği ve farklı boyutlarda olduğu anlaşılmaktadır. Bloom taksonomisinin revize edilmiş hali Anderson ve arkadaşları (2010) tarafından yayınlanmıştır. Bloom taksonomisinin tekrardan düzenlenmesinin nedenleri arasında her öğrenme alanını kapsayamaması (Hanna, 2007), özgün Bloom taksonomisindeki katı bir aşama sırasının oluşu (Seddon, 1978), sentez basamağının en üst düzey basamak olarak kabul edilmesi (Furst, 1994) gösterilebilir.

Revize edilmiş Bloom taksonomisinde bilişsel boyutlar 6 basamakta incelenmektedir. Bunlar hiyerarşik olarak sıralandığında hatırlama, anlama, uygulama, çözümlleme, değerlendirme ve yaratma basamaklarıdır. Bu basamaklar Anderson ve arkadaşları (2010) tarafından kısaca şu şekilde açıklanabilir:

- Hatırlama Basamağı: Bilginin uzun süreli hafızadan kısa süreli hafızaya geri getirme işlemini kapsar.
- Anlama Basamağı: Öğretimsel amaçla hazırlanmış bir iletiden sözel, yazılı veya görsel bir anlam oluşturma sürecini kapsar.
- Uygulama Basamağı: Yürütme ve gerçekleştirme ile ortaya çıkan bir durumda işlemi uygulama sürecidir.
- Çözümlleme Basamağı: Materyalin farklı bütünsel ilişkilerini ortaya çıkararak irdeleme üzerine uygulanan işlemlerdir.
- Değerlendirme Basamağı: Belli standartlara dayanarak yargıya ulaşma işlemidir.
- Yaratma Basamağı: Yeni bir örüntü ya da yapı kapsamında düzenleme, oluşturma ya da bir araya getirme sürecidir.

Bu araştırmanın amacı Türkçe dersi öğretim programında yer alan 3.sınıf kazanımlarının yeniden düzenlenmiş Bloom taksonomisine göre incelemek ve tasnif etmektir.

2. DENEYSEL ÇALIŞMALAR (veya UYGULAMALAR)

2.1. Yöntem

Bu araştırmada doğası gereği nitel araştırma yönteminden faydalanılmıştır. Doküman incelemesi tekniği kullanılarak Türkçe dersi 3. sınıf kazanımları taksonomik açıdan incelenmiştir.

2.2. Bulgular

Araştırmaya ait bulgular Çizelge 1 ile aşağıda gösterilmiştir.

Çizelge 1. Yenilenmiş Bloom Taksonomisine Göre İlköğretim 3. Sınıf Dinleme Kazanımlarının Bilişsel Boyutları

Kazanım	Bilişsel Boyut
Görselden/görsellerden hareketle dinleyeceği/izleyeceği metnin konusunu tahmin eder.	Anlama
Dinlediklerinde /izlediklerinde geçen olayların gelişimi ve sonucu hakkında tahminde bulunur.	Anlama
Dinlediği/izlediği metni ana hatlarıyla anlatır.	Anlama
Dinlediklerinin/izlediklerinin konusunu belirler.	Anlama
Dinlediklerine/izlediklerine yönelik sorulara cevap verir.	Anlama
Dinlediklerine/izlediklerine farklı başlıklar önerir.	Değerlendirme
Sözlü yönergeleri uygular.	Uygulama
Dinleme stratejilerini uygular.	Uygulama
Konuşmacının sözlü olmayan mesajlarını kavrar.	Anlama
Dinlediklerinde/izlediklerinde geçen, bilmediği kelimelerin anlamını tahmin eder.	Anlama
Dinlediklerinin/izlediklerinin ana fikrini/ana duygusunu belirler.	Çözümleme
Dinlediği/izlediği hikâye edici metinleri canlandırır.	Anlama
Dinledikleri/izledikleri ile ilgili görüşlerini ifade eder.	Çözümleme

Çizelge 1’de 13 dinleme kazanımının mevcut olduğu anlaşılmış, bunlardan 8’inin anlama, 2’sinin uygulama, 2’sinin çözümleme ve 1’inin değerlendirme boyutlarında yer aldığı tespit edilmiştir.

Çizelge 2. Yenilenmiş Bloom Taksonomisine Göre İlköğretim 3. Sınıf Konuşma Kazanımlarının Bilişsel Boyutları

Kazanım	Bilişsel Boyut
Kelimeleri anlamlarına uygun kullanır.	Uygulama
Hazırlıksız konuşmalar yapar.	Hatırlama

Çerçevesi belirli bir konu hakkında konuşur.	Uygulama
Konuşma stratejilerini uygular.	Uygulama
Sınıf içindeki tartışma ve konuşmalara katılır.	Çözümleme
Konuşmalarında yabancı dillerden alınmış, dilimize henüz yerleşmemiş kelimelerin Türkçelerini kullanır.	Anlama

Çizelge 2’de 6 konuşma kazanımının mevcut olduğu anlaşılmış, bunlardan 1’inin hatırlama, 1’inin anlama, 3’ünün uygulama ve 1’inin çözümleme boyutlarında yer aldığı tespit edilmiştir.

Çizelge 3. Yenilenmiş Bloom Taksonomisine Göre İlköğretim 3. Sınıf Okuma Kazanımlarının Bilişsel Boyutları

Kazanım	Bilişsel Boyut
Okuma materyallerindeki temel bölümleri tanır.	Hatırlama
Noktalama işaretlerine dikkat ederek okur.	Uygulama
Vurgu, tonlama ve telaffuza dikkat ederek okur.	Uygulama
Şiir okur.	Hatırlama
Farklı yazı karakterleri ile yazılmış yazıları okur.	Uygulama
Okuma stratejilerini uygular.	Uygulama
Görselden/görsellerden hareketle bilmediği kelimeleri ve anlamlarını tahmin eder.	Anlama
Kelimelerin zıt anlamlılarını tahmin eder.	Anlama
Kelimelerin eş anlamlılarını tahmin eder.	Anlama
Eş sesli kelimelerin anlamlarını ayırt eder.	Çözümleme
Görsellerle ilgili soruları cevaplar.	Anlama
Görsellerden hareketle okuyacağı metnin konusunu tahmin eder.	Anlama
Okuduklarını ana hatlarıyla anlatır.	Anlama
Okuduğu metnin konusunu belirler.	Anlama
Metnin ana fikri/ana duygusunu belirler.	Anlama
Okuduğu metinle ilgili soruları cevaplar.	Anlama
Metinle ilgili sorular sorar.	Anlama
Okuduğu metnin içeriğine uygun başlık/başlıklar belirler.	Yaratma
Metin türlerini ayırt eder.	Çözümleme
Metinleri oluşturan öğeleri tanır.	Hatırlama

Okuduğu metindeki hikâye unsurlarını belirler.	Anlama
Yazılı yönergeleri kavrar.	Anlama
Şekil, sembol ve işaretlerin anlamlarını kavrar.	Anlama
Kısa ve basit dijital metinlerdeki mesajı kavrar.	Anlama
Metindeki gerçek ve hayalî öğeleri ayırt eder.	Çözümleme
Okudukları ile ilgili çıkarımlar yapar.	Anlama
Görsellerle okuduğu metnin içeriğini ilişkilendirir.	Anlama
Tablo ve grafiklerde yer alan bilgilere ilişkin soruları cevaplar.	Anlama

Çizelge 3'te 28 okuma kazanımının mevcut olduğu anlaşılmış, bunlardan 3'ünün hatırlama, 17'sinin anlama, 4'ünün uygulama ve 3'ünün çözümleme boyutlarında yer aldığı tespit edilmiştir.

Çizelge 4. Yenilenmiş Bloom Taksonomisine Göre İlköğretim 3. Sınıf Yazma Kazanımlarının Bilişsel Boyutları

Kazanım	Bilişsel Boyut
Şiir yazar.	Yaratma
Kısa metinler yazar.	Yaratma
Kısa yönergeler yazar.	Yaratma
Formları yönergelerine uygun doldurur.	Uygulama
Yazdıklarının içeriğine uygun başlık belirler.	Yaratma
Büyük harf ve noktalama işaretlerini uygun yerlerde kullanır.	Uygulama
Yazdıklarını düzenler.	Uygulama
Yazdıklarını paylaşır.	-
Yazma stratejilerini uygular.	Uygulama
Yazdıklarında yabancı dillerden alınmış, dilimize henüz yerleşmemiş kelimelerin Türkçelerini kullanır.	Anlama
Harflerin yapısal özelliklerine uygun kısa metinler yazar.	Uygulama
Harflerin yapısal özelliklerine uygun kelime ve cümleler yazar.	Uygulama
Harfleri yapısal özelliklerine uygun yazar.	Uygulama
Görsellerdeki olayları ilişkilendirerek yazı yazar.	Uygulama
Yazdıklarını zenginleştirmek için çizim ve görseller kullanır.	Uygulama
Yazılarında eş sesli kelimeleri anlamlarına uygun kullanır.	Uygulama
Hikâye edici metin yazar.	Yaratma

Çizelge 4'te 17 yazma kazanımının mevcut olduğu anlaşılmış, bunlardan 1'inin anlama, 10'unun uygulama ve 5'inin yaratma boyutlarında yer aldığı tespit edilerek "Yazdıklarını paylaşıyor." kazanımının hiçbir boyuta dahil edilemeyeceği sonucuna ulaşılmıştır.

3. SONUÇLAR VE DEĞERLENDİRME

Bu çalışmanın sonucunda MEB (2019) tarafından belirlenen kazanımlar taksonomik açıdan incelendiğinde %79,36'sının alt düzey, %20,64'ü üst düzey bilişsel basamaklara yönelik olduğu görülmektedir. Öğretim programında belirlenen 64 kazanımdan 27'sinin anlama basamağında olduğu belirlenirken yalnızca 1'inin değerlendirme basamağında olduğu tespit edilmiştir. Çözümleme ve yaratma basamaklarına uygun kazanımlara eşit derecede yer verilirken alt düzey basamaklardan hatırlama boyutuna uygun yalnızca 4 adet kazanım mevcuttur. Basamaklara ilişkin bilgiler aşağıdaki çizelgede ayrıntılı bir biçimde verilmiştir.

Çizelge 5. Yenilenmiş Bloom Taksonomisine Göre İlköğretim 3. Sınıf Kazanımlarının Bilişsel Boyutları

Kazanım- Bilişsel Boyut	Hatırlama	Anlama	Uygulama	Çözümleme	Değerlendirme	Yaratma
Dinleme	-	8	2	2	1	-
Konuşma	1	1	3	1	-	-
Okuma	3	17	4	3	-	1
Yazma	-	1	10	-	-	5
TOPLAM	4	27	19	6	1	6

Bu çalışmaya ilişkin öneri olarak şunlar sunulabilir:

- Milli Eğitim Bakanlığı tarafından belirlenen ilköğretim Türkçe dersi öğretim programındaki 3. sınıfa ait kazanımlar üst düzey taksonomik basamaklara uygun olarak güncellenebilir.
- Bu çalışma araştırmacılar tarafından diğer disiplinleri kapsayan kazanımlara yönelik gerçekleştirilebilir.
- Her kazanım, öğrenme açısından bir taksonomiye karşılık gelebilir. Bu sebeple karşılığı bulunamayan kazanımlara yer verilmeyebilir.

KAYNAKÇA

Anderson, L. W., Krathwohl, D. R., (Eds.) Airasian, P. W., Cruikshank, K. A., Mayer, R. E., Pintrich, P. R., Raths, J. ve Wittrock, M. C., Öğrenme öğretim ve değerlendirme ile ilgili bir sınıflama (A taxonomy for learning, teaching, and assessing), (Çev: D. A. Özçelik), PegemA, Ankara, 2010.

Furst, E. J., Bloom's Taxonomy: Philosophical and Educational Issues. Bloom's Taxonomy: A forty-year Retrospective: Ninety-third yearbook of the National Society for the Study of Education, 28-40, 1994.

Hanna, W., The new Bloom's taxonomy: Implications for music education. Arts Education Policy Review, 108(4), 7-16, 2007.

Millî Eğitim Bakanlığı, Türkçe dersi öğretim programı (ilkokul ve ortaokul 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 ve 8. sınıflar). Millî Eğitim Bakanlığı, 2019.

Seddon, G. M., The properties of Bloom's taxonomy of educational objectives for the cognitive domain. Review of educational research, 48(2), 303-323, 1978.

PANDEMİ DÖNEMİNDE KÜLTÜR ÜRETİMİ VE MÜZELERİN DEĞİŞEN EĞİTSEL ROLÜ

Neslihan AVCI

Yüksek Lisans Öğrencisi, Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Eğitim Bilimleri
Enstitüsü,

Doç. Dr. Ezgi TOKDİL

Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, ORCID: 0000-0003-2701-0842,

ÖZET

Araştırmanın amacı, pandemi döneminin eğitime olan etkilerinin yanı sıra kültür üretimi ve kültür taşıyıcısı olarak müzelerin sergileme stratejilerinde yaşanan değişim, etkinlik gösterdikleri sanal platformlar, eğitsel açıdan pandemi sürecinde gerçekleştirdikleri etkinlikler ve pandemi döneminde kurulan online müze ve galerilerin tespit edilmesi, örnekleme alınan ulusal ve uluslararası ölçekte müzeler arasında bu incelemeler etkisinde anlamlı farklılıkların olup olmadığının belirlenmesidir. Araştırma kapsamında pandemi döneminin müzelerin sergileme stratejilerini nasıl değiştirdiği ve bu değişime ilişkin yurt içi ve yurt dışı müzeler arasında anlamlı farklılıklar olup olmadığı, müzelerin eğitsel rollerinin pandemi koşullarında neler olduğu ve bu misyonu nasıl sürdürdükleri, pandemi döneminde etkinlik gösteren dijital sanat platformlarının kullanım sıklıkları, müze ve galerilerin gerçekleştirdikleri etkinlikler, ülkelere göre dağılımı ve hedef kitleleri ile bunların yurt içi ve yurt dışı müzeler ölçeğinde farklılık gösterip göstermediği gibi sorularına cevap aranmaktadır.

Pandemi döneminde yaşanan kısıtlamaların ve kapanma koşullarının yarattığı bireysel ve toplumsal karamsarlık ortamının kitlesel olarak kültür-sanat etkinliklerine yönelimi arttırdığı görülmektedir. Bu kapsamda kültür taşıyıcısı olarak müzelerin eğitsel rollerinin pandemi dönemindeki düzeyinin Türkiye, Avrupa ve Amerika ölçeğinde tespit edilmesinin önemli olduğu düşünülmektedir. Araştırma kapsamında örnekleme alınan müzelerin gerçekleştirdikleri etkinlik türlerinin tespit edilmesi ve yurt içi- yurt dışı düzeyinde kıyaslama yapılarak analiz edilmesi müzelerin sürece uyum sağlama düzeylerinin tespit edilmesi açısından da önem teşkil etmektedir. Elde edilen veri yoluyla ulusal ve uluslararası düzeyde müzelerin etkinlik düzeyleri ve hazır bulunuşlukları konusunda bir genellemeye ulaşılmasının da alana katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Gerçekleştirilen araştırma alanyazın taraması ve betimsel içerik analizine dayalı nitel bir çalışmadır. Örnekleme alınan müze ve galeriler amaçlı eleman örnekleme yöntemi ile araştırmaya dahil edilip farklı değişkenler bakımından analiz edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Pandemi, Koronavirüs salgını, Müzelerin sergileme stratejileri, Eğitimde değişen yöntemler, Uzaktan eğitim süreci, Sanal sergiler, Sanal turlar

CULTURE PRODUCTION AND THE CHANGING EDUCATIONAL ROLE OF MUSEUMS DURING THE PANDEMIC PERIOD

ABSTRACT

The aim of the research is to determine the effects of the pandemic period on education, as well as the change in the exhibition strategies of museums as cultural production and culture carriers, the virtual platforms on which they operate, the activities they carry out during the pandemic

period in educational terms, and the detection of online museums and galleries established during the pandemic period, the sample taken on a national and international scale. The aim is to determine whether there are significant differences in the effect of these examinations among museums. Within the scope of the research, it is analyzed how the pandemic period changed the exhibition strategies of museums and whether there are significant differences between domestic and foreign museums regarding this change, what the educational roles of museums are under pandemic conditions and how they continue this mission. In addition, the frequency of use of digital art platforms active during the pandemic period, the activities carried out by museums and galleries, their distribution by country and their target audiences, and whether these differ between domestic and international museums are determined.

It is seen that the environment of individual and social pessimism created by the restrictions and closure conditions during the pandemic period has increased the mass tendency towards cultural and artistic events. In this context, it is thought that it is important to determine the level of the educational roles of museums as culture carriers during the pandemic period on the scale of Turkey, Europe and America. Determining the types of activities carried out by the museums sampled within the scope of the research and analyzing them by making comparisons at the domestic and international level is also important in determining the level of adaptation of the museums to the process. It is thought that reaching a generalization about the activity levels and readiness of museums at national and international levels through the data obtained will also contribute to the field. The research conducted is a qualitative study based on literature review and descriptive content analysis. The museums and galleries sampled were included in the research with the purposeful sampling method and analyzed in terms of different variables.

Keywords: Pandemic, Coronavirus epidemic, Exhibition strategies of museums, Changing methods in education, Distance education process, Virtual exhibitions, Virtual tours

GİRİŞ

Pandemi dönemi kültür üretimi ve kültür taşıyıcısı olarak müzelerin pandemi döneminde değişen sergileme stratejileri ile eğitsel rollerini tespit etmeyi amaçlayan araştırma tarama modelinde betimsel bir incelemedir. Bu kapsamda literatür taraması yapılarak konuya ilişkin ilgili yazılı ve görsel materyaller toplanmış, elde edilen dokümanlar gruplandırılmış ve araştırma kapsamında ilgili veri analiz edilerek kültürün üretim sürecinde yaşanan farklılaşma ve kültürün aktarım boyutunda yaşanan değişen stratejiler tanımlanmıştır. Araştırmanın ikinci aşamasında örnekleme alınan yurt içi ve yurt dışı müzelerin pandemi dönemindeki eğitsel etkinlikleri, etkinlik gösterdikleri dijital platformlar, paylaşım yapılan sosyal medya hesapları, sergileme stratejilerindeki değişim ve sürece uyum sağlama düzeyleri ile hazır bulunuşluklarının tespit edilmesi amaçlanmıştır. Bu kapsamda elde edilen verilerin yorumlanmasında nitel araştırma yöntemlerinden yorumlama (hermeneutic) ve durum çalışması (case study) modelleri kullanılmıştır.

Araştırmanın çalışma grubunu, Türkiye, ABD, Fransa, İtalya ve Hollanda'da fiziki olarak yer alan ve pandemi döneminde sanal platformlardan etkinlik gösteren toplam 19 müze oluşturmaktadır. Yurt içi örnekleme alınan müzeler; Sakıp Sabancı Müzesi, İstanbul Modern Sanat Müzesi, İstanbul Grafik Sanatlar Müzesi (IMOGA), Pera Müzesi, Arter Çağdaş Sanat

Müzesi, Doğançay Müzesi ve Zeugma Müzesi olmak üzere toplam 7 müzedir. Araştırmannın yurt dışı müze örneklemini; Los Angeles Museum of Art (LACMA), Louvre Museum, The Metropolitan Museum of Art, The Uffizi Gallery, The Museum of Modern Art (MoMA), Rijksmuseum, Saachi Gallery, National Gallery of Art, Solomon R. Guggenheim Museum, Hasting Contemporary Museum, Van Gogh Museum, Smithsonian Museum olmak üzere toplam 12 müze oluşturmaktadır. Örnekleme alınan müzelerin tespit edilmesinde amaçlı eleman örnekleme yöntemi kullanılmış ve Türkiye, Avrupa ve ABD ölçeğinde seçilen müzelerin niceliksel olarak yakın dağılıma sahip olması temel ölçüt olarak belirlenmiştir.

1. Pandemi Döneminde Müzelerin Dijitalleşme Süreci ve Sergileme Stratejilerinde Yaşanan Değişim

Pandemi sürecinde getirilen yasaklar ve kısıtlamalarla birlikte müzeler de olumsuz etkilenmiş, toplu alanların kullanımına getirilen yasaklarla “çeşitli kurum ve kuruluşlar” dijital ortamdaki etkinliklere daha fazla ağırlık vermişlerdir. Teknolojinin eskisine oranla çok daha yaygın olarak kullanıldığı bu dönemde söz konusu kurumlar arasından müze ve galeriler sanal etkinliklere ağırlık vererek uygulamalarını dijital platformlar üzerinden yürütme ve böylelikle birer etkileşim ortamı yaratarak kültürel yapıyı ayakta tutma gibi bir işlev üstlenmişlerdir (Erkmen, Kılıç ve Kutsal, 2020: 272-273). Bu süreçte var olan internet siteleri yenilenip güncellenirken, Instagram, Twitter, Facebook gibi sosyal medya hesapları daha aktif paylaşım yapılan alanlar haline gelmiştir. Alan uzmanları tarafından gerçekleştirilen konferanslar, söyleşiler ve online çalıştayların sayısı artmış, kapanma koşullarında yürütülen sergiler ve konserler kapanma koşullarının psikolojik etkilerini azaltmak adına önemli bir rol üstlenmiştir.

Sanal müze ve galerilerin pandemi öncesinde teknolojinin yaşamın içine entegre edilmesiyle hızla artmasına rağmen, kapanma koşullarında sosyal etkinliklerin ve etkileşimin azalmasıyla söz konusu sanal platformlar daha da yaygınlaşmıştır (Ortaç, 2021: 46-50). Gerek sosyal medya platformlarından etkinlik gösteren gerek kendi internet sitelerinden online sergilere yer veren kurumlar gerekse yeni kurulan sanal galeriler, bir taraftan toplumsal iletişimin ve kültürel etkileşimin sürekliliğini sağlarken, diğer taraftan sosyal medya yoluyla hedef kitleyi ve mevcut ziyaretçi sayılarını da arttırmıştır. Dolayısıyla Akyol’un da tanımladığı gibi; yurt dışı ve yurt içi birçok müze sanal gezilerle birlikte seyirciyle buluşmuş, sanal müzelerin dünya üzerinde bir tıkla her yere 7/24 ulaşabilmenin verdiği kolaylık, kalabalık ortamlarda bulunmayı sevmeyen insanlar ve pandemi sürecinde evde kendilerine aktivite arayan insanlar için uygun bir platform haline gelmiştir (2020: 77). Bütün bu nedenlerle ve toplumsal koşulların etkisiyle sanal müzelerin kullanımı artışa geçmiş bu dönemde Türkiye’deki müze sayısı 33’e ulaşmıştır (Erkmen, Kılıç ve Kutsal, 2020: 272-273).

Bu kapsamda araştırmada pandemi döneminde etkinlik gösteren sanal müze ve sanal galerilerin hangi platformları daha sık kullandıkları, hangi etkinlik türlerine yöneldikleri, olumsuz koşulların nasıl üstesinden geldikleri, dijital sergileme yöntemleri, sanal etkileşimi ve sosyal paylaşımı nasıl sağladıkları yurt içi (Türkiye) ve yurt dışı (Avrupa ve Amerika) düzeyde etkinlik gösteren örnekleme alınan müze ve galeriler üzerinden analiz edilmektedir. Bununla birlikte pandemi döneminde kurulan sanal müze ve galerilerin yanında bu dönemde gerçekleştirilen sergi, bienal, fuar ve projelerin neler olduğu ve gerçekleşme koşulları ile sürecin olumlu-

olumsuz etkileri de pandeminin kültür alanına yansımaları konusunda bilgi veren önemli bir unsurdur.

2. Yurt İçinde Etkinlik Gösteren Müzeler ve Pandemi Dönemi Kültür Aktiviteleri

Bu bölümde Türkiye ölçeğinde pandemi öncesi kurulan ancak pandemi döneminde etkinliklerini online platformlarda sürdüren/sürdürmek durumunda kalan müze ve galeriler örnekleme alınarak incelenmekte, bu kapsamda pandemi koşullarında kültür taşıyıcılığı rolünü üstlenen müzelerin gerçekleştirdiği eğitsel etkinlikler, kullandıkları dijital sergileme yöntemleri, izleyiciyle etkileşim kurdukları sanal platformlar gibi unsurlar analiz edilmektedir. Araştırmanın yurt içi müze örneklemini Sakıp Sabancı Müzesi, İstanbul Modern Sanat Müzesi, İstanbul Grafik Sanatlar Müzesi (İMOGA), Pera Müzesi, Doğançay Müzesi, Arter Çağdaş Sanat Müzesi, Zeugma Müzesi oluşturmaktadır.

Sakıp Sabancı Müzesi: Pandemi öncesinde en erken dijitalleşme sürecine giren yurt içi müzelerden birinin Sakıp Sabancı Müzesi olduğu bilinmektedir. 2013 yılında müzedeki eserler dijital ortamdan “Dijital SSM” adıyla ulaşılabilir hale gelmiş, bu sayede eser koleksiyonlarına arşivden erişim imkânı sağlanmıştır. Sakıp Sabancı Müzesi’nin sanal tur gezilerine kendi internet sayfalarından ulaşılmaktadır (Görsel 1).



Görsel 1. Sakıp Sabancı Müzesi, Sanal Tur Ekran Görüntüsü

Bilici’nin aktardığı gibi müzenin sanal sergilerinde (2016); “artırılmış gerçeklik teknolojisi vasıtasıyla eserler animasyonlarla zenginleştirilmiştir ve eserler hakkında daha detaylı bilgiler veren artırılmış gerçeklik öğeleri oluşturulmuştur. Dokunulması mümkün olmayan tarihi kitapların sayfaları, dijitalleştirilerek ziyaretçilerin erişimlerine sunulmuştur”. Sakıp Sabancı Müzesi pandemi sürecinde Twitter, Facebook, YouTube ve Instagram gibi sosyal medya hesaplarını aktif bir şekilde kullanan müzeler arasındadır. Pandemi sürecinde bu yolla takipçileriyle etkileşimde kalmış ve pandemi öncesi devam eden etkinlikleri bu mecralarla sürdürmeyi başarmıştır. Bir taraftan çocuklara yönelik farklı yaş gruplarına özel çevrimiçi eğitsel atölyeler düzenlenirken, diğer yandan yetişkinlere özel öğrenme programları da çevrimiçi ortamda devam etmiş ve kültür-sanatla ilgili konferans, söyleşi ve atölye çalışmaları gerçekleştirilmiştir.

Sakıp Sabancı Müzesi pandemi programında çocuklara yönelik farklı sanatçıların hikayelerinin seslendirildiği online etkinlikler ve “Kolaj Tekniği ile Çılgın Maskeler” ya da “Karışmış Hayvanlar” gibi eğitsel oyunlara sıklıkla yer verilmiş, farklı sanatçı eserlerinin boyanması ve paylaşılmasına yönelik teşvik edici paylaşımlar yapılmıştır. Yine yetişkinlere yönelik pandemi öncesinde devam eden “Müzedeki Yoga” etkinlikleri pandemi sürecinde “Yoga Şimdi Evde” adı altında düzenlenerek haftanın belirli günleri canlı yayımla bu etkinliklerin sürdürülmesi sağlanmıştır. Bununla birlikte belirtildiği gibi Sakıp Sabancı Müzesi, koronavirüs pandemi sürecinde sosyal medyayı en aktif kullanan müzeler arasında yer almaktadır. Çocuklara ve yetişkinliklere yönelik gerçekleştirilen etkinliklerin çıktılarının ve ürün görsellerinin paylaşılması ve böylelikle kapanma koşullarında sosyalleşmenin sanal ortamda da olsa sağlanması adına #SSMher yerde etiketi ile takipçilerin paylaşım yapmasını sağlamaya yönelik teşvik edici paylaşımlarda bulunmuştur. “Pandemi sürecinde en aktif olduğu sosyal medya uygulaması olan Instagram üzerinden duyurular, gönderiler, anketler ve etkinlikler paylaşan müzenin 17 Mart 2020 tarihinde takipçi sayısı 177.476 iken 28 Mayıs 2020 tarihinde 182.587’ye ulaşmış, 25 Mayıs 2020 tarihinde ise 188.300’e çıkmıştır” (Erkmen, Kılıç ve Kutsal, 2020: 283). 2 Haziran 2023 tarihinde ise güncel sayı 203 bin kişidir.

Sakıp Sabancı Müzesi çalışanı Hüma Arslaner (2021), müzedeki görev tanımı içinde geleneksel anlamdaki işlerin (koleksiyon yönetimi, eserlerin korunması, sergi koordinasyonu vb.) yanı sıra sergilerin tüm ziyaretçilere ulaşılabilir kılınmasının da amaçlandığını belirtmektedir (Öztürk ve Erol, 2022: 470). Bununla birlikte pandemi sonrasında fiziki ortamda gerçekleştirilen ilk sergiler arasında; “aslında dijital sanat, füzen sanatı, karakalem sanatı, yağlıboya sanatı diye bir şey yok. Sadece sanat var” diyen David Hockney’in pandemi döneminde ve kapanma koşullarında dijital ortamda yapmış olduğu eserlerden oluşan “David Hockney: Baharın Gelişi, Normandiya, 2020” sergisinin gelmesi de araştırma kapsamında anlamlıdır.

İstanbul Modern Sanat Müzesi: 16 Mart 2020 itibarıyla sosyal medya aracılığıyla müzenin geçici bir süreliğine koronavirüs için alınan tedbirler kapsamında kapalı olacağını duyuran ve bu süreçte dijital ortamda etkinliklerini sürdürmeye yönelik önemli adımlar atan Türkiye’deki önemli müzeler arasındadır. Pandemi sürecinde müzenin kapanmasıyla birlikte #İstanbulModernEvde etiketiyle sosyal medya hesaplarından güncel eserler paylaşılmaya devam etmiş, pandemi öncesi var olan sergi, eğitim programları ve etkinlikleri pandemi sürecinde dijital ortamdaki sürdürmeyi başarmışlardır. İstanbul Modern Sanat Müzesi’nin kendi internet sitesinden sanal tur gezilerine kolaylıkla ulaşım sağlanmaktadır (Görsel 2).



Görsel 2. İstanbul Modern Sanat Müzesi Sanal Tur Ekran Görüntüsü

Müze aynı zamanda 2011 yılında açmış olduğu YouTube kanalından pandemi sürecinde söyleşiler düzenlemiş, haftanın yapıtı gibi içerik paylaşımları yapmış, yine çocuklara yönelik çevrimiçi etkinlikler gerçekleştirerek kapanmanın olumsuz koşullarını ve psikolojik etkilerini en aza indirmek adına önemli bir görev üstlenmiştir. “Atölye Modern Çevrimiçi Seminerleri” ve “Online Sinema Gösterimleri” gibi farklı alanlarda etkinliklere de bu süreçte yer veren müze “Pandemi Günlerinde Fotoğraf” gibi sergilere de internet sitesinden ev sahipliği yapmaya devam etmiştir. Söz konusu sergi kapsamında 43 sanatçının pandemi döneminde çekmiş oldukları fotoğraflara yer verilirken, çevrimiçi sergi kapsamında bu sanatçıların pandemi dönemi kültür üretimlerini anlatan metinler de yer almış ve izleyiciyle buluşmuştur.

Koronavirüs pandemisiyle kapanan müze, sosyal medya hesaplarını aktif kullanarak bu süreci en etkili şekilde atlatmıştır. “istanbulmodern” kullanıcı adlı instagram hesabında 361 bin güncel takipçi sayısına sahip olan müzenin Youtube kanalında ise 11,7 bin güncel abonesi bulunmaktadır. İstanbul Modern Sanat Müzesi pandemi süreci boyunca Twitter adresinden çevrimiçi eğitimler, çevrimiçi atölyeler, röportajlar, seminerler, sergi ve tüm diğer çevrimiçi etkinlikleri takipçileriyle paylaşmış, aynı zamanda eğitimler hakkında bilgilendirmeler de yapmıştır. Bununla birlikte İstanbul Modern Sanat Müzesi çalışanı Bora Ersezen (2021), kurum olarak ziyaretçi katılımını ve çeşitliliğini artırıp genişletmeyi önemsediklerini ifade etmiş, “farklı toplumsal gruplardan bireyleri programlara nasıl dahil edebiliriz? Farklı grupları müzeyle nasıl tanıştırebiliriz?” soruları üzerine sürekli düşündüklerini belirtmiştir (Öztürk ve Erol, 2022: 470).

İstanbul Grafik Sanatlar Müzesi (İMOGA): İncelenen diğer müzelerde olduğu gibi pandemi sürecinde Instagram, Facebook gibi sosyal medya hesaplarını aktif kullanan ve bu sayfalar yoluyla sosyal etkileşimi sürdürmeye yönelik bir amacı devam ettiren müzeler arasındadır. Sosyal medya üzerinden 17 Mart 2020 itibarıyla geçici bir süreliğine koronavirüs salgınının yayılmasını önlemek için kapatıldığı duyurulmuş, yine sosyal medya hesaplarından arşiv fotoğraf ve güncel eserler hakkında bilgi verilmeye ve paylaşım yapılmaya devam edilmiştir. Güncel sitesinde eğitim ve etkinlikler hakkında bilgiler bulunmaktadır. Sitenin 3D sanal tur gezisi yine kendi internet sitelerinden erişilebilir durumdadır (Görsel 3).



Görsel 3. İstanbul Modern Grafik Sanatlar Müzesi (İMOGA), 3D Sanal Tur

Bununla birlikte İMOGA, sanat kanalı kurma girişiminde bulunan ilk müzedir. İnternet tabanlı bir TV kanalı olan *ImogaChannel*, 2005'ten bu yana içerik üretmektedir. Birçok sanat alanını kapsayan programlar yapmış ve pandemi sürecinde de arşivden video ve programları yayınlanmaya devam ederek online ortamda da olsa kültürel ve sosyal etkileşimi sürdürmek adına önemli bir görev üstlenmiştir. Müzenin instagram hesabına, “imogaartspace” kullanıcı ismiyle erişim sağlanmaktadır (İMOGA, 2023).

Pera Müzesi: Örneklemeye alınan diğer müzeler gibi koronavirüs pandemi süreci boyunca sosyal medya hesaplarını aktif kullanan müzeler arasında yer almaktadır. Instagram, Twitter, YouTube gibi dijital platformlardan pandemi boyunca güncel içerikler, arşiv video-fotoğraflar, geçmiş etkinlikler paylaşılmıştır. 16 Mart 2020 tarihinde Instagram hesabından geçici bir süreliğine koronavirüs salgınının yayılma riskini önlemek için kapatıldıklarını duyurulmuş, geçmiş sergilerdeki eserlere, sanatçılarla röportajlara, eserlerin yapım aşamalarından görüntülere kadar her türlü dijital arşive online ulaşılacak bir site tasarımı geliştirilmiştir.



Görsel 4. Pera Müzesi, “Kesişen Dünyalar: Elçiler ve Ressamlar” Sergisi, Google Arts & Culture Ekran Görüntüsü

Müzenin bu dönemde gerçekleştirdiği etkinlikler arasında çocuklara yönelik video içerikleri çekimi ve online sergiler, belgesel ve kısa film gösterimleri yer almıştır. “Ayrıca bu dönem içinde pek çok serginin kataloğu çevrimiçi okunabilir veya indirilebilir formatta sanatseverlerle paylaşılmıştır” (Erkmen, Kılıç ve Kutsal, 2020: 281). Bununla birlikte geçmiş öğrenme

programları müzenin kendi sitesinin dijital arşivinde halen bulunmaktadır. Pera Müzesi Çalışanı İrmak Wöber (2021), kurumun izleyici geliştirme politikalarını “var olan katılımcıların korunması ve ziyaret sebeplerinin artırılması ile yeni ziyaretçilerin fiziksel ve dijital olarak müzenin etkinliklerinden haberdar edilmesi” olarak özetlemiş (Öztürk ve Erol, 2022: 471), bu misyon pandemi koşullarında da sürdürülmüştür.

Sanal sergiler ve etkinliklerin yanında internet sitesi üzerinden sanatçı söyleşileri ve küratör makalelerine de yer veren müzenin bu kapsamda 13 Nisan 2020 tarihinde yayınladığı Ulya Soley’e ait “Salgın ve Sanat: Sanal Müze Pratikleri” isimli makale de özellikle dikkat çekicidir. Küresel olarak aniden maruz kalınan söz konusu salgının “alışkanlıklar üzerine düşünmeye” ve “parçası olunan sistemlerin dönüşümünün farkına varmaya” neden olduğu belirtilen yazıda pandemi koşullarında müze ve galerin sergileme stratejilerinden bahsedilmiş, sanal müze kavramı açıklanmış ve Pera Müzesi koleksiyonunun sanal müze kapsamında nasıl gezilebileceğinin bilgisi yanında tüm dünyadan sanal müze teknolojilerine sahip farklı müzelerden örnekler verilmiştir. Soley’in de aktardığı gibi (2020) bu dönemde müzenin “Kahve Molası”, “İmparatorluktan Portreler” ve “Düşlerin Kenti: İstanbul” gibi koleksiyon sergileri sanal ortama taşınarak 3D olarak ziyarete açılmış, bunun yanında “Duvarların Dili: Grafiti/Sokak Sanatı” gibi geçmiş sergilerinden bazıları Google Arts & Culture üzerinden paylaşılmıştır. Aynı dijital platform üzerinden üç boyutlu olarak erişilebilen bir diğer sergi de müzenin ikinci katında kalıcı olarak sergilenen “Kesişen Dünyalar: Elçiler ve Ressamlar” sergisi (Görsel 4) olmuştur (Soley, 2020).

Arter Çağdaş Sanat Müzesi: Pandemi boyunca sergi ve etkinliklerini dijital platformlarda düzenlemeye devam eden müzeler arasındadır. Sosyal medya hesaplarından 13 Mart 2020 tarihinde geçici bir süreliğine koronavirüs salgınının yayılması riskine karşı kapatılacağını duyuran müze, hemen ardından yapılan paylaşımlarda geçmiş sergilere ait çoklu fotoğraflar paylaşmış, Spotify üzerinden yayınlanan sanatçı konuşmaları ve eser anlatımları hakkında bilgi vermiştir. Koleksiyonundaki eserlerin bir kısmını dijital ortama aktaran müze bu dönemde ziyaret edilebilen dijital sergilere de çevrimiçi tur rehberleri eklemiştir. “Hareket Atölyeleri” ve “Çağdaş Sanat Seminerleri” de çevrimiçi olarak devam eden etkinlikler arasındadır (Erkmen, Kılıç ve Kutsal, 2020: 278). Bu süreçte Sena Başöz tarafından verilen dört haftalık “Çağdaş Sanat: Giriş – Gelişme – Süreç” semineri de çevrimiçi olarak 12 Mayıs-2 Haziran 2020 tarihleri arasında gerçekleşmiştir (Arter, 2020). Bunun yanında pandemi döneminde Google Arts & Culture üzerinden “Altan Gürman: Türkiye Çağdaş Sanatında Bir Öncü” başlıklı güncel sergisini izleyicisiyle buluştururken, aynı zaman da “Çağdaş Sanat”, “Performans Sanatı”, “Fluxus”, “Kavramsal Sanat” gibi güncel sergilerden de görseller paylaşmaya devam etmiştir. Pandemi süreci boyunca etkinliklerini sürdüren Arter Çağdaş Sanat Müzesi geçmiş konserleri, konuşmaları, etkinlik, performans ve küratörlüğünü Nazlı Gürlek’in üstlendiği “CANAN: Kaf Dağının Ardında” sergisini dijital ortama aktararak izleyicisiyle iletişimde kalmayı başarmıştır.

Yine bu süreç içerisinde #EvdenAnlat, #EvdeÇal gibi etiketlerle birlikte sosyal medyayı etkin biçimde kullanmış kendi koleksiyonunda bulunan video ve seçkileri de belirli aralıklarla izleyicisiyle buluşturmuştur. Arter’in 15 Nisan-15 Mayıs 2020 tarihleri arasında gerçekleştirdiği “#evdeçal: Arter Koleksiyonundan Bir Seçki” isimli çevrimiçi video sergisi pandemi döneminde farklı müze ve galerilerin gerçekleştirdikleri yaratıcı çözümler ve üretken bakış

açıları arasında yer almaktadır. “Ses ve müzikle bağ kuran” sekiz ayrı videodan oluşan sergi “sesin fiziksel kısıtların ötesine geçerek iletişim kurma, görünür kılma, yer değiştirme ya da karşı koyma imkânlarını hatırlatır” ve sanata her koşulda erişimin mümkün olabileceğini, fiziksel engellerin sese olduğu kadar kültürel etkileşime de engel olamayacağını altını çizer (Arter, 2020).

Doğançay Müzesi: Türkiye’nin ilk çağdaş sanat müzesi olan ve İstanbul/ Beyoğlu’nda bulunan Doğançay Müzesi 2004 yılında kurulmuş, 2005’ten bu yana 1500 okuldan, 8-14 yaş aralığındaki öğrencinin katıldığı resim yarışmaları düzenlemiştir. Kazanan öğrenciler 2006’da Paris 2007’de Londra gibi yurt dışı gezileriyle ödüllendirilmiştir. Pandemi sürecinde kendi kurumsal internet sitesiyle birlikte Instagram, Facebook gibi sosyal medya hesaplarını aktif bir şekilde kullanan müze bunun yanı sıra Youtube kanalı açarak Doğançay Müzesiyle ilgili tanıtım videosu ve söyleşiler yayınlamıştır. Fakat YouTube kanalının diğer dijital platformlar kadar ilgi görmediği bilinmektedir (Erkmen, Kılıç ve Kutsal, 2020: 279). Pandemi döneminde de resim yarışmalarına devam eden müze bu süreçte Instagram hesabını aktif kullanan müzeler arasındadır ve belirli aralıklarla yaptıkları paylaşımlarda kültür ve sanata ilişkin kısa tanımlamalar, koleksiyon sergilerinden görsellere yer verilmiş ve online etkinlikler gerçekleştirilmiştir.

Gaziantep Zeugma Müzesi: Pandemi sürecinde 75 gün kapalı kalan Türkiye’deki önemli müzeler arasındadır. Turizm için çok büyük öneme sahip olan Zeugma Müzesi, örnekleme alınan diğer müzelerin aksine sosyal medya hesaplarını aktif kullanmamış, pandemi döneminde Instagram adresinden sayılı gönderi paylaşmıştır. Ancak hali hazırda aktif olan sanalmuze.gov.tr adresinden 3 boyutlu olarak ziyaret olanağına sahip olan (Görsel 5) müze kapsamında yer alan çocuk sanat atölyesi de 3D şekilde sanal tur gezisine dahil edilmiştir (Güneş, 2020). Müzenin çevrimiçi olarak izlenebilen birinci ve ikinci katındaki salonlarda Zeugma Antik Kenti’nden bulunan önemli buluntular sergilenmekte ve ayrıca çok büyük bir mozaik koleksiyonuna da ev sahipliği yapmaktadır; “toplamda 2 bin 500 metrekarelik bir alan kaplayan ve bu dönemde sanatın ulaştığı zirve noktasının örneklerini meydana getiren mozaiklerin haricinde, yine Roma Dönemi’ne ait heykeller, sütunlar ve çeşmeleri de müzede görmek mümkündür” (KültürPortalı, 2023).



Görsel 5. Zeugma Müzesi 3D sanal Tur ekran görüntüsü

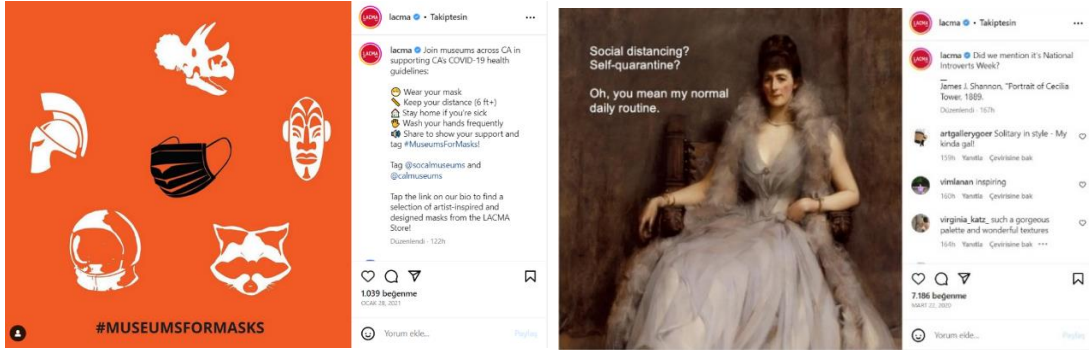
Türkiye’deki örnekleme alınan müzeler genel olarak değerlendirildiğinde, pandemi döneminde hemen hepsinin kapanmak durumunda kalmasına karşın sergileme stratejilerini değiştirerek

teknoloji tabanlı yeni platformlardan izleyici ile buluşmaya devam ettiği görülmektedir. Örnekleme alınan müzeler arasında kendi internet sitesine sahip olmayan tek müze Kültür Bakanlığı'na bağlı olması nedeniyle Zeugma Müzesi'dir ancak o da sanal müze platformu üzerinden ziyaretçi ile buluşmaya devam etmiştir. Bu müzelerin bir kısmı sosyal medya hesaplarını aktif kullanırken, bir kısmı kendi internet siteleri üzerinden etkinliklerini sürdürmüştür. Bazı müzelerin Google Arts & Culture gibi mevcut platformlar üzerinden sergiler düzenledikleri, bazılarının mevcut koleksiyonlarını kendi geliştirdikleri çevrimiçi ortamlara taşıdıkları görülmektedir. Örnekleme alınan müzeler arasından Arter Çağdaş Sanat Müzesi'nin #evdeçal etkinliği, çağdaş sanat seminerleri, hareket atölyesi; Sakıp Sabancı Müzesi'nin Yoga Şimdi Evde gibi çevrimiçi etkinlikleri, İstanbul Modern Sanatlar Müzesi'nin çevrimiçi seminerleri, online sinema gösterimleri ve pandemi günlerinde fotoğraf sergileri, Doğançay Müzesi'nin resim yarışmaları bu dönemde kültür-sanat etkinliklerinin yanında eğitsel aktivitelerin de fiziki ortamda gerçekleşemese de sanal ortamda ve dijital platformlarda sürdürüldüğünün önemli göstergelerindedir.

3. Yurt Dışında Etkinlik Gösteren Müzeler ve Pandemi Dönemi Kültür Aktiviteleri

Araştırmanın bu bölümünde Avrupa ve Amerika'dan örnekleme alınan müzeler üzerinden pandemi dönemi etkinlikleri, izleyici ile buluştukları dijital platformlar, açılan sanal sergiler, sergileme teknolojileri ve gerçekleştirilen eğitsel etkinlikler ile kültürel etkileşim ve paylaşım adına yürütmüş oldukları faaliyetler analiz edilmektedir. Bu kapsamda araştırmanın yurt dışı müze örneklemini Los Angeles Museum of Art (LACMA), Louvre Museum, The Uffizi Gallery, The Museum of Modern Art (MoMA), Rijksmuseum, Saatchi Gallery, Washington National Gallery of Art, Solomon R. Guggenheim Museum, Hastin Contemporary Museum, Van Gogh Museum ve Smithsonian National Museum of Natural History oluşturmaktadır.

The Los Angeles County Museum of Art (LACMA): Kampüsünde farklı sergileme alanları, müze binaları, kalıcı ve geçici sergilere ev sahipliği yapan galeriler, kütüphane ve arşiv binalarından oluşan Amerika Birleşik Devletleri'nin Los Angeles eyaletinde yer alan en büyük sanat müzelerinden biridir. Bölgesel, ulusal ve küresel ortamlara sahip olan müze, farklı girişimlerle sanatçılar, tasarımcılar, dijital uzmanlar ve düşünce önderleriyle iş birlikleri yaparak sergilemenin yanında müzelerin eğitsel açıdan üstlendiği role önemli bir örnek teşkil etmektedir. LACMA'nın misyonu, farklı kültürler ve farklı dönemlere ait sanat eserlerini bir araya getirerek korumak, sergilemek, incelemek ve bu koleksiyonları eğitici, entelektüel, estetik ve kültürel deneyimlere dönüştürerek insanlarla buluşturmak şeklinde tanımlanmakta ve gerçekleştirmiş olduğu etkinlikler ile tarihsel geçmişi incelendiğinde bu rolü etkili bir biçimde üstlendiği görülmektedir (LACMA, 2023).



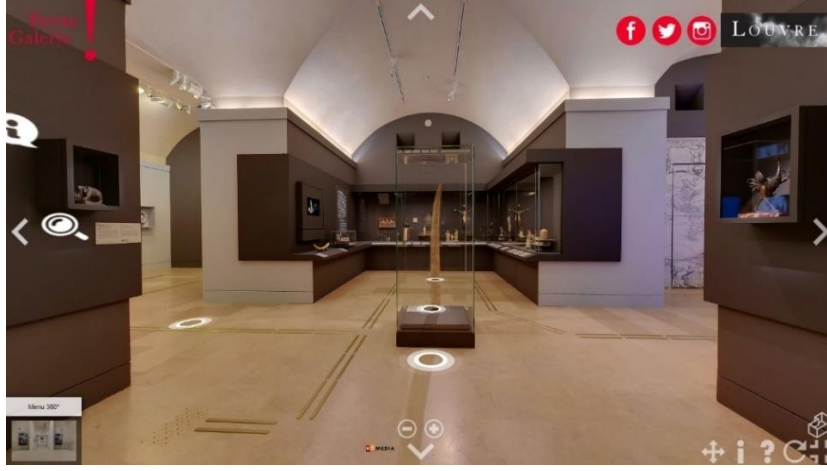
Görsel 6. LACMA Instagram sayfasından alınan ekran görüntüleri

Pandemi döneminde tüm dünyada olduğu gibi Amerika’da da müze ve galeriler kamu sağlığı nedeniyle kapılarını kapamak durumunda kalmış, LACMA da halkla olan diyalogunu sürdürmek için koleksiyonlarını çevrimiçi ortamlara taşımak ve dijital platformlardan etkileşim sağlamak gibi bir yol izlemiştir. Halihazırda var olan mevcut internet siteleri üzerinden eserlere ilişkin kalıcı bilgiler çevrimiçi okunabilir kaynaklara dönüştürülmüş, dijital arşivde var olmayan eserlerin bir kısmı da bu dönemde siteye yüklenmiştir (Vargas 2020). Eserlerin yanında müze kütüphanesi de sanal ortamda ziyarete açılmış, “collections” uzantısından müzede yer alan eserlerin dijital versiyonları ilgili veri tabanından ulaşılabilir hale gelmiştir. Wolstencroft’un da aktardığı gibi (2020); “basılı kaynaklara erişim olmasa da elektronik kaynaklar kullanılarak internet arşivinden gerekli bilgiler kullanma açılmıştır”. Müze internet arşivinden geçmiş sergilerin katalogları da bu dönemde erişime açılmış, 200’e yakın katalog ve ses kaydı (sesli sergi turları) online ortamda ziyaretçiyle buluşmuştur (Wolstencroft, 2020). Bunun yanında kurumsal internet sitesinden araştırma yazıları ve projelere ilişkin tanıtım içerikleri de yayınlayan müze, eğitimin sekteye uğradığı bir dönemde online ortamda da olsa müzelerin eğitsel misyonunu sürdürmek adına önemli bir rol üstlenmiştir.

LACMA pandemi döneminde online olarak gerçekleştirdiği sergilerin yanında farklı sanat kurumları ile iş birliği içinde yürüttüğü projelere de ev sahipliği yapmıştır. Bu projeler arasında Eylül 2020 yılında gerçekleştirilen *Fell for Everything* sergisi ArtCenter DTLA’nın Lisansüstü Sanat Programı öğrencilerinin LACMA koleksiyonundan seçtikleri bir çalışmadan esinlenerek ürettikleri işleri ve metinlerinden oluşmaktadır. Kurum internet sitesinde projeye ilgili bilginde; “12 mezundan her birinden müze koleksiyonundan bir nesne seçmeleri ve bunun kendi gelişmekte olan uygulamalarıyla ilişkisi üzerine düşünceleri istendi” bilgisi yer almış, seçilen eserler eski Mısır’dan Robert Rauschenberg’e kadar geniş bir yelpazeden oluşmuştur. Kurum (Art Center DTLA) bünyesindeki Açık Stüdyolar ve program öğrencilerinin tez gösterileri pandemi nedeniyle iptal edilmiş, ayrıca kurum bünyesinde yer alan galeride açılacak olan sergiler de ilerleyen bir tarihe ertelenmiştir (Thater, 2020). Bu kapsamda söz konusu sergi, pandemi koşulları ve belirsizlik ortamında öğrenciler için eğitimin sürdürülebilirliği ve kültürel etkileşimin psikososyal durum üzerindeki olumlu etkileri açısından önemli bir örnektir. Aynı zamanda Google Arts & Culture ile iş birliği içerisinde müzenin sanal tur görüntüleri erişime açılmıştır.

Pandemi sürecinde müzenin sosyal medya hesapları da aktif olarak kullanılmış, Instagram hesabından paylaşılan gönderilerle yaşanan toplumsal koşulların etkileri sanat yoluyla elimine

edilmeye çalışılmıştır (Görsel 6). LACMA Müzesi pandemi sürecindeki gönderilerinde hicivli anlatıma sahip olan görseller, farklı dönemlere ait sanat eserleri, çağdaş sanat örnekleri ve yeni medya çalışmaları gibi paylaşımlar yapmıştır. İncelenen diğer müzelerde olduğu gibi LACMA'nın da pandemi döneminde güncel takipçisi sayısında artış olduğu tespit edilmiştir.



Görsel 7. Louvre Müzesi Fransa/Paris sanal müze gezisi ekran görüntüsü

Louvre Museum (Paris): Dünyanın en büyük sanat müzelerinden biri olan Louvre Müzesi Fransa'nın başkenti Paris şehrinde bulunmaktadır. Covid-19 pandemisi boyunca sanal sergilere herkesin erişebilmesi için halka açık veri tabanı yapılması ve web sitesinin yeniden tasarlanması kararları alınmıştır. Kendi web sitelerinden sanal tur gezileri yapılmaktadır (Görsel 7). Müze pandemi sürecine 30. Yıldönümünü kutlayarak girmiştir, iddialı ve yenilikçi çalışmalarını sürdürmüş, zengin kültürel bir program kapsamında önemli sergiler gerçekleştirmiştir. Bu sergiler müzenin pandemi sürecinde düşen ziyaretçi sayısını önemli ölçüde arttırmıştır.

Pandemi sürecinde altı ay kapalı kalan müzenin ziyaretçi oranı 2019'a kıyasla 2020 yılında %72 azalmıştır. Müzenin internet sitesinden paylaşılan 2020 durum raporuna göre; pandemi nedeniyle yıl içerisinde yabancı ziyaretçi sayısında yaşanan düşüşe rağmen Fransız ziyaretçi sayısında yaşanan artış, kapanmanın ardından kısmi açılma dönemlerinde toplumsal olarak kültürel etkinliklere olan ihtiyaç ve açlığın da göstergesi şeklinde yorumlanabilir (Musée Du Louvre's Press Room, 2021).

Bununla birlikte sanal ziyaretler, canlı yayınlanan konferanslar, yeni ve ilginç podcast'ler vb. etkinlikler sayesinde sosyal ağlarda 9,3 milyon aboneye ulaşılmış, hastane ve cezaevlerine de programlar yapılmıştır. Aynı zamanda pandemi sürecinde müze alanlarında yenileme çalışmaları yapılmış, Instagram adresi "museelouvre" kullanıcı adıyla içerikler paylaşılmaya devam edilmiştir (Musée Du Louvre's Press Room, 2021). Bu dönemde Louvre Müzesi'nin sosyal etkileşimi sağlamak ve sanat yoluyla psikolojik sağaltımı sağlamak adına sosyal medya hesaplarından gerçekleştirmiş oldukları paylaşımlar arasında #MuseumFromHome etiketiyle müzede çekilen fotoğraflarınızı paylaşın çağrısı gelmektedir. Yine paylaşılan bazı gönderilerin altında müzenin açılışından sonra gelmek isteyen ziyaretçilere pandemi sürecindeki sosyal mesafe kuralları ve maske takma zorunluluğu konusunda bilgilendirme yapılmıştır. Pandemi sürecinde #LouvreAtFirstSight etiketli bir başka paylaşımında ise favori eserlerinizi paylaşın

çağırısı yapılmıştır. Bu süreç içerisinde Twitter hesabından da aktif paylaşımlar yapılmaya devam edilmiş ve güncel takipçi sayıları 1.584.165 kişiye ulaşmıştır. Louvre müzesinin YouTube kanalında ise 104 bin abonesi bulunmaktadır.

The Metropolitan Museum of Art (New York): ABD'nin New York eyaletinde bulunan önemli müzelerden biridir. Pandemi döneminde 13 Mart 2020 tarihinden itibaren yaklaşık 6 ay kapalı kalan müze bu süreçte farklı online sergiler, etkinlikler, söyleşiler ve festivaller düzenlemiş, sosyal medya hesaplarını aktif kullanırken, kurumsal internet sitelerinden çevrimiçi sergi ve sanal turlar düzenlemiştir. Müzenin bu dönemde gerçekleştirdiği etkinlikler arasında öne çıkanlardan ilki *Teens Take The Met* festivalidir. 2014 yılından itibaren yılda iki kez düzenlenen ve farklı etkinliklere ev sahipliği yapan *Teens Take The Met* festivali pandemi döneminde 29 Mayıs 2020 tarihinde çevrimiçi olarak gerçekleşmiş, çevrimiçi festival Twitter, Instagram, YouTube, Facebook gibi çeşitli sosyal medya platformlarından erişime açılmıştır. Sanat yapımı, şiir yazma, dans ve hareket atölyeleri gibi çeşitli etkinliklerin yanı sıra gençlere Covid-19 izolasyon sürecinde iletişim kurma ve etkileşim ortamı yaratma fırsatı da sunmuştur. Engelli ziyaretçilere yönelik erişim de sağlanmış, performanslar sergilenmiş, eğitimciler ve sanatçıların konuşmaları festivale dahil edilerek izolasyon koşullarında en etkili yöntemlerle müzenin eğitsel rolü yerine getirilmiştir. Festival kapsamında farklı müzelerle de iş birlikleri yapılmış, farklı platformlardan gerçekleştirilen ve festival programında ilan edilen etkinlikler arasında “El Museo del Barrio ile kolaj ve baskı resim”, “Eğitim Yoluyla Sanat ve Direniş (ARTE) ile dijital dergi yapımı ve COVID-19'un tutuklu gençler üzerindeki etkisi”, “Latimer Heights ile yapay zeka ve müzik prodüksiyonu”, “Museum of Chinese in America ile altı kelimelik anı kitabı” ve “Teens@Graham ile dans eğitimi” gibi etkinlikler öne çıkmaktadır (The Metropolitan Museum of Art, 2020). Bununla birlikte #MetAnywhere etiketiyle sosyal medya hesaplarından ve özellikle Instagram sayfalarından pandemi dönemi süresince farklı tarihsel dönemler ve kültürlere ait sanat eserlerinin paylaşımlarını yapmış, ara ara maske kullanımını hatırlatıcı yaratıcı görsellere yer vermiştir. Müzenin aynı zamanda Evde Sanat merkezi, MetPublications, Primers, videolar, 360 derecelik galeri turları ve eğitimler bulunmaktadır ve pandemi süresince müzenin sanal etkinlikler sayfası sürekli olarak güncellenerek küratörler, eğitimciler ve sanatçılarla canlı ve etkileşimli programlar, performanslar ve sohbetler gerçekleştirilmiş, kapanma koşullarında da kültürel etkinliklerin sürdürülmesi sağlanmıştır (The Metropolitan Museum of Art, 2020).

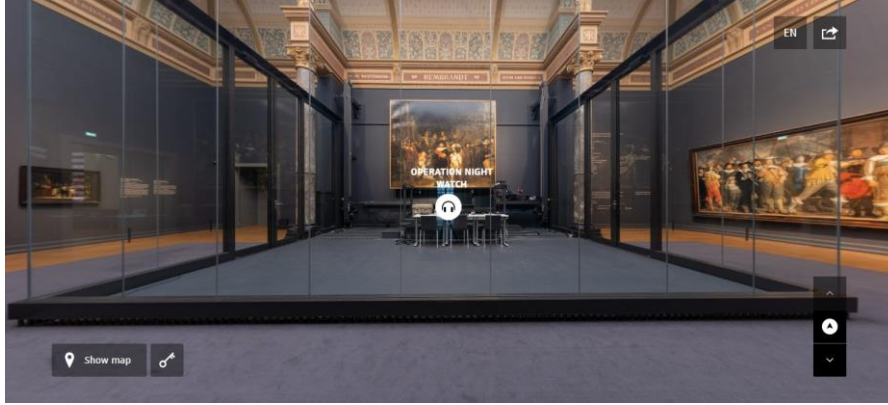
The Uffizi Gallery (Floransa): Avrupa'da hızla yayılan koronavirüs pandemisiyle birlikte, İtalya'nın tüm müze ve galerileri de ziyarete kapanmak durumunda kalmış, İtalya'nın en büyük eserlere sahip olan Uffizi Galerisi de pandemi süresince kapalı kalan müzeler arasında yer almıştır. Turizm açısından büyük bir öneme sahip olan Uffizi Galerisi kapanmayla birlikte çok büyük ziyaretçi kayıpları yaşamıştır. Ekonomik olarak da büyük sıkıntılar yaşayan Uffizi Galerisi diğer pek çok müze gibi sanal sergiler ve sosyal medya paylaşımları ile bu süreci etkileşimli etkinliklerle geçirme yoluna gitmiş, bununla birlikte galerinin bu süreçte NFT'ye dahil olması ve NFT üzerinden gelir elde etmeye başlaması birçok eleştiriyi de beraberinde getirmiştir. Aynı zamanda Google Arts & Culture ile iş birliği içerisinde sanal tur görüntüleri erişime açılmıştır. Pandemi sürecinde birçok (çoğu İngilizce alt yazılı) koleksiyon ve bireysel sanat eserleri video sanal turlar ile sosyal medya hesaplarından paylaşarak, müze küratörleri

ve uzmanlarından oluşan ekipler tarafından seslendirilmiş ve bu çevrimiçi videolar düzenli olarak sosyal medya hesaplarından paylaşılmıştır. Böylelikle “geleneksel bir müze olmaktan çıkıp sanal bir holding haline dönüşen” galeri, kapanma koşullarında sanat etkinliklerinin sürdürülmesine yönelik önemli bir görevi de yerine getirmiştir. Sanal turların hepsi ücretsiz bir şekilde erişime açılmış, video-sergiler için özellikle Facebook hesabı aktif olarak kullanılmış ve günlük olarak eklenen videolarla izleyici etkileşimi canlı tutulmaya çalışılmıştır. Müze yönetimi tarafından bu dönem aynı zamanda yılın ikinci yarısında açılacak olan süreli sergiler için de planlama yaparak geçmiş, üç ayrı geçici sergi açılmaya hazır hale getirilmiştir (Gordan, 2020).

The Museum of Modern Art (MoMA): Dünyadaki en önemli modern sanat müzelerinden olan The Museum of Modern Art (MoMA) ABD’nin New York eyaletinde bulunmaktadır. Tüm dünyadaki müze ve galerilerin hemen hemen hepsinde olduğu gibi MoMA da pandemi döneminde sosyal medya hesaplarını aktif bir şekilde kullanan müzeler arasındadır. Bu süreçte çevrimiçi galeri turları yayınlayan müze, aynı zamanda farklı sanatçılar ve küratörlerle seminerler ve söyleşiler gerçekleştirmiş, sosyal medya hesaplarından yaratıcı içerikler paylaşmıştır (Yanar ve Karadeniz, 2020, s.139). Bunun yanında MoMA, “20 Ways to Read During a Crisis” başlıklı bir yayın serisi ile pandemi döneminde kriz dönemlerinde tasarım anlayışı ve gelecekteki dünyaya ilişkin makalelere de kurumsal internet sitesinden yer vermiş, canlı yayınlar ve dijital/online performanslar gerçekleştirmiştir (MoMA, 2020).

MoMA pandemi koşullarında yaşanan kapanmanın ardından dijitalleştirilmiş kataloglar, müze arşivleri ve sergi koleksiyonlarının müze kütüphanesi elektronik kaynaklarından ve veri tabanlarından erişilebilir olacağını açıklamış, aynı zamanda kurumsal web sayfasında “ailelerin evde yapabileceği sanat yapma etkinlikleri” ve “evden öğretme ve öğrenme için sanat kaynakları” başlıklı eğitici içeriklere de yer vermiştir. Bununla birlikte müze tüm bu süreç içerisinde Instagram, Twitter, Facebook gibi sosyal medya hesaplarını aktif şekilde kullanmıştır (MoMA, 2020). Instagram hesaplarından 13 Mart 2020 de geçici bir süre kapalı kalacağını bildirmesinin hemen ardından paylaşılan çoğu gönderinin altına #MuseumFromHome etiketi kullanılarak paylaşımlar yapılmaya devam edilmiştir. Yine sosyal medya hesaplarından paylaşılan gönderilerin açıklama kısımlarında video hikayeleri, küratörlerle sohbetler, çalma listeleri, ev filmleri gibi içeriklerin kendi web sayfalarından erişilebileceği hakkında bilgilere de yer verilmiştir.

Rijksmuseum (Amsterdam): Sanat ve tarihe adanmış Avrupa’nın en büyük müzelerinden biri olan ve Hollanda’nın Amsterdam şehrinde bulunan Rijksmuseum, pandemi döneminde koleksiyonundan yaklaşık 250.000 eseri ücretsiz çevrimiçi görüntüleme ve indirme için kullanılabilir hale getiren müzeler arasındadır (Baratto, 2016).



Görsel 8. Rijksmuseum 3D Sanal Tur Ekran Görüntüsü

Rijksmuseum pandemi döneminde diğer pek çok müze stratejilerinde olduğu gibi sosyal medya hesaplarını aktif kullanan müzeler arasında yer almaktadır. Özellikle Instagram hesabından düzenli olarak paylaşımlar yapan müzenin öne çıkan temaları arasında #Rijksmuseumfromhome etiketiyle yaptıkları paylaşımlar gelmektedir. Bu başlık altında düzenli olarak yapmış oldukları paylaşımlarda farklı sanat eserleri ya da sanat dönemleri hakkında küratörler, sanat eğitimcileri ve sanat uzmanlarından oluşan farklı isimlerin söyleşileri ve kısa videoları izleyiciyle buluşmuştur. Bu çalışmalar işaret diliyle de özel olarak hazırlanmış ve paylaşılmıştır. Bununla birlikte müzenin “Grand Rijksmuseum Pub Quiz” oyunları çevrimiçi olarak yayınlamış, Rembrandt’ın *The Night Watch (Gece Devriyesi)* isimli eserinin bakım ve onarım çalışmaları müzenin kurumsal web sayfasından canlı yayın olarak paylaşılmıştır (Yanar ve Karadeniz, 2020: 120). Bunun yanı sıra #RijksmuseumUnlocked etiketiyle, çocuklar ve aileler için keşfedilecek çok şey var isimli bölümler yine sosyal medya hesaplarından düzenli olarak paylaşılarak yayımlanmıştır. Rijksmuseum’un pandemi sürecinde çevrimiçi etkinlikler, video paylaşımlar ve eğitsel aktiviteleri paylaştığı dijital platformlar arasında Instagram, Facebook sayfaları ve Youtube kanalı gelmektedir. Bunun yanı sıra belirtildiği gibi koleksiyonunun büyük bir çoğunluğuna 3D sanal tur (Görsel 8) ile erişme imkânı sunulmuş gerek kurumsal internet sitesi gerek sosyal medya platformları aracılığıyla müzelerin eğitsel işlevi ve misyonunu yerine getirmiştir (Yanar ve Karadeniz, 2020: 154).

Saatchi Gallery (İngiltere): 1985’te kurulduğu tarihten itibaren çağdaş sanat sergilerine yer veren Saatchi Gallery, İngiltere’nin başkenti Londra’da yer almaktadır. Pandemi döneminde gerek İngiltere’deki diğer müze ve galeriler gerekse tüm dünyadaki kurumlar gibi burası da belirli bir süreliğine kapanmak zorunda kalmış, bu süreçte çevrimiçi etkinlikler düzenleyerek ve sosyal medya hesaplarından paylaşımlar yaparak kapanma koşullarında sanat izleyicisi ile sanat eserini bir araya getirme gibi bir misyon üstlenmiştir. Bu süreçte sanat eserleri, sanatçılar ve sanat piyasası hakkında ücretsiz kaynaklar yayınlamaya bilginin serbest akışı, kullanımı ve yaygınlaşmasına katkıda bulunmuş, çevrimiçi gerçekleştirilen farklı programlar ile farklı yaş grupları ve dezavantajlı gruplar için online/dijital sanatla buluşma alanları yaratmıştır.

Bu kapsamda pandemiye yanıt olarak oluşturulan çevrimiçi “Arts in Health” programının bir parçası olarak gerçekleştirilen çevrimiçi sergiye hastane ortamından online olarak ve hasta başucu ekranlarından erişimin sağlanması teşvik edilmiş, yine aynı program kapsamında

müzik, sanat ve zanaat atölyeleri, film gösterimleri düzenlenmiştir. Hastane ortamlarını sanat ortamlarına dönüştürmek için 2.000’den fazla sanat eseri ve dijital enstalasyondan oluşan koleksiyon hazırlamıştır. Galerinin yine pandemi döneminde tasarladığı “Creative Collective” adlı bir diğer projede gençlere, İngiltere gündemine hâkim olan temaları yansıtan ses klipleri, kısa filmler, şiirler, resimler, çizimler, ifadeler veya dijital çalışmalar da dahil olmak üzere her türlü orijinal sanat eserini üretme görevi verilmiştir. “Covid, tecrit, okulların aksaması ve eşitlik gösterilerinin hepsinin öğrencilerin yaşamları ve duyguları üzerinde gerçek bir etkisi olduğunu” ve bunların çoğunun proje kapsamında üretilen sanat eserinde ifade edildiğini belirten Cllr Timothy Barnes, Creative Collective’in kuruluşunun altında yatan en önemli nedenin gençlerin yeteneklerinin sergilenmesi ve yaşanan olaylarla ilişkili bakış açılarının paylaşılması olduğunu belirtmiştir (Post, 2021).

Saatchi Gallery kapanmanın ardından Eylül 2020 tarihinde Londra’nın önde gelen güzel sanatlar eğitimi kurumlarından pandemi döneminde mezun olan öğrencilerin 200’den fazla eserinden oluşan London Grads Now isimli sergi ile yeniden kapılarını açmış, Mandy Franca’nın küratörlüğünü yaptığı sergiye Royal College of Art, UCL: Slade School of Art, Goldsmiths: University of London, UAL: Chelsea College of Arts, UAL: Wimbledon College of Arts, UAL: Camberwell College of Arts and UAL: Central Saint Martins gibi önde gelen okullardan mezun olmuş 150’den fazla öğrenci eseri ile katılma şansına sahip olmuştur (Artforum, 2020). Pandemi süreci boyunca sosyal medya hesaplarını aktif olarak kullanan galeriler arasında yer alan Saatchi Gallery’nin de Instagram hesabından canlı yayınlar yapılmış bu sayede müzeyi gezme ve sosyal etkileşimi canlı tutuma imkânı sunulmuştur. Bu canlı yayınlarda sanatçılar ve eğitmenler tarafından sanat tarihi ve eğitimler hakkında bilgiler paylaşılmıştır (Travel, 2021).

National Gallery of Art (Washington): 150.000’den fazla esere sahip bir koleksiyon, sergiler ve halka açık etkinliklerle bir eğitim ve kültür merkezi olarak National Gallery of Art ABD’nin Washington eyaletinde kurulmuş ulusal bir müzedir. Müzenin kurumsal internet sitelerinden yayınlamış oldukları pandemi dönemi sonrası yıllık raporlarında bu dönemde özellikle yabancı ziyaretçi sayılarında büyük düşüş yaşandığı belirtilmiş ancak bu sürecin kapanma sonrası dönemde müze stratejisini geliştirmek adına önemli olduğu ifade edilmiştir. Bu süreçte müzenin süreli sergilerinin ertelendiği ve yeniden planlandığı, mevcut sergilerin ise bitim tarihlerinin uzatıldığı, öte yandan daha önce olmadığı kadar dijitalleşmeye ağırlık verilerek kapanmanın ardından gelen süreçte ikinci dijital serginin de izleyiciyle buluştuğu tanımlanmıştır. Bununla birlikte pandemi nedeniyle müzenin öğrenme programlarının da çevrimiçi ortama taşındığı, bu süreçte 5.000’i öğrenciden oluşan yaklaşık 50.000’den fazla her yaş grubundan kişinin çevrimiçi konuşmalar, kurslar ve diğer öğrenme ortamlarında etkinlik gösterdikleri ve online platformlarda bir araya geldikleri duyurulmuştur.

Pandemi döneminde müzenin gerçekleştirdiği etkinlikler arasında Londra Filarmoni Orkestrası’nın müze içerisinde verdiği konser önemlidir. Karantina döneminde gerçekleştirilen konser canlı olarak yayınlanmış ve ziyaretçiler evlerinden yayına bağlanarak konseri anlık izleme şansına sahip olmuşlardır. Bunun yanında belirtildiği gibi koleksiyonunun büyük bir kısmını dijital ortama taşıyan müze bu süreçte dijitalleşmeye daha da ağırlık vermiş, 3D sanal tur erişime açılmış (Görsel 9), kurumsal internet sayfasının yanında sosyal medya da aktif

kullanılmıştır. Dolayısıyla yalnız artan içerik talebini değil, aynı zamanda pandeminin zorunlu olarak bıraktığı psikolojik etkileri azaltmak adına da farklı dijital hikâye anlatım formatları geliştirmiştir. Meditasyon videoları ve aileler için 'yap ve yarat' etkinlikleri gibi etkinlikler de gerçekleştiren müze, sosyal medya hesaplarından yapmış olduğu canlı yayınlarda sanat hakkında bilindik ya da tanınmamış isimlerle sohbetler gerçekleştirmiş, dijital etkinlik programları başlatmıştır. Müzenin bu dönemde dijital erişiminin yılda 400 milyondan fazla kişiye ulaştığı ve Youtube, Instagram, Facebook gibi platformlardaki ziyaretçi ve takipçi sayılarının iki katına çıktığına müze yıllık raporundan erişilebilmektedir.



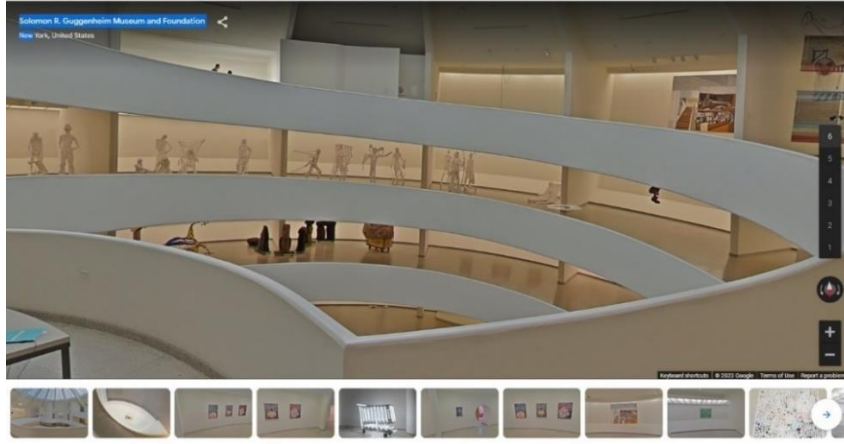
Görsel 9. National Gallery sanal tur ekran görüntüsü

Bunun yanında yeni müze deneyimleri için projeler yaratılmış, “Terracotta Vazodaki Çiçekler” isimli eser pandemi sürecinde turneye çıkartılmış ve gerek fiziksel gerek sanal ortamda ziyaretçi ile buluşmak adına farklı bir bakış açısı geliştirilmiştir. Öğrenme programlarının çevrimiçi ortama taşınmasıyla öğrenciler ve diğer meslek gruplarına mensup kişiler söz konusu eğitim içeriklerine, etkinliklere, canlı seminer ve sunumlara çevrimiçi erişim imkanına sahip olmuştur. National Gallery aynı zamanda çocuklarla filmlerdeki resimler hakkında konuştuğu çevrimiçi bir tur oluşturmuş ve kendi web sitesinden yayınlamıştır (National Gallery, 2021). Sosyal medya hesaplarını aktif bir şekilde kullanan National Gallery pandemi sürecinde de paylaşımlarına ara vermeden devam etmiş, yine #MuseumFromHome etiketiyle gönderi çağrıları yapılmıştır.

Solomon R. Guggenheim Museum (New York): Tasarımını mimar Frank Lloyd Wright’ın yapmış olduğu ABD’nin New York eyaletinde bulunan ve Solomon Guggenheim’in modern sanat koleksiyonunun sergilendiği müze 1959’da tamamlanmış ve ziyaretçi ile buluşmuştur. Teknolojik gelişmeler ve küreselleşmenin etkisiyle pandemi öncesinde dijitalleşmeye ağırlık veren müzeler arasında olan Guggenheim Müzesi, dünyadaki çoğu müzenin günümüzde deneyimlediği dijitalleşme ve sanallaşmayı 1991 gibi erken bir tarihte gerçekleştirebilmiş bir müzedir (Bianchini, 2019; Kıvılcım ve Çalışkan, 2022: 221).

Koronavirüs pandemisiyle birlikte var olan alt yapı geliştirilerek daha kapsamlı bir müze haline gelmiştir. Kültürel, sanatsal ve eğitim projelerinin geliştirilmesinde önemli katkıları olan Guggenheim müzesinin çoğu koleksiyonu kendi web sitelerinin arşivinde bulunmaktadır. 2020

yılında müze, koronavirüs sebebiyle kapandığında duyusal bir rehber yayınlanmış, “Guggenheim sesli rehberi” geliştirilmiş ve ziyaretçiler sanat eserlerini görmenin yanında “duymaya” teşvik edilmiştir. Projenin görme engelli bireyler içinde önemli avantajları olmuştur (Guggenheim, 2023). Proje kapsamında koleksiyondan bazı eserlerin yanı sıra *Countryside, The Future* sergisinin sesli rehberi Soundcloud platformu üzerinden ziyaretçiler için erişime açılmış ve sergi hakkında kapsamlı bilgiye erişim sağlanmıştır (Soley, 2020). Aynı zamanda Google Arts & Culture ile iş birliği yaparak 3D sanal tur gezileri de erişime açılmıştır (Görsel 22).



Görsel 10. Solomon R. Guggenheim Müzesi Amerika/New York Sanal Tur Ekran Görüntüsü

Re/Projections: Video, Fil, and Performance for the Rotunda gibi projeler de pandemi sürecinin hemen ardından tasarlanmış, proje kapsamında müzenin kalıcı koleksiyonundan videolar gösterilirken, devamında günümüz sanatının ilgi çeken üç sanatçısının müze mimarisine yaptıkları katkılar sergilenmiştir. Bununla birlikte yeni çevrimiçi öğrenme ortamları hakkında müzenin Okul Programları Direktörü Greer Kudon ile gerçekleştirilen *Inspiration at Home: A Guggenheim Educator on How Art Builds Society* isimli blog yazısı Mayıs 2020 yılında yayınlanmış ve bu süreçte müzenin çevrimiçi eğitimleri, dijital okul turları, mevcut modeller ve geliştirilmiş projeler hakkında açıklamalar yapılmıştır. Ücretli ve ücretsiz eğitim programları sunan çevrimiçi bir platform olan *Guggenheim at Large* aracılığıyla dijital içeriğe olan ilgi ve ziyaretin arttığı bilinmektedir. Ayrıca online koleksiyon, online sanal tur, online kurs ve blog yazıları müzenin web sitesinden pandemi boyunca erişime açık kalmıştır. Müzenin Instagram, Twitter gibi sosyal medya hesapları da pandemi sürecinde aktif olarak kullanılmıştır (Guggenheim, 2023).

Hasting Contemporary Museum (İngiltere): Doğu Sussex bölgesinde 2012 yılında Jerwood Galerisi olarak açılan Hasting Contemporary Museum modern ve çağdaş İngiliz sanatının korunması ve izleyici ile buluşmasında önemli rol oynayan İngiliz müzeleri arasındadır. Müze bünyesinde birçok yerel sanatçının yanı sıra uluslararası tanınan sanatçılar ve gelişmekte olan yeni sanatçılar için de süreli sergiler düzenlenmektedir. Pandemi döneminde tüm dünyadaki müzeler gibi Hasting Contemporary de kapanmak durumunda kalmış ve bu süreç dijital etkileşim adına önemli bir değişime neden olmuştur. Hasting Contemporary'nin öncesinde engelliler için geliştirdiği proje bu süreçte farklı bir stratejiye dönüşmüş ve geliştirilen

robotlarla gerçekleştirilen sanal tur sistemi pandemiyle birlikte herkesin kullanımına açık hale getirilmiştir. Telebulunuş (telepresence) robotları olarak adlandırılan robotlar engelli bireyler için tasarlanmış olsa da risk altında bulunan kişilere öncelik verilerek genel halkın kullanımına açılmış, kişinin bireysel isteklerine göre canlı gerçekleşen tur diğer müzelere göre daha yakın ve yaratıcı bir deneyim sunmuştur (Burgaz, 2020). Hastings Contemporary aynı zamanda pandemi sürecinde ve kapanma sonrasında *Project Art Works* kolektifi ile iş birliği içinde halka açık etkinlikler, film gösterimleri düzenlemiş, bu etkinlikler kendi web sayfasından çevrimiçi bir şekilde yapılmıştır.

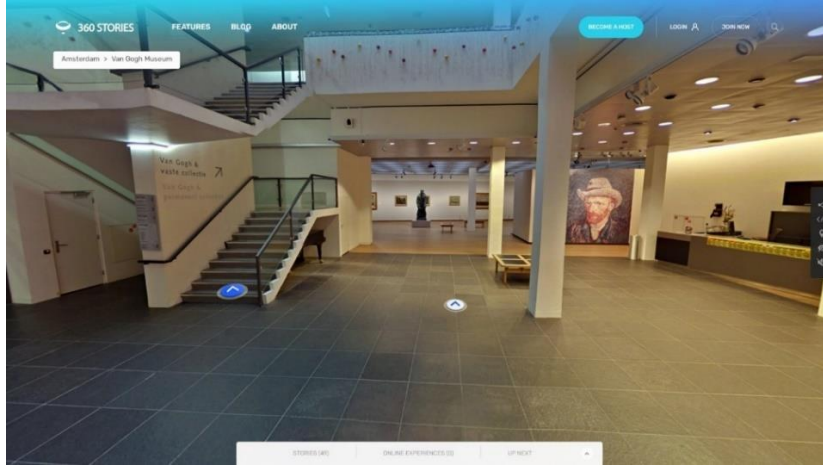


Görsel 11. Hastings Contemporary Sanal Tur

Van Gogh Museum (Hollanda): Ulusal bir müze niteliği taşıyan, Hollanda'nın başkenti Amsterdam'da bulunan Van Gogh Museum, Hollandalı ressam Van Gogh'un resim ve çizimlerinden oluşan dünyadaki en büyük koleksiyona sahiptir. Pandemi döneminde alınan kararlar ve kapanma ile birlikte diğer kurum ve kuruluşlar gibi Van Gogh Müzesi de geçici süreliğine kapatılmış, incelenen diğer müzeler gibi izleyici ile buluşma ve pandeminin psikolojik etkilerini sanat yoluyla azaltma amacıyla dijitalleşme stratejileri izlenmiştir. Van Gogh müzesi dijitalleşme sürecinde çoğu müzeden daha çok donanıma sahip bir müzedir; bunun sebebi Van Gogh Müzesinin sanat sever kitlesinin, kapasiteyi aşan bir abone kaydından oluşmasıdır. Müzeye giriş talebinin çok olmasından kaynaklı oluşturulan bekleme listesine göre hareket edilmektedir. Genel olarak bu kadar talep gören bir müzenin dönüşüm hunileri ve veri koruma politikaları zaten bulunmaktadır. Van Gogh müzesinin pandemi öncesi her şeyden habersiz başlattıkları proje üzerinde pandemiyle beraber değişiklikler yapılmış ve müze internet sitesinin sanal tur, sanal sergi platformu kısa bir süre içerisinde kullanıma açılmıştır. Yapılan web sitesi kullanıcıların daha akıcı bir deneyim yaşamasını sağlarken, çevrimiçi koleksiyonlara erişim kolaylaştırmıştır (Deakin, 2021).

Van Gogh Müzesi, çalışmalarının bir veri tabanını sunan Google Arts & Culture gibi sitelerin yanı sıra, kendi tarzında yapılmış tamamen boyanmış bir film olan *Loving Vincent* animasyonu da dahil olmak üzere çalışmalarını dijital çağa sokmak için birçok kişiye ilham kaynağı olmuştur. Müze ekibinin web site tasarımcıları tüm resimlerin dijital forma dönüştürülmesiyle birlikte sanatçıyı bir ölçüm aracı olarak kullanarak başyapıtlarının orijinal boyutunu göstermek için 'Vincent for Scale' adlı bir özellik geliştirmiştir. Ekip izleyiciye derinlemesine bir bakış

açısı sunabilmek için en küçük ayrıntıları yakınlaştırmayı sağlayan ultra çözünürlük sunan Micrio ile çalışmıştır (Watson, 2020).



Görsel 12. Van Gogh Müzesi Sanal Tur Ekran Görüntüsü

Bununla birlikte pandemi sürecinde Van Gogh Müzesi sosyal medya hesaplarını aktif bir şekilde kullanan müzeler arasında yer almış, bu dönemde Instagram “vangoghmuseum” kullanıcı adıyla her gün için bir gönderi paylaşmıştır. Pandemi sürecinde paylaşılan bazı gönderilerin altına #museumathome etiketi bulunmaktadır. Bazı gönderiler ise direk pandemiye gönderi yapmaktadır. Van Gogh Müzesinin Instagram sayfasında 2,4 milyon, Twitter sayfasında 1.674.234 güncel takipçisi ve Youtube kanalında ise 46,8 bin abonesi bulunmaktadır.

Smithsonian National Museum of Natural History: ABD'nin Washington eyaletinde bulunan bir doğa tarihi müzesidir. Müzenin güncel sanat sergileri arasında yeni hastalıkların ortaya çıkma riskini artıran faktörlerin araştırıldığı ve virüslerin hayvanlardan nasıl yayılabileceği ve küresel bir salgın haline gelebileceğinin anlaşılmasına çalışıldığı “Outbreaks in a Connected World” sergisi yer almaktadır. Sergi kapsamında insanlar, hayvanlar, bitkiler ve ortak çevreler arasındaki bağlantıyı keşfetmek için farklı programlar, eğitici etkinlikler düzenlenmiştir. Söz konusu sergiye ilişkin dijital arşiv kurumsal internet sitelerine henüz eklenmemiş olmasına karşın ebola, sars gibi yakın zamanda etkili olan diğer salgın hastalıklarla ilgili sanal sergiler müze arşivlerinde yer almaktadır. Kendi web sitesinde 3D sanal tur görüntüleri de erişime açılmıştır.

Pandemi döneminde “Covid-19 Pandemisini Bağlamsallaştırma” adı altında müze çalışanlarının katıldığı video seminerler gerçekleştirilmiştir. Pandemi uzmanı Dennis Carroll ile yapılan web semineri, "Covid-19'u Bağlamsallaştırma" serisinin ilk programı olarak 28 Nisan 2020'de yayınlanmıştır. Tıp tarihçisi Mark Honigsbaum ile yapılan seminer, serinin ikinci programı olarak 12 Mayıs 2020'de izleyici ile buluşmuştur. Videolar web sitesi arşivinde bulunmaktadır. Pandemi dönemi ve kapanma koşullarında sosyal medya hesaplarından da paylaşımlar yapan müze, Instagram'da “smithsonian” kullanıcı ismiyle pandemi sürecinde arşivinden ve güncel içerikli paylaşımlar yapmayı sürdürmüştür (Smithsonian National Museum of Natural History, 2023). Pandemi döneminde Instagram, Facebook, Twitter gibi sosyal medya hesaplarından eş zamanlı gönderiler paylaşmış, yine sosyal medya

hesaplarından 14 Mart 2020 tarihinde geçici süreliğine kapandığını duyuran Smithsonian Müzesi hemen ardından #MuseumFromHome etiketli gönderiler paylaşmıştır.

4. Pandemi Döneminde Etkinlik Gösteren Dijital Sanat Platformları

Google Arts & Culture: 2011 yılında Google tarafından kurulmuştur. Hiçbir kâr amacı gütmemesiyle birlikte uygulama tamamen ücretsiz ve herkesin erişimine açıktır. Uygulama tüm dünyadaki farklı müze ve galerilerin içeriklerine ve belirli sergilerine erişim imkanı sunmakla birlikte kültür, sanat ve sanat tarihi alanında geniş bir akademik literatürü de bünyesinde barındıran önemli bir sanal platformdur. Pandemi süreci ve dijitalleşen müzelerle birlikte kullanımı giderek yaygınlaşmıştır. Google Arts & Culture sayesinde tek bir uygulamadan müzelerin sanal tur gezilerine, tartışma platformlarında yer alan söyleşi, seminer gibi içeriklere katılmak mümkündür. Bununla birlikte müzelerin yükledikleri videolara, sanal sergilere bu platform üzerinden erişmek de giderek kolaylaşmış, herhangi bir müzenin herhangi bir sergisi ya da salonunu üç boyutlu olarak izleyebilme imkanı sağlanmıştır. Google Arts & Culture ve birçok ortak kuruluş sayesinde rehberli turlar, sesli rehberli turlar ve galeride rehberli video turları yapmak mümkün hale gelmiştir. Aynı zamanda öğrenci ve öğretmenler için de eğitsel içerikli videolar, “kendin yap” etkinlikleri bulunmaktadır. Uygulama olarak da indirilebilen bu platform içerisinde eğlenceli etkinliklerin yanında çeşitli eğitici oyunlar da yer almaktadır. Google Arts & Culture uygulamasının bir diğer özelliği ise bulunduğunuz konuma göre yakın çevredeki müze ve sergilerden haberdar olunabilmesidir (Sarıöz, 2018).

Pandemi sürecinde fiziksel kısıtlanmanın da etkisiyle sanal platformlara yönelik artan ilgi ve yönelimle sanal müze turlarına katılan müzelerin sayısı da uygulama üzerinde artış göstermiştir. Bazı müzelerin sanal tur, koleksiyon ve sanal sergileri Google Arts & Culture sayfasından erişilebilir hale gelmiş, araştırma kapsamında örnekleme alınan birçok müze ve galerinin geçici ve sürekli sergilerinin bir kısmı bu platform üzerinden erişime açılmıştır.

5. Pandemi Döneminde Müzelerin Etkinlik Gösterdikleri Dijital Platformlar ve Sergileme Stratejilerine İlişkin Bulgular

Araştırmanın literatür taramasında örnekleme alınan müzelerin pandemi dönemi ve kapanma koşullarında mevcut koleksiyonlarını ve süreli sergilerini dijitalleştirdiği ve fiziki koşullarda gerçekleşemeyen sergilerin online sergi, sanal tur ya da e-katalog şeklinde farklı stratejilerle ziyarete açıldığı analiz edilmiştir. Bununla bağlantılı olarak örnekleme alınan müzelerin bir bölümünün sosyal medya hesaplarını aktif olarak kullandıkları, diğer bir bölümünün ise kurumsal internet sitelerinden sergilere ve içerik paylaşımlarına devam ettiği görülmektedir. Bununla birlikte bu iki dijital platform dışında çoğu müze Google Arts & Culture gibi mevcut sanal platformlar üzerinden de sergi paylaşımları yapmış ve koleksiyonlarını erişilebilir hale getirmiştir.

Elde edilen veriler analiz edildiğinde ve müzelerin pandemi dönemi sergileme stratejilerinin kategorilere göre dağılımı incelendiğinde (Çizelge 1), örnekleme alınan 12 yurt dışı müze arasından 8’inin online sergi stratejisini kullandığı, 10 müzenin 3D sanal tur yöntemi ile mevcut koleksiyonlarına erişim sağladığı, 4 müzenin ise e-katalog gibi bir paylaşım yöntemi kullandığı görülmektedir. Örnekleme alınan 7 yurtiçi müze arasından ise 4 müzenin pandemi döneminde

online sergi şeklinde izleyiciyle etkileşimde kaldığı, 5 müzenin 3D sanal tur şeklinde ziyarete açıldığı ve 2 müzenin ise e-katalog ile mevcut koleksiyonlarını dijitalleştirdiği analiz edilmektedir. Bununla birlikte örnekleme alınan müzeler arasında The Uffizi Gallery ve Van Gogh Museum yalnızca sanal tur yöntemini kullanırken, The Museum of Modern Art (MoMA) yalnızca e-katalog şeklinde mevcut koleksiyonunu erişime açmış, Saatchi Gallery ise yalnızca kurumsal internet sitesinden online sergi şeklinde bir sergileme stratejisi benimsemiştir. Hasting Contemporary Museum ise diğerlerinden farklı olarak robotlarla gezilebilen sanal turlar gerçekleştirmiştir.

Çizelge 1. Yurt içi ve yurt dışı müzelerin pandemi dönemi sergileme stratejilerinin kategorilere göre dağılımı

	Yurt dışı müzelerin sergileme stratejileri	Yurt içi müzelerin sergileme stratejileri	Toplam	
	(f)	(f)	(f)	%
Online Sergi	8	4	12	36,363
3D Sanal Tur	10	5	15	45,454
E-Katalog	4	2	6	18,181
Toplam	22	11	33	100

Müzelerin sergileme stratejilerinin kategorilere göre dağılımı incelendiğinde; örnekleme alınan toplam 19 müze arasından 12 müzenin (% 36,363 oranında) online sergi stratejisini kullandığı, 15 müzenin (% 45,454 oranında) sanal tur yöntemi ile erişime açıldığı ve 6 müzenin ise (% 18,181 oranında) e-katalog yayınlarak koleksiyonlara erişim imkanı sunduğu analiz edilmektedir (Tablo 1).

Çizelge 2. Yurt dışı müzelerin sergileme stratejilerinin kullanım sıklıkları ve bölgelere göre dağılımı

Bölge	Online sergi	Sanal tur	E-katalog
	(f)	(f)	(f)
Avrupa	3	5	1
ABD	5	5	3
Toplam	12	15	6

Bununla birlikte müzelerin sergileme stratejilerinin kullanım sıklıklarının bölgelere göre dağılımı tablosu incelendiğinde (Çizelge 2); örnekleme alınan yurt dışı müzeler arasında online sergi stratejisini kullanan Avrupa müzeleri sayısının 3 olduğu görülürken ABD müzeleri ölçeğinde 5 müze online sergi yöntemini kullanmıştır. Yine sanal tur yöntemini kullanan toplamda 10 yurt dışı müze varken, Avrupa ölçeğinde bu sayı 5, ABD ölçeğinde 5 şeklinde dağılım göstermiştir. Avrupa müzeleri arasında yalnızca Rijksmuseum'un e-katalog yöntemini kullandığı görülürken, ABD ölçeğinde 3 müzenin (Los Angeles Museum of Art (LACMA), The

Museum of Modern Art (MoMa), Solomon R. Guggenheim Museum) koleksiyonlarını katalog şeklinde dijitalleştirdiği analiz edilmiştir.

Bu kapsamda elde edilen veriler analiz edildiğinde; pandemi döneminde gerek ulusal gerek uluslararası düzeyde en sık kullanılan sergileme yönteminin sanal turlar olduğu, örnekleme alınan müzelerin bir bölümünün sanal tur uygulamasını mevcut internet sitelerinden yaptığı, bir kısmının var olan diğer sanal platformlar üzerinden sanal turlarına erişim imkanı sunduğu görülmektedir. En düşük sergileme stratejisinin örnekleme alınan müzeler arasında e-katalog olması da araştırma kapsamında önemli bir veridir. Bunun da pandemi dönemi ve kapanma koşullarında toplumsal talebin yalnız kültür üretimi ile etkileşimde kalmak yerine, sanal da olsa sergi alanında gezinebilmeye yönelik olduğu ve müzelerin de bu bilinçle e-katalog yerine sanal turlara daha fazla ağırlık vermelerinden kaynaklandığı düşünülmektedir.

Çizelge 3. Müzelerin pandemi döneminde etkinlik gösterdikleri dijital platformların kullanım sıklıkları ve bölgelere göre dağılımı

	Yurt dışı müze	Yurt içi müze	Toplam	
	(f)	(f)	(f)	%
Sosyal medya hesabı	12	6	18	33,333
Kurumsal internet sitesi	12	7	19	35,185
Diğer	12	5	17	31,481
			54	100

Müzelerin etkinlik gösterdikleri dijital platformların kullanım sıklıkları ve bölgelere göre dağılımına ilişkin bulgular incelendiğinde Tablo 3'te görüldüğü gibi; örnekleme alınan 12 yurt dışı müzenin tümünün sosyal medya hesaplarının yanında kurumsal internet sitelerini, bunun yanında Google Arts & Culture gibi diğer platformları birlikte kullandıkları analiz edilmektedir. Ancak yurt içi müzelere bakıldığında örnekleme alınan 7 müze arasından sosyal medya hesaplarını pandemi döneminde aktif olarak kullanan müze sayısının 6 olduğu ve diğer platformlar yoluyla erişilebilir olan müze sayısının ise 5 olduğu görülmektedir. Pandemi döneminde müzelerin etkinlik gösterdikleri sanal platformların toplam sayısına bakıldığında ise örnekleme alınan tüm müzelerin (19 müze) kurumsal internet sitelerini aktif olarak kullandığı (% 35,185 oranında), 18 müzenin ise sosyal medya hesaplarından pandemi döneminde düzenli paylaşım yaptığı analiz edilmektedir.

Müzelerin pandemi döneminde kullandıkları sosyal medya hesaplarının kullanım sıklıklarına bakıldığında (Çizelge 4); örnekleme alınan yurt dışı müzelerin tamamının (12 müze) Instagram hesabını aktif kullandığı, 7 yurt dışı müzenin Facebook hesabını aktif kullandığı, 6 müzenin Twitter hesabından paylaşımlar yaptığı, 5 müzenin Youtube hesaplarından canlı yayınlar ve video paylaşımları gerçekleştirdiği görülmektedir. Örnekleme alınan yurt içi müzeler incelediğinde 6 müzenin Instagram hesabını aktif kullandığı, 3 müzenin diğer sosyal medya hesaplarının yanında Facebook hesaplarından da paylaşımlar yaptığı, Twitter ve Youtube hesaplarının ise 4 müze tarafından aktif kullanıldığı analiz edilmektedir. Bununla birlikte

örnekleme alınan yurt içi müzeler arasından 1 müzenin (Arter Çağdaş Sanatlar Müzesi) diğer sosyal medya platformlarının yanında diğer kategorisinde ele alınan Spotify hesabından paylaşımında bulunmuştur. Bununla birlikte pandemi dönemi sosyal medya hesaplarının kullanım sıklığı yurt içi ve yurt dışı düzeyinde toplam değerler bakımından analiz edildiğinde; %37,5 oranında 18 müzenin Instagram hesabını aktif kullandığı, %20,83 oranıyla ikinci sırada Facebook ve Twitter hesaplarının geldiği, Youtube hesabının kullanım sıklığının ise %18,75 oranında üçüncü sırada yer aldığı görülmektedir (Çizelge 4). Örnekleme alınan müzeler arasından yalnızca Zeugma Müzesi pandemi döneminde sosyal medya hesaplarını aktif kullanmamıştır. Yurt dışı müzeler arasından Van Gogh Museum ve Saatchi Gallery ise yalnızca Instagram hesaplarını aktif olarak kullanmıştır. Belirtildiği gibi Spotify hesabını pandemi döneminde aktif olarak kullanan tek müze ise Arter Çağdaş Sanatlar Müzesi'dir.

Çizelge 4. Müzelerin pandemi döneminde kullandıkları sosyal medya hesaplarının kullanım sıklıkları ve bölgelere göre dağılımı

	Yurt dışı müze	Yurt içi müze	Toplam	
Sosyal medya hesabı	(f)	(f)	(f)	%
Instagram	12	6	18	37,5
Facebook	7	3	10	20,83
Twitter	6	4	10	20,83
Youtube	5	4	9	18,75
Diğer*	-	1	1	2,08
	30	18	48	100

* Spotify platformu diğer kategorisi içerisinde ele alınmıştır.

Örnekleme alınan müzelere ilişkin elde edilen veriler yoluyla pandemi döneminde müzelerin çoğunluğunun kısa bir süre içerisinde fiziki koleksiyonlarını dijital ortama taşıdıkları, sanal tur alt yapısına sahip olmayan müzelerin ise diğer platformlar aracılığıyla erişilebilirliği sağladıkları, çoğu müzenin kültür aktarımı, etkileşim ortamı, eğitim yeri ve paylaşım alanı olarak sosyal medya hesaplarını aktif kullandıkları ve yurt dışı müzelerin yurt içi müzelerle göre pandemi koşullarına ya da herhangi bir toplumsal sorunun yarattığı olumsuzluklara hazır bulunuşluk düzeylerinin daha yüksek olduğu yargısına ulaşılabilmektedir.

6. Pandemi Döneminde Müzelerin Eğitsel Açından Rollerini, Gerçekleştirdikleri Etkinlik Türleri ve Etkinliğin Hedef Kitlelerine İlişkin Bulgular

Araştırmanın bu bölümünde örnekleme alınan müzelerin eğitsel açıdan pandemi döneminde rollerinin olup olmadığı, gerçekleştirdikleri etkinliklerin türleri, etkinliklerin hedef kitleleri ve eğitsel rollerinin yurt içi ve yurt dışı düzeyinde anlamlı farklılık gösterip göstermediğine ilişkin elde edilen veriler analiz edilerek tablolar halinde sunulmuştur. Buna göre örnekleme alınan yurt içi ve yurt dışı müzelerin pandemi öncesinde de var olan eğitsel etkinliklerini sanal platformlar üzerinden sürdürdüğü, yurt içi müzeler arasından yalnızca Zeugma Müzesi'nin ve yurt dışı müzeler arasından The Uffizi Gallery'nin pandemi döneminde herhangi bir etkinliğe

kurumsal internet sitesi ya da sosyal medya hesaplarından yer vermediği görülmektedir. Bu kapsamda müzelerin gerçekleştirdiği etkinlikler; online kurslar, seminer ve söyleşiler, müzik dinletileri ve video gösterimleri, eğitsel oyunlar, yarışmalar ve resim yapma (tasarım) etkinlikleri gibi belirli kategorilerde toplanmıştır. Bununla birlikte pandemi döneminde örnekleme alınan müzelerin gerçekleştirdikleri etkinliklerin hedef kitleleri de farklılaşmış, bazı müzeler yalnızca yetişkinlere yönelik etkinlikler gerçekleştirirken, bazı müzeler çocukları ve gençleri de kapsayan etkinlik paylaşımlarında bulunmuşlardır. Ancak yalnızca yetişkinlere yönelik etkinlikler gerçekleştiren müzeler olmasına rağmen yalnızca gençleri ya da yalnızca çocukları hedef alan etkinlik düzenleyen müze bulunmamaktadır.

Örnekleme alınan müzelerin pandemi döneminde gerçekleştirdikleri eğitsel etkinliklerin kategorilere göre dağılımına ilişkin bulgular incelendiğinde (Çizelge 5); en yüksek gerçekleştirilen etkinlik türünün %20,83 oranında 15 müze tarafından video gösterimi olduğu, ardından %16,66 oranında 12 müze tarafından online sergi etkinliğinin geldiği, söyleşi ve seminer kategorisinin ise %15,77 oranında 11 müze tarafından gerçekleştirildiği görülmektedir. %1,38 oranında en az gerçekleştirilen etkinlik türü yarışma şeklinde analiz edilirken, yarışmayı %2,77 oranında hikaye anlatımı etkinliği izlemiştir.

Çizelge 5. Müzelerin pandemi döneminde gerçekleştirdikleri eğitsel etkinliklerin kategorilere göre dağılımı

	Yurt dışı müze	Yurt içi müze	Toplam	
Etkinlik türü	(f)	(f)	(f)	%
Online Sergi	8	4	12	16,66
Söyleşi/ Seminer	6	5	11	15,77
Video Gösterimi	9	6	15	20,83
Müzik Dinletisi	2	1	3	4,16
Çevrimiçi Kurs	5	2	7	9,72
Tasarım Etkinliği	4	3	7	9,72
Eğitici Oyun	2	2	4	5,55
Hikaye Anlatımı	1	1	2	2,77
Yarışma	-	1	1	1,38
Toplam			72	100

Gerçekleştirilen etkinliklerin kategorilere göre dağılımı bölgesel olarak incelendiğinde ise yurt dışı müzelerin gerçekleştirdiği etkinlik sıralamalarında en az ve en çok sıralaması değişmezken, örnekleme alınan yurt içi müzelere bakıldığında en yüksek ikinci etkinlik 5 müze tarafından gerçekleştirilen söyleşi ve seminerle yer değiştirmiştir. Bununla birlikte en az gerçekleştirilen etkinlik türü yine yurt içi müzeler ölçeğinde değerlendirildiğinde 1 müze (Doğançay Müzesi) tarafından yarışma, 1 müze (Sakıp Sabancı Müzesi) tarafından hikaye anlatımı ve 1 müze (Arter Çağdaş Sanat Müzesi) tarafından da müzik dinletisi şeklinde analiz edilmiştir. Yarışma kategorisinde ise etkinlik gösteren yurt dışı müzenin olmadığı görülmektedir.

Yurt içi ve yurt dışı müzelerin pandemi döneminde gerçekleştirdikleri eğitsel etkinliklerin yaş gruplarına göre dağılımına ilişkin bulgular incelendiğinde ise (Çizelge 6); yurt dışı ölçeğinde örnekleme alınan 12 müze arasından %42,307 oranında (11 müzenin) pandemi döneminde yetişkinlere yönelik etkinlikler gerçekleştirdiği, 8 müzenin (%30,769 oranında) hedef kitle olarak gençlere yönelik etkinlik gerçekleştirdiği, 7 müzenin ise (%26,923 oranında) çocuk gruplarını hedef aldığı analiz edilmektedir. Çocuklara yönelik etkinliklerin yetişkinlere yönelik etkinliklerden az olması da araştırma kapsamında elde edilen önemli bir bulgudur. Bunun nedeni pandeminin kapanma koşullarında online ya da çevrimiçi iletişimin genç ya da yetişkinlere göre çocuklarla daha zor kurulabilmesinden kaynaklandığı düşünülmektedir.

Çizelge 6. Yurt içi ve yurt dışı müzelerin pandemi döneminde gerçekleştirdikleri eğitsel etkinliklerin yaş gruplarına göre dağılımı

Yaş Grubu	Yurt dışı müzelerdeki eğitsel etkinliklerin hedef kitle değerleri		Yurt içi müzelerdeki eğitsel etkinliklerin hedef kitle değerleri	
	(f)	%	(f)	%
	Çocuk (0-12)	7	26,923	4
Genç (12-24)*	8	30,769	3	23,076
Yetişkin (24+)	11	42,307	6	46,153
Toplam	26	100	13	100

*Birleşmiş Milletler Örgütü (BM)'nin öngördüğü ve Türkiye'nin de benimsediği gençlik yaşı olan 12-24 yaş aralığı baz alınmıştır.

Yurt içi müzelerin gerçekleştirdikleri eğitsel etkinliklerin yaş gruplarına göre dağılımı incelendiğinde de yurt dışı müzelerde olduğu gibi en yüksek hedef kitle değerinin 6 müze tarafından (%46,153) yetişkin gruplarına yönelik gerçekleştiği görülürken, yurt içi müzelerde en düşük hedef kitle ve yaş grubuna yönelik etkinlik %23,076 oranında gençler olmuştur. Bununla birlikte pandemi döneminde müzelerin online etkinlikler ya da sergilere yönelmeleri araştırma kapsamında örnekleme alınan müzelerin kapanma koşullarına kısa bir süre içinde uyum sağladıklarını ve sanat eserini koruma ve izleyici ile buluşturmanın yanında eğitsel işlevlerinin de bilincinde olarak bu rollerini sürdürdüklerini göstermektedir.

SONUÇ

Koronavirüs pandemisi sebebiyle salgının hızla yayılmasını yavaşlatmak için dünyanın her yerinde kısıtlama ve yasaklar getirilmiştir. Alınan önlemlerin başında bazı kurum ve kuruluşların uzaktan çalışma sistemine geçmeleri ve okulların kapatılması gelmektedir. Eğitim öğretim kurumlarında kısa bir kapanmanın ardından hızlı bir kararla uzaktan eğitim sistemine geçilmiş, çevrimiçi alt yapıya sahip olan okullar duruma daha kolay uyum sağlarken altyapısı olmayan kurum ve kuruluşlar eğitimi geriden takip etmek durumunda kalmıştır. Eğitim öğretimle birlikte diğer kurum ve kuruluşların uzaktan eğitim, uzaktan çalışma gibi programlara uyum sağlamaları dijitalleşme sürecini hızlandırmıştır. Toplumsal olarak dijitalleşme sürecinin getirdiği avantaj ve dezavantajlar bulunmaktadır. Farklı sosyo-ekonomik statüden kişilerin pandemi sürecini de farklı geçirdiği bilinmektedir. Eğitim öğretimde de farklı sosyo-

ekonomiden öğrencilerin çevrimiçi eğitimde ekonomik sıkıntılar sebebiyle dezavantajlı oldukları bilinmektedir.

Pandemi sürecinde yasaklar ve kısıtlamalar sebebiyle müzeler de geçici bir süreliğine kapatılmıştır. Bu süreçte müzeler de toplumsal ve kültürel etkileşimi sürdürmek adına dijital sisteme uyum sağlamış ve sosyal mecraları aktif kullanmışlar, gerekli alt yapıya sahip müzeler geçiş sürecine daha kolay uyum sağlamıştır. Müzelerin düzenlediği sanal turlar, çocuklara yönelik eğitici etkinlikler, yetişkinler için söyleşi, konferans tarzı içerikler, yoga, film, sanatsal öneriler yapılan bilgilendirme ve hatırlatmalar var olan kitlenin genişlemesini sağlamıştır. Bu süreyi en iyi atlatan ve kısa sürede sürece uyum sağlayan müzeler varlığını devam ettirmenin yanı sıra kalıcı kitleler de edinmiştir. Yapılan araştırma kapsamında yurt içi ve yurt dışından örnekleme alınan müzelerin pandemi sürecinde yaşadıkları dönüşüm, yaptıkları etkinlikler ve sosyal medya hesapları incelenmiş, oluşturulan tablolar yoluyla pandemi döneminde müzelerin sergileme mekanlarında yaşanan değişim ve sık kullandıkları sosyal medya hesapları ile kurumsal internet sitelerinin aktif olup olmadığı, sergileme stratejilerindeki değişimle dijitalleşme sürecine nasıl uyum sağladıkları ve kullandıkları teknoloji desteği analiz edilmiştir. Bununla birlikte müzelerin pandemi döneminde eğitsel açıdan rolleri de araştırma kapsamında incelenen önemli konular arasındadır; yapılan ayrıntılı analiz yoluyla örnekleme alınan müzelerin hangi eğitsel etkinlikler gerçekleştirdikleri, hangi kitleye yoğunlaştıkları, geliştirdikleri yaratıcı programlarla sosyal etkileşimi nasıl sağladıkları çözümlenmektedir.

Bununla birlikte koronavirüs pandemisi tüm insanlığın yaşamında büyük değişim ve dönüşümlere sebep olduğu gibi, sanatın da biçim ve içerik olarak değişimini beraberinde getirmiştir. Yaşanılan dönüşüm ve sürecin uzunluğuyla birlikte edinilen kimi alışkanlıklar normalleşme sürecinde de devam etmiştir. Pandeminin getirmiş olduğu alışkanlıklar her konuda kültür üretimini etkilemiş ve bizden sonraki nesillere de aktarılacak yeni bir kültürel yapının ortaya çıkışına zemin hazırlamıştır.

KAYNAKÇA

- Arter (2020). “#evdeçal: Arter Koleksiyonundan Bir Seçki”
<https://www.arter.org.tr/sergi/evdecal-arter-koleksiyonundan-bir-secki/1162> (Erişim: 10.06.2023).
- Artforum (2020). “London Grads Now”. https://www.artforum.com/uploads/guide.005/id23356/press_release.pdf (Erişim: 11.06.2023).
- Baratto, R. (2016). “Rijksmuseum Releases 250,000 Images of Artwork for Free Download”.
https://www.archdaily.com/790578/rijksmuseum-releases-250000-free-images-of-artwork-for-download?ad_campaign=normal-tag (Erişim: 10.06.2023).
- Bilici, F. (2016). “Müzelerde Artırılmış Gerçeklik Kullanımı”. <https://artirilmisdunya.blogspot.com/2016/01/muzelerde-artirlms-gerceklik-kullanm.html> (Erişim: 10.06.2023).
- Burgaz, E. (2020). “Robotlarla Uzaktan Sanat Galerisi Gezmek”. <https://bigumigu.com/haber/robotlarla-uzaktan-sanat-galerisi-gezmek-hastings-contemporary/> (Erişim: 10.06.2023).
- Deakin, T. (2021). “How the Van Gogh Museum found digital success in 2020”.
<https://www.thedrum.com/news/2020/07/29/how-dept-brushed-up-van-gogh-museums-virtual-experience-remote-covid-19-world> (Erişim 12.12.2022).

- Erkmen, A., Kılıç, M. A. ve Kutsal, D. (2020). “Covid-19 Salgını Sürecinde İstanbul’daki Sanat Müzelerinin Erişilebilirliği: Sosyal Medya ve Dijital Uygulamalar Üzerinden Bir Değerlendirme”. *MSGSÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(22): 271-281.
- Gordan, L. (2020). “Gli Uffizi Galleries in Florence: How We’re Coping with the Covid-19 Pandemic”. <https://lavocedinyork.com/en/2020/04/27/gli-uffizi-galleries-in-florence-how-were-coping-with-the-covid-19-pandemic/> (erişim: 11.05.2023).
- Guggenheim (2023). <https://www.guggenheim.org/exhibition/re-projections-video-film-and-performance-for-the-rotunda> (erişim: 11.06.2023).
- Güneş, K. (2020). “Zeugma Mozaik Müzesi”. <https://www.gunhaber.com.tr/haber/Zaugma-Mozaik-Muzesi-ziyarete-acildi/454136> (erişim: 05.06.2023).
- IMOGA, (2023). <https://www.imoga.org/tr/about-us/about-imoga> (erişim: 05.06.2023).
- Kıvılcım, B. ve Çalışkan A. S. (2022). “Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Sanal Müze Turlarına Yönelik Görüşleri”. *Journal of Tourism Intelligence and Smartness*, 5(3): 221.
- KültürPortalı (2023). “Gaziantep Zeugma Müzesi”. <https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/gaziantep/gezilecekyer/zeugma-mozaik-muzesi> (Erişim: 10.06.2023).
- LACMA (2023). “Los Angeles Museum of Art”. <https://www.lacma.org/about?tab=mission#mission> (Erişim: 10.06.2023).
- MoMA (2020). “2020 Ways of Reading through a Crisis”. <https://abc7ny.com/new-york-city-museums-moma-museum-of-modern-art-nyc/9872900/> (Erişim: 10.06.2023).
- Musée Du Louvre’s Press Room (2021). “2020: the year in review”. <https://presse.louvre.fr/2020-the-year-in-review/> (Erişim: 10.06.2023).
- National Gallery (2021). “The National Gallery Annual Report and Accounts for the year ended 31 March 2021”. <https://www.nationalgallery.org.uk/media/nzrbrisf/national-gallery-annual-report-and-account-2020-21.pdf> (Erişim: 10.06.2023).
- Ortaç, E. (2021) “Yeni Medya Teknolojilerinin Müze Farkındalığı Üzerindeki Etkisi: Covid-19 Pandemi Sürecinde Türkiye’deki Sanal Müzeler” (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Gelişim Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.
- Öztürk, Y. ve Erol, M. (2022). “Pandemi ve Müzelerin Geleceği: Katılımda Sınırlar, Olanaklar ve Güncel Yaklaşımlar”. *Sanat&Tasarım Dergisi*, 12(2): 470-471.
- Post, L. (2021). “Children’s artwork expressing feelings on COVID-19 pandemic now on display at Saatchi Gallery”. <https://london-post.co.uk/childrens-artwork-expressing-feelings-on-covid-19-pandemic-now-on-display-at-saatchi-gallery/> (Erişim: 10.06.2023).
- Sarız, B. M. (2018). Google Arts & Culture Nedir? [Google Arts & Culture Nedir? | Think With Türkiye \(thinkwithturkiye.com\)](http://thinkwithturkiye.com) sayfasından erişilmiştir.
- Smithsonian National Museum of Natural History (2023). “Pandemic Past, Pandemic Present with Medical Historian Mark Honigsbaum”. <https://naturalhistory.si.edu/> (Erişim: 10.06.2023).
- Soley, U. (2020). “Salgın ve Sanat: Sanal Müze Pratikleri”. <https://www.peramuzesi.org.tr/blog/salgın-ve-sanat-sanal-muze-pratikleri/1537> (Erişim: 10.06.2023).
- The Metropolitan Museum of Art (2020). “Host First Virtual Teens Take The Met”. <https://www.metmuseum.org/press/news/2020/virtual-tttm> (Erişim: 10.06.2023).

Travel, T. (2021). “Pandemide Evdeyken Online Ortamda Gezebileceğiniz Müzeler”.
<https://www.titustravel.com.tr/pandemide-evdeyken-online-ortamda-gezebileceginiz-muzeler/>
(Erişim: 10.06.2023).

Vargas, S. (2020). “Dancing Through Time”. <https://unframed.lacma.org/2020/09/29/dancing-through-time> (Erişim: 10.06.2023).

Watson, I. (2020). “How Dept brushed up Van Gogh Museum's virtual experience for a remote Covid-19 world”. <https://www.bizbash.com/production-strategy/event-production-fabrication/article/21141140/how-torontos-immersive-van-gogh-exhibition-safely-opened-during-the-pandemic> (Erişim: 10.06.2023).

Wolstencroft, P. (2020). “The Balch Research Library: Our Virtual Doors are Open!”.
<https://unframed.lacma.org/2020/04/30/balch-research-library-our-virtual-doors-are-open>
(Erişim: 10.06.2023).

Yanar, A. ve Karadeniz, C. (Ed.). (2020). “Güzel Sanatlar Teori, Güncel Araştırmalar Ve Yeni Eğilimler”. Cetinje-Karadağ: Ivpe.

ÇOCUKLAR İÇİN ÖĞRENME VE DUYGUSAL GELİŞİMİ ARTTIRMADA BİLİŞSEL FİLM TEORİLERİNİ YENİDEN DEĞERLENDİRMEK

Dr. Öğretim Görevlisi, Saygın Koray DOĞANER

Batman Üniversitesi, sayginkorayd@gmail.com - 0000-0001-7077-0551

ÖZET

Filmler yardımcı birer terapötik araçlar olarak psikoterapilerin pek çok alanında kullanılmaktadır. Genellikle yetişkinler üzerinde yürütülen bütüncül uygulamalar ergenler ve çocuklar üzerinde de uygulanabilmektedir. Çocuklar için uygulanan bilişsel temelli film terapileri temel olarak çocuklarda bilişsel gelişimle birlikte duygusal zekanın gelişimine odaklanan ve bireysel gelişimi teşvik etmenin yanı sıra seyir deneyimlerini merkeze alan dinamik yaklaşımları içerir. Bu yaklaşımlar temel olarak görsel hikaye anlatımının gücünden yararlanmaktadır. Filmlerin görsel gücü aracılığıyla genç zihinlerin dikkatleri çekilerek, eleştirel düşünce yetisi, empati kurmak ve öz farkındalık gibi gelişimler desteklenir. Bu çalışmada çocuklara yönelik bilişsel temelli uygulamalarda film terapilerinin uygulama biçimlerine, bu kavramın faydalarına ve eğitimsel ya da terapötik ortamlarda etkili bir biçimde entegre edilebilme yollarına odaklanılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Film, Bilişsel Gelişim, Psikoterapi, Çocuk Gelişimi

RE-EVALUTING COGNITIVE FILM THEORIES IN INCREASING LEARNING AND EMOTIONAL DEVELOPMENT FOR CHILDREN

ABSTRACT

Films are used in many areas of psychotherapy as auxiliary therapeutic tools. Holistic practices, which are generally carried out on adults, can also be applied on adolescents and children. Cognitive-based film therapies for children basically include dynamic approaches that focus on the development of emotional intelligence along with cognitive development in children, and encourage individual development as well as focusing on watching experiences. These approaches mainly leverage the power of visual storytelling. By attracting the attention of young minds through the visual power of the films, developments such as critical thinking ability, empathy and self-awareness are supported. This research will focus on the ways in which film therapies are applied in cognitive-based practices for children, the benefits of this

concept, and the ways in which it can be effectively integrated in educational or therapeutic settings.

Keywords: Film, Cognitive Development, Psychotherapy, Child Development

1. GİRİŞ

Seyircinin zihinsel süreçlerine odaklanan bilişsel film teorileri 1980'lerde ortaya çıkmıştır. Bilişsel film teorisinden kısaca bahsetmek gerekirse tanıma, anlama, çıkarımda bulunma, yorumlama yapabilme, yargılama ve imgeleme gibi zihnin faaliyetlerin merkezi bir öneme sahip olduğunu söyleyebiliriz. Bilişsel film teorilerinde insan davranışlarının tersine zihinsel faaliyetlere odaklanır. Bu sebeple algıma pratikleri, düşünce kalıpları, inanç biçimleri, plan yapabilme yeteleri, duygu durumu ve yetenekler ile ilgili konular genel olarak önemlidir. Bilişsel film teorilerinin merkezinde seyircilerin algılama süreçleri öne çıkar. Algılama süreçlerini sadece çevrede olan bilgilerin kayıt edilmesi olarak değerlendirmemek gerekir. Algılama sırasında uyarıcılar yoluyla aktarılan veriler, duyular aracılığıyla işlenerek dönüştürülür ve mevcut olan bilgiler ile birleştirilerek tutarlı bir bütün haline getirilir.

Bilişsel film teorilerinin temel olarak üzerinde durdukları meselenin filmler üzerinden bilimsel bir yöntem ile araştırma yürütmek olduğunu ifade edebiliriz. Bilişsel film teorileri ile ilgili kuramlara Edvard Branigan, David Bordwell, Noel Carroll ve Joseph D. Anderson gibi önemli isimler farklı bakış açıları ile değer katmıştır. Sinema psikoloji alanında gelişmeler birbiri ile etkileşim halindedir. Sinema merkezli bilişsel film teorileri, psikoloji disiplini içerisinde yer alan bilişsel temelli terapilerde faydalı olabilmektedir. Bilişsel film teorilerinden yararlanarak, filmler aracılığıyla görsel hikaye anlatımın gücünden yararlanılarak çocukların bilişsel gelişimlerini olumlu yönde etkileyecek çalışmalar yürütülebilir. Bu araştırma çocuklara yönelik bilişsel temelli uygulamalarda film terapilerinin uygulama biçimlerini ele alacaktır. Araştırma bilişsel film teorilerinin çocukların bilişsel gelişimine nasıl uyarlanabileceğini tartışmayı hedeflemektedir.

Bilişsel film teorileri, çocuklar için bilişsel gelişim hedefleriyle uyumlu olarak değerlendirilebilir. Bu bağlamda bilişsel film teorilerinin çocuklar açısından nasıl değerlendirilebileceğini tartışmak önem arz etmektedir. Bilişsel film kuramcılarında Edvard Branigan, seyircinin zihinsel donanımları üzerinde durur. Seyircilerin zihinsel mekanizmaları

filmleri anlama yeteneğiyle doğrudan ilişkilidir. Yeni yayınlanan filmler birbirinden farklılık gösteren özelliklere sahip olsalar dahi, seyirciler temel kalıpların farkına varır. Bu temel kalıplar tekrarlanan öğelerin farkedilmesi ile açığa çıkar. Bu duruma ek olarak seyirciler özgün ve tamamen birbirinden farklı filmleri yorumlayıp ayırt edebilirler (Branigan, 1981, s. 69). Filmlerden yararlanılarak gerçekleştirilen çalışmalarda bilişsel film teorilerinin sunduğu bilgilerden yararlanarak çocuklara ilk aşamada tekrar eden öğelerin fazla olduğu ve belirli kalıplara dayanan filmleri izlettirmek öncelikli olarak farkedilmesi istenen düşünce ya da davranış biçiminin kavranabilmesi açısından yararlı olabilir. Bilişsel film kuramcılarında Joseph D. Anderson'ın da ifade ettiği gibi kesmeler ile bölünen planlar arasındaki boşluğu zihnimize tamamlayarak film izleriz (Anderson, 1996, s. 33). Çocukların zihinsel haritalarında tamamlayabileceği filmleri seçmek çalışılan yaş grubunun düzeyi ile ilgilidir. Karmaşık ve anlaması zor olmayan ve film dünyasında yer alan durumlar ya da olayların sıralanışı arasında gerekirse uzun açıklamaların olduğu filmler, ilk aşamada tercih edilebilir. Bu durum uygulama yapılan grubun potansiyeli ile ilgili olmakla birlikte çocukların bilişsel haritalarının seviyesine göre kısaltmalara dayanan filmler aracılığıyla uyarıcılar arasından seçim yapılarak algı süreçlerine göre değişiklik gösterebilir.

David Bordwell seyircilerin film izleme süreçlerinin üç aşamada gerçekleştiğinden bahseder. Bunlar sırasıyla görsel algı kapasitesi, ön bilgi ve tecrübe, son olarak da filmin hammaddesi (malzeme yapısı) ilgilidir (Bordwell, 1985, s. 34-35). İlk olarak çocuklarla yürütülecek atölyeler, grup çalışmaları ya da bireysel terapilerde görsel algı kapasiteleriyle ilgili durumlar göz önünde bulundurulmalıdır. Görsel algı ve bu bilgileri işleme farklı becerilerin koordineli bir şekilde bir araya gelmesi ile ilgilidir. Görsel algı çocukların çevrelerini yorumlama becerisi üzerinden gerçekleşir. Filmlerde kronolojik olarak ilerlemeyen sahnelerin zihinde tamamlanması ya da devamlılık olarak açıklanabilecek (görsel biçim değişmezliği) izlenen filmlerin belirli bir sıra dahilinde hatırlanması (görsel ardışık bellek), birbirine çok benzeyen film sahnelerini ya da karakterleri ayırt etmek (görsel ayrımcılık) ve filmlerde hangi sahnelere dikkatlerin yoğunlaştığı şekiller ve görece geri planda kalan zeminlerin ayırt edilmesi (şekil-zemin algı becerileri) çocuklarda hangi yaş aralığında, hangi ihtiyaçlara göre film seçileceği ile doğrudan ilişkilidir. İkinci olarak Bordwell'in söylediği ön bilgi ve tecrübeyi çocuklara yönelik film çalışmalarında, onların kendi yaşam deneyimlerine uygun filmlerle çalışılması üzerinden uyarlayabiliriz. Seçilen filmleri izlemeden önce filmler hakkında ön bilgiler vermek ve bu bilgileri onların tecrübeleriyle eşleştirmek önemli olabilir. Son olarak ise filmin hammaddesi

ile ilgili olarak da animasyon gibi çocukların yaş grubuna uygun filmlerin seçilmesi önemli olabilir. Yeni teknolojik gelişmeler aracılığıyla interaktif katılımı sağlayan dijital sinema özelliklerinden yararlanılarak seyirciler de filmlere dahil edilebilir. Çocuklara yönelik kurmaca bir film seçiliyorsa, çocukların özdeşleşme kurabileceği çocuk oyuncuların yer aldığı ve mizansen kostüm, dekor, makyaj gibi çocukların ilgisini çekebilecek film öğelerine yer veren filmler göz önünde bulundurulmalıdır.

Bilişsel film teorilerinde seyircilerin duygularıyla ilgili geri bildirimleriyle ilgili araştırmalar yapan Noel Carroll, özdeşleşme konusunu diğer araştırmacılardan farklı bir şekilde ele alır. Carroll film karakteri ve seyirci arasında bir özdeşim kurulmadığından bahsederek seyircilerle film karakterleri arasında çeşitli duygulanımların oluştuğundan söz eder. Carroll'un üzerinde durduğu konu, filmlerde yer alan bazı nesnelere duygular arasındaki bağlantılardır. (1990, s. 95). Çocuklara yönelik yürütülecek çalışmalarda eğer bir karakter ile ilgili özdeşleşme yaşanmıyorsa, kendilerine yakın buldukları bir sahne, bir duygu durumu ya da bir cümle veya kelime üzerinden nasıl bir bağ kurulduğunu anlamak, ortaya çıkan duygu durumlarının anlaşılmasını kolaylaştırabilir.

Carroll, ayrıca görme eylemiyle ilgili olarak bakış ve psikoloji etkileşimi üzerinde durur. Bakış içinde bulunan kültürel yapıdan bağımsız değildir ve kültürel örüntülerin yapısına göre değişiklik gösterebilir (Carroll, 1993, s. 126-127). Çocuklarla yürütülecek film çalışmalarında çalışılan grubun kültürel yapısını göz önünde bulundurmak ve etkinlikleri düzenlerken kültürel arka planı anlamak çalışmanın kapsamlı yürütülmesi açısından önemli olabilmektedir.

Çocuklarla ilgili film çalışmalarında film seçimi oldukça önemlidir. Seçilen amaca göre belirlenen filmlerin, çocukların meraklarını tetikleyerek, özdeşleşme yoluyla kendileri yansıtan film karakterlerinin hangi açıdan benzerlikler ve farklılıklar oluşturdukları hakkında konuşularak teşvik edici olması önemlidir. Böylelikle film karakterlerin düşünceleri, duyguları ve eylemleri hakkında tartışmaları başlatmak için uygun bir zemin hazırlanmış olur. Filmlerdeki karakterleri harekete geçiren dönüm noktaları, karakterlerin seçimleri doğrultusunda gelişen olaylar ve bu seçimlerin sonuçları inceleyerek tartışmak amaçlandığı için edilgen bir seyir biçiminin ardına geçilerek seyircilerin aktif ve dinamik bir katılım göstermesi hedeflenir. Bu yöntem bireylerin kendi düşüncelerini, duygularını ve davranışlarını daha iyi anlamalarına, duygu durumlarının farkına varmalarına ve kişisel gelişimlerini desteklemelerine

yardımcı olan bir yaklaşımdır. Bu yaklaşım, bilişsel psikoloji, psikoterapi ve sinemanın öğelerini birleştirir ve bireylerin kendi düşüncelerini, duygularını ve davranışlarını daha iyi anlamalarına yardımcı olabilmektedir.

2. FİMLER ARACILIĞIYLA GERÇEKLEŞTİRİLEN ÇALIŞMALARIN UYGULAMA ALANLARI

Çocuklarla gerçekleştirilen bilişsel temelli film çalışmaları, sınıf gibi kamusal alanlarda uygulanabileceği gibi terapi odası gibi bireysel seansların olduğu ortamlarda da uygulanabilir. Bu yaklaşım genel olarak anlamlı öğrenme deneyimlerini kolaylaştırarak, bütüncül bir açıdan büyümeyi teşvik etmek için yaratıcı bir yol sunmanın dışında etkili bakış açıları da sunar. Bu bakış açıları hikaye anlatım atölyeleri, etik ve değerleri keşfetme etkinlikleri ve okul gibi kamusal alanlarda gerçekleştirilebilir. Bu çalışmalara yakından bakmak gerekirse örneğin hikaye anlatım atölyelerinde çocuklar ya da öğrenciler filmlerin konularını temel alarak kendi hikayelerini oluşturmaya teşvik edilirler. Böylelikle hikaye anlatma becerileri sağlandığı gibi yaratıcı düşünce yollarının da keşfedilmesi sağlanır. Etik ve değerler çalışmalarında ise etik ile ilgili sorunları gündeme getiren filmler referans alınır ve bu filmler aracılığıyla çocukların kendi ahlaki yol haritalarını çizmeleri hedeflenir. Bahsedilen her iki etkinlik de toplu ya da grup çalışmaları olarak yürütmeye uygun etkinlikler olarak uygulanabilir.

Terapötik ortamlarda bilişsel film terapisini kullanmak ise bireysel çalışmalar üzerinden gerçekleştirmeye elverişlidir. Duygusal ifadeyi merkeze alan terapiler, terapötik metaforlar, anksiyetinin azalmasına yönelik çalışmalar ve narrative terapi gibi uygulamalar terapötik ortamlar için oldukça elverişli olmakla birlikte çocukların duygusal olarak kendilerini ifade edebilmelerinde önemlidir. Çocuklar, film karakterlerin duygularıyla ilişki kurabilir, böylece duygularını ifade etmenin ve keşfetmenin güvenli bir yolunu bulurlar. Çocukların film karakterleriyle duygusal ilişki kurabilmelerindeki en önemli etmenlerden biri kendi yaş gruplarına uygun filmlerin seçilmesi olduğu gibi çalışılan grubun özellikleriyle uyumlu filmleri seçmek de önemlidir. Uygun filmlerin seçilmesi aracılığıyla çocukların kendi düşünce becerileriyle beraber duygularına temas etmelerinin sağlanmasının yanı sıra kendilerini ifade etme becerilerinin de gelişim göstermesi olanaklı olur.

Terapötik ortamlarda gerçekleştirilen bir diğer yöntem ise metaforlar üzerinden gerçekleşmektedir. Metaforlar çocukların kendilerini ifade etmelerinde bir diğer kolaylaştırıcı etken olabilmektedir. Filmlerdeki sembolik unsurlar, çocukların deneyimlerini ve duygularını ifade etmek için metaforlar aracılığıyla hizmet edebilir. Çocuklar ile ilgili metaforlar mümkün olduğunca somut, çocukların yaş aralığına uygun ve anlaşılır olmasıyla birlikte soyut olan kavramların daha kolay anlaşılması açısından da somut hale getirilebilir. Çocuklar için yürütülen film terapileri bilişsel yaklaşımları desteklediği gibi davranışsal yaklaşımları da destekleyen bir yardımcı terapi yöntemi olarak kullanılabilir. Metaforlar çocukların bilişsel yapısını anlamayı kolaylaştırdığı gibi çocukların izlemiş oldukları film karakterlerinin davranışlarının daha iyi anlaşılmasına da yardımcı olmaktadır. Böylece çocukların film karakterlerinin davranışlarına öykünmesi daha kolay ve anlaşılır olabilmektedir.

Narrative Terapi yönteminde de yardımcı bir yöntem olarak bilişsel film teorilerinden yararlanılabilir. Örneğin filmlerin anlatılarını oluşturan film senaryoları ya da filmin konusu dahilinde çocukların perspektifinden yeni hikayeler oluşturulabilir ya da geçmiş yaşam hikayeleri dışsallaştırma yoluyla tartışılabilir.

3. ÇOCUKLAR İÇİN BİLİŞSEL TEMELLİ FİLM ÇALIŞMALARININ FAYDALARI

Filmler aracılığıyla çocuklar için bilişsel temelli uygulamalar gelişmiş eleştirel düşünce, duygusal kelime dağarcığı, empati yeteneği, çatışma çözme becerileri, etik karar verme yetisi, içgörü gibi önemli kazanımların elde edilmesine yardımcı olabilmektedir. Bu kazanımların etkileri aşağıda sıralanmıştır.

Gelişmiş Eleştirel Düşünce: Filmlerdeki karakterlerin iyi ve kötü özellikleriyle birlikte değerlendirilmesiyle mümkün olur. Film karakterlerinin güçlü ve zaaflarıyla bir arada ele alınması eleştirel düşünmeye dair farkındalık kazandırır. Böylece bütüncül bir bakış açısı elde edilir. Film olay örgüsündeki dönüm noktaları ve ahlaki ikilem yaratan durumlar eleştirel düşünmeyi teşvik ederek bilişsel büyümeyi destekler.

-Duygusal Kelime Dağarcığı: Duygusal kelime dağarcığını çocukların yaşadıkları olaylar karşısında duygu ve tutumlarını göstermek ve ifade etmek amacıyla kullandıkları kelimelerin toplamı olarak açıklayabiliriz. Duygusal kelime dağarcığı yaşam boyu geliştirilebilmektedir. Film karakterlerinin deneyimleri ile çocukların kendi deneyimleri arasında bağlantı kurmak

geniş bir duygu yelpazesini tanımanın önünü açtığı gibi çocukların bu konuda kendilerini ifade etmeleri açısından önemli bir olanak sunar.

-Empati Kurmak: Film karakterlerinin duygu ve davranışlarını analiz etmek, farklı bakış açılarını anlamak açısından empati geliştirerek farklı duyguları anlamak açısından yardımcı olabilmektedir.

-Çatışma Çözme Becerileri: Filmdeki karakterlerin içinde buldukları durumlara dair nasıl bir bakış açısı geliştirdikleri ile ilgili çözüm önerilerini tartışarak sorun çözme ve iletişim becerilerinin geliştirilmesine katkı sunulur.

-Etik karar verme yetisi: Bu beceri film karakterlerinin seçimleri üzerine düşünmek ile doğrudan ilgilidir. Çocukların etik ikilemleri filmler aracılığı ile görmelerini sağlamak etik değerlerin kazanılmasına yardımcı olabilir.

-İçgörü: Film karakterlerin deneyimleriyle çocukların yaşamları arasında bağlantı kurularak çocukların kendi hayatlarına dair duygu, düşünce ve davranışlarına dair farkındalık kazanmalarına aracılık edebilir.

4. GENEL DEĞERLENDİRME VE SONUÇLAR

Genelde dünyada özelde ise Türkiye’de filmlerle ilgili yürütülen çalışmalarda çocukların bilişsel süreçlerine dair yapılan uygulamalar sayıca yetersizdir. Sinema alanında yer alan bilişsel film teorileri, psikoloji disiplini içerisinde yer alan terapi uygulamaları ile birlikte değerlendirildiğinde çocukların bilişsel gelişimlerine faydalı olabilecek önemli bir potansiyeli bünyesinde barındırmaktadır. Bilişsel temelli film uygulamaları gelişmiş eleştirel düşünce, duygusal kelime dağarcığı, empati yeteneği, çatışma çözme becerileri, etik karar verme yetisi, içgörü gibi önemli kazanımların elde edilmesine katkı sağladığı gibi çocuk izleyicilerin film izleme sürecinde zihinsel mekanizmalarına odaklanılması açısından da pek çok alanda bilişsel yeteneklerin geliştirilmesinin önünü açabilir. Çocukluk dönemindeki bilişsel gelişim ile ilgili araştırmalar, dış dünya ile etkileşimle doğrudan ilişkili olması dolayısıyla, filmler aracılığıyla alınan uyaranlar ve bilişsel perspektifle değerlendirilen film izleme pratikleri ve uygulamalar ile çocukların zihinsel gelişimlerine önemli katkıları bünyesinde barındıran ve tartışılmayı bekleyen konular arasında yer almaktadır.

KAYNAKÇA

Bordwell, D., *Narration in the Fiction Film*. University of Wisconsin Press/ Wisconsin, 1985.

Joseph D. Anderson, *The Reality of Illusion: An Ecological Approach to Cognitive Film Theory* Carbondale, Southern Illinois University Press/ Illinois, 1996.

Carroll, N. *The Philosophy of Horror. Paradoxes of the Heart*, Rutledge/ New York, 1990.

Carroll, N. "Toward a Theory of Point-of-View Editing: Communication, Emotion, and the Movies" *Poetics Today* 14:1 (Spring), (1993): 123-142.

Edward Branigan, "The Spectator and Film Space: Two Theories," *Screen* Vol. 22 No. 1(1981): 55- 78.

EĞİTİM SÜRECİNE ENTEGRASYONUN ORGANİZASYONU

Sevda ABBASOVA

Doktora pedagoji alanında doçent
Azerbaycan Devlet Pedagoji Üniversitesi,
Filoloji Fakültesi, Diller Bölümü
<https://orcid.org/0000-0002-6516-2444>

Özet

Eğitimin kalitesi, toplumun ahlaki gelişimini belirleyen temel faktör olarak her zaman temel, yönlendirici ve önemlidir. Müfredat (Eğitim planı) uygulamasının temel özü, eğitimli vatandaşın yaşamsal becerileri kazanmasıdır. Yaşamsal becerilerin üst düzeyde olabilmesi için öğrencinin tüm konularda temel bilgiye sahip olması, öğrendiklerini okulda uygulayabilmesi gerekir. pratik yapmalı ve konular arasında doğru, mantıksal bir bağlantı kurabilmeli. Bu bakımdan disiplinler arası iletişimin eğitim sürecinde uygulanması modern eğitim için acil bir konudur. Modern Azerbaycan dili, milli dilin en üst aşaması olan Azerbaycan halkının edebi dilidir. Her dil, modern bir örgütlenme biçimi bulana kadar belli bir gelişim sürecinden geçer.

Dilbilimin bir dalı olan sözlükbilim, dilin modern haliyle ve tarihsel gelişim süreci içindeki söz varlığını inceler. Modern Azerbaycan dilinin kelime dağarcığı, konuşmada kullanılan kelimeler ve deyim birimlerinden oluşur. Kelime sadece sözlükbilimin değil aynı zamanda edebiyatın da ifade aracıdır. Bu açıdan bakıldığında sözlükbilim öğretiminde edebiyatsız kalmak mümkün değildir. Ortaöğretim genel eğitim okullarında öğretilen "Azerbaycan dili" dersi de diğer genel eğitim konuları gibi öğrencilerin kişilik olarak gelişiminde önemli rol oynamaktadır.

Özellikle "Azerbaycan dili" ve "Edebiyat" konuları öğrencilerin konuşma kültürünün ve kelime hazinesinin gerekli düzeye getirilmesinde karşılıklı rol oynamaktadır. Modern zamanların talebine göre bilgi ve beceriler öğrencilere hemen aktarılmamakta, öğrenenlerden araştırmacı olmaya çağrılmaktadır. Bu nedenle tüm konular arasında entegrasyon sağlanmalı, öğrencilerin edindiği bilgi ve beceriler arasındaki iletişim sağlanmalıdır.

Anahtar Kelimeler: eğitim sistemi, Azerbaycan dili konusu, entegrasyon, kalite

ORGANIZATION OF INTEGRATION IN THE TRAINING PROCESS

Summary

The quality of education as the main factor determining the moral development of society is always the main, leading and relevant. The main essence of the curriculum application is the acquisition of vital skills of the educated citizen. In order for vital skills to be at a high level, the student must have basic knowledge of all subjects, be able to apply what he has learned in practice, and must be able to establish correct and logical connections between subjects. In this regard, the application of interdisciplinary communication in the training process is an urgent issue for modern training. The modern Azerbaijani language is the literary language of the

Azerbaijani people, which is the highest stage of the national language. Each language goes through a certain development path until it finds a modern form of organization.

Lexicology, which is a branch of linguistics, studies the vocabulary composition of the language in its modern state and in the process of its historical development. The vocabulary of the modern Azerbaijani language consists of words and phraseological units used in conversation. The word is not only a means of expression of lexicology, but also of literature. From this point of view, it is impossible to do without literature in the teaching of lexicology. The "Azerbaijani language" subject taught in secondary general education schools, like other general education subjects, plays an important role in the development of students as a personality. In particular, "Azerbaijani language" and "Literature" subjects have a reciprocal role in bringing students' speech culture and vocabulary to the required level. According to the demand of modern times, knowledge and skills are not readily imparted to students, but learners are called to become researchers. For this reason, integration between all subjects should be maintained, communication between knowledge and skills acquired by students should be ensured.

Keywords: education system, subject of Azerbaijani language, integration, quality

Aktuallıq. Elmi-texniki tərəqqinin sürətli inkişafı, dünya standartlarına uyğunlaşmaq və s. kimi amillər müasir dərsi təkmilləşdirməyi, yeniləşdirməyi, fənlər arasında, həmçinin fənn daxilində məntiqi əlaqə qurmağı, tədris zamanı şagirdləri tədqiqata cəlb edəcək, yaradıcılıq qabiliyyətlərini üzə çıxaracaq metod və üsullardan istifadəni tələb edir. Bu baxımdan Azərbaycan dili fənninin tədrisi zamanı ədəbiyyat fənni ilə inteqrasiya yaratma təlim keyfiyyətini artırmaq baxımından aktualdır.

Ümumtəhsil sistemində təlim nəticələrinin standartlar əsasında müəyyənləşdirilməsi tədris edilən fənlər üzrə ümumi təlim nəticələrinin reallaşdırılmasına imkan yaradır. Ümumi təlim nəticəsi təhsilalanların təhsil səviyyəsinin və ya hər hansı dərs ilinin sonunda əldə edəcəyi bilik, bacarıq və vərdisləridir. Bu nəticələr əvvəlcədən müəyyən olunur.

Dərslərdə məzmun standartlarının reallaşdırılması vacib faktorlardan biridir. Azərbaycan dili üzrə məzmun standartları bir-biri ilə əlaqəlidir. Dərsləri bu istiqamətdə qurmaq üçün fəndaxili və fənlərarası inteqrasiyanın qurulmasına şərait yaranır. Fəndaxili inteqrasiya adından görüldüyü kimi, eyni fənnə aid bilik, bacarıq, vərdiş və mövzuların əlaqələndirilməsi, faktların sistemləşdirilməsidir. Fəndaxili inteqrasiyanın növü olan şaquli inteqrasiya standartların siniflər üzrə əlaqəsini əhatə edir. Bilik, bacarıq və vərdişlərin sinifdən-sinfə genişlənərək inkişaf etməsini izləməyə imkan yaradır. Bu inteqrasiya siniflərarası inteqrasiya kimi də adlanır. Eyni alt standart sinifdən-sinfə keçdikcə məzmunca dəyişmir, çətinlik səviyyəsinə görə dəyişir, sinifdən-sinfə keçdikcə standartlar arasındakı əlaqə itmir.

Azərbaycan dili dərslərlərində şagirdlərin şifahi və yazılı nitqinin formalaşması, dünya-görüşününün zənginləşdirilməsi məqsədilə müxtəlif məzmunlu, ahəngdarlığı gözlənilən mətnlər verilir ki, bu mövzular arasında məntiqi, xronoloji və sadəcə mürəkkəbə ardıcılığı əsas prinsip kimi seçilmişdir. Seçilmiş mətnlər nitq bacarığını-dinləmə, oxu, danışma və yazını inkişaf etdirməyə birbaşa xidmət göstərir. Həmçinin mətn üzərində iş dərslərlərdə əsas

istiqamət olaraq götürülmüşdür ki, bunun üçün müxtəlif xarakterli tapşırıqlar, çalışmalar seçilmiş və həmin tapşırıqlar kontekstual və prosedural xarakter daşıyır. Azərbaycan dili elə fənlərdəndir ki, başqa fənləri –ədəbiyyat, tarix, riyaziyyat, coğrafiya, təsviri incəsənət, musiqi və s. fənləri özündə inteqrasiya edə bilir. Bu baxımdan Azərbaycan dili dərsləkləri hazırlanarkən elə mövzular seçilib salınmışdır ki, bu mövzular şagirdlərin mənəvi aləminin, estetik zövqlərinin inkişaf olunmasında təsirli ola bilsin. Kurikulumun qarşıya qoyduğu məqsədə nail olması, şagirdlərin fənlərarasında qurulmuş əlaqəni daha yaxşı mənimsəməsi və biliklərinin əhatəliliyi baxımından sözsüz ki, tədris zamanı fəal-interaktiv təlim metodlarından istifadə edərək inteqrasiya qurmaq daha faydalıdır. Müasir təlimin əsas vəzifəsi demokratik ruhlu, müstəqil düşüncəli, yüksək bilik və bacarıqlara malik gənc nəslin tərbiyə olunmasıdır. Bu məqsədlə də tədris prosesində yeni təlim texnologiyalarından istifadə edilməsi zəruri haldır. Bu gün təlim prosesində yeni texnologiyalardan istifadə etməklə təhsilin keyfiyyətinin yüksəldilməsi hər bir müəllimin arzusudur. Ümumtəhsil məktəblərində V sinifdən başlayaraq Azərbaycan dili ilə yanaşı ədəbiyyat fənni də tədris edilir. Bu fənlər üzrə bir neçə məzmun xətti (oxu, yazı, danışma) üst-üstə düşsə də, ədəbiyyat fənnində həmin məzmun xətləri üzrə standartlar yalnız bədii mətnlər əsasında, Azərbaycan dili fənni üzrə isə həm bədii, həm də elmi-kütləvi mətnlər əsasında reallaşdırılır.

Müasir yanaşmada nitq bacarıqlarının formalaşdırılması və inkişaf etdirilməsi mətn üzərində iş əsasında qurulur. Azərbaycan dili dərsləklərində də mətn nümunələri verilmiş və həmin mətnin məzmununu, mövzusu, ideyası ətrafında oxu, dinləyib-anlama, danışma və yazı fəaliyyətləri qurulmuşdur. Mətnlərin quruluşunda dil qaydalarına keçid də mətnə verilmiş müəyyən situasiyadan asılıdır. Bu gün dil tədrisində önəmli məqsədlərdən biri də mətndəki informasiyanı qavramaq bacarığını inkişaf etdirməkdir. Şagirdlər bu mətnlərlə ancaq Azərbaycan dilini deyil, eyni zamanda başqa fənləri də öyrənərkən qarşılaşırlar. Ancaq mətndəki informasiyanı qavramaq bacarığını inkişaf etdirmək məhz dil tədrisinin predmetidir. Şagirdlərə oxu texnologiyasını mənimsətmək müəllimin əsas məqsədlərindən biri olmalıdır ki, bu zaman şagird həm nitq bacarıqlarını inkişaf etdirəcək, mətnin əhatə etdiyi maraqlı informasiyanı mənimsəyəcək. Eyni zamanda şagirdlərin yazı və danışma bacarığını formalaşdırmaq üçün dərslərdə şagirdlərə layihə yazmaq, təqdimat hazırlamaq kimi tapşırıqlar verilə bilər. Şagirdlər hazırladığı təqdimatı və ya layihəni şifahi yaxud yazılı şəkildə təqdim edərkən müəllim müxtəlif parametrlərdən şagirdlərin işini yoxlaya bilər ki, bura mətnin düzgün quruluşu, fikirlərin ardıcılığının qorunması, orfoepik və orfoqrafik qaydalara düzgün əməl edilməsi və s. aiddir.

VI sinif Azərbaycan dili fənni üzrə dərsliyə nəzər yetirsək, dil qaydaları üzrə materialların bölmələr üzrə paylaşdırılması aşağıdakı kimidir: I bölmə-isim, sifət; II bölmə-say; III bölmə-əvəzlik; IV bölmə-feil; V bölmə-zərf; VI bölmə-cümlənin baş üzvləri

Bununla belə V sinif üzrə dil qaydaları ilə bağlı tapşırıqların verilməsi şagirdlərə əvvəl öyrəndikləri materialları yenidən təkrar etmək və təkmilləşdirmək üçün imkan yaradır. Beləliklə V sinfin dil qaydaları bölməsi olan “leksikologiya” ilə bağlı şagirdlər “2.1.2 Sözləri həqiqi və məcazi mənada işlənməsinə görə fərqləndirir” standartının reallaşdırılması ilə aşağıdakı təlim nəticələrini əldə edirlər:

1. Məcəzi mənalı söz və birləşmələri həqiqi mənada işlənən ekvivalenti ilə əvəz edir

2. Şeirdəki məcazi mənəli söz və birləşmələri müəyyənləşdirir və izah edir.
3. Məcəzi mənada işlənmiş sözün həqiqi mənasını müəyyənləşdirir.
4. Kontekstə görə sözün həqiqi, yoxsa məcazi mənada işləndiyini müəyyənləşdirir.
5. Şeirdə rast gəldiyi obrazlı ifadənin mənasını izah edir.
6. Frazoloji ifadələrin mənasını izah edir.

Bildiyimiz kimi, fəal-interaktiv təlimdə şagird tədqiqatçı, müəllim isə bələdçi rolunu daşıyır. Azərbaycan dili fənni materiallarının rəngarəngliyi ilə seçilir. Azərbaycan dili fənninin tədrisi zamanı müxtəlif təlim metodlarından istifadə etməklə dərslərin qarşısına qoyulan məqsədə nail olmaq mümkündür.

Leksikologiya bölməsinin tədrisi ilə bağlı aşağıdakı dərslərin nümunəsini təqdim edirik:

Mövzu: Antonimlər

*Standart:*4.1.2

*Məqsəd:*Antonim sözləri düzgün müəyyənləşdirir.

Dərslərin tipi: induktiv

İnteqrasiya: fəndaxili, ədəbiyyat

İş forması: kollektiv, qruplarla

*İş üsulları:*Venn diaqramı, klaster, müzakirə, təqdimat

*Resurslar:*dərslər, iş vərəqləri

Dərslərin mərhələləri

Motivasiya: Şagirdlərin sözlərin leksik mənə qruplarına hansıların daxil olduğu ilə əlaqədar biliklərini klaster metodu, onların oxşar və fərqli cəhətləri ilə bağlı bilikləri isə Venn diaqramı vasitəsilə yada salınır.

Tədqiqat sualı: Antonimlər nədir və antonim sözlərin xüsusiyyətləri hansılardır?

Tədqiqatın aparılması: Şagirdlər dörd qrup təşkil edir və dərslərdəki tapşırıqlar qruplar arasında bölünür. I qrupa 3-cü və 7-ci, II qrupa 5-ci və 9-cu, III qrupa 4-cü və 11-ci, IV qrupa isə 1-ci və 6-cı tapşırıqların icrası təqdim olunur. Antonimlərin təzad yaratmaqda böyük rola malik olduğunu mənimsətmək üçün ədəbiyyat fənnindən götürülmüş nümunələr təqdim olunur və şagirdlərə bu nümunələrdən antonimlərin seçilməsi tapşırılır. Şagirdlər bu tapşırığı kollektiv şəkildə icra edirlər. Həmçinin tapşırığın icrası zamanı antonimlər haqqında biliklər dərinləşir və eyni zamanda ədəbiyyat fənni ilə inteqrasiya yaradılır.

*Məlumat mübadiləsi:*Qruplar tapşırıqları icra etdikdən sonra, təqdimat baş tutur, fikir mübadiləsi aparılır. Hər bir qrup digər qrupların çıxışını diqqətlə dinləyir.

Məlumat müzakirəsi: Qrupların irəli sürdüyü fikirlər müzakirə olunur. Doğru və yanlış fikirlər müəyyənləşdirilir. Qruplar təqdimatlar haqqında fikirlərini bildirir.

*Nəticələrin çıxarılması:*10-cu tapşırığı şagirdlər kollektiv şəkildə icra edir. Bu tapşırıq leksik qaydaları ümumiləşdirmək və nəticə çıxarmaq üçün təqdim olunur. Beləliklə, sözlərin leksik mənə qruplarından olan antonimlər eyni nitq hissəsinə aid olub təzad yaratmaqla bədii əsərlərin dilində xüsusi mənə çalarlılığı əmələ gətirir,ideyanı qüvvətləndirir.

*Yaradıcı tətbiqetmə(ev tapşırığı):*V sinif ədəbiyyat dərslərində N.Xəzrinin “ Qızıl payız” şeirində işlənmiş antonimləri seçib yazmaq. “

Qiymətləndirmə aşığıdakı meyarlar üzrə həyata keçirilir: Mövzunu dərk edir. Əməkdaşlıq edir. Vaxtdan səmərəli istifadə edir. Fikirlərini əsaslandırma bilir. Antonimləri müəyyənləşdirə bilir.

Fənlərarası əlaqənin inteqrasiya müstəvisinə gətirilməsi onun vacib təhsil prinsiplərindən biri olaraq nəzərə alınmaqla tətbiq olunur. İnteqrasiya şagirdlərə dünyanın dərk edilməsinə yaradıcı, idraki münasibət bəsləyən subyektlər kimi yanaşılmasına imkan yaradır. İnteqrativ kurikulum şagirdlərin dərslərdə verilən materiallara yaradıcı yanaşmasına şərait yaradır. Azərbaycan dili fənninin ədəbiyyatla sıx əlaqəsi bu iki fənnin bir-biri ilə bağlılığına, inteqrasiya yaratmasına imkan verir. Təlim prosesində istər fəndaxili, istərsə də fənlərarası inteqrasiyanın təmin edilməsi bilik və bacarıqların şagirdlər tərəfindən daha yaxşı mənimsənilməsi, dərslərin daha maraqlı və məzmunlu təşkil olunması, uşaqlarda tədqiqatçılıq meyillərinin inkişafı üçün çox vacib məsələlərdəndir.

Ədəbiyyat

1. Azərbaycan Respublikasının ümumtəhsil məktəbləri üçün Azərbaycan dili üzrə Təhsil Proqramı (Kurikulumu), Bakı: Azərbaycan Respublikası Təhsil Problemləri İnstitui, 2013. 135 səh
2. Hüseynova G. Kurikulum təliminə praktiki baxış. Həmkara dəstək 4-cü cild. Şərq İnkişafı İnstitunun nəşrləri. Bakı: MM-S müəssisəsi, 2017. 360 səh.
3. Ümumtəhsil məktəblərinin 5-ci sinfi üçün “Azərbaycan dili” (tədris dili kimi) fənni üzrə dərslük. “Altun kitab”. Bakı, 2018. 200s
4. Ümumtəhsil məktəblərinin 5-ci sinfi üçün “Azərbaycan dili” (tədris dili kimi) fənni üzrə müəllim üçün metodik vəsait. “Altun kitab” Bakı, 2016. 200s
5. Ümumtəhsil məktəblərinin 5-ci sinfi üçün Ədəbiyyat fənni üzrə dərslük. “Təhsil Nəşriyyat-Poliqrafıya”. Bakı, 2016. 208s
6. Ümumtəhsil məktəblərinin 6-cı sinfi üçün “Azərbaycan dili”(tədris dili) fənni üzrə dərslük. “Altun kitab”. Bakı, 2018. 192s
7. Ümumtəhsil məktəblərinin 6-cı sinfi üçün “Azərbaycan dili”(tədris dili) fənni üzrə dərslüyün metodik vəsaiti. “Altun kitab”. Bakı, 2017. 176 s.

AZƏRBAYCAN DİLİ SİNTAKSİSİNİN İNTEQRATİV ƏSASLI TƏDRİSİ İMKANLARI

Rəhilə Hümətova f.ü.f.d. dosent
Azərbaycan Dövlət Pedaqoji Universiteti Filologiya fakültəsi
Azərbaycan dili və onun tədrisi texnologiyası bölümü
ORCID 0000-0003-2521-6361

ÖZET

“İnteqrasiya” sözü latın sözü olub “bərpa olunma, hissələrin bütöv bir tam halında birləşməsi” deməkdir. Müasir çağda inteqrasiya dünya təhsil sistemində mühüm yer tutur. Qloballaşan dünyamızda, informasiyaların genişləndiyi, cəmiyyətin sürətlə dəyişdiyi bir zamanda inteqrasiya ən mühüm təhsil strategiyalarından birinə çevrilib. Məhz buna görə də müasir təhsildə inteqrativ təlimə xüsusi önəm verilir və pedaqoji texnologiyalardan biri kimi qəbul edilir.

Məlumdur ki, məktəbdə tədris olunan bütün fənlər arasında müəyyən bir əlaqə, bağlılıq mövcuddur. Ona görə ki, fənlərin hər biri öz mənbəyini zaman, məkan, canlı və cansız varlıqların vəhdəti olan dünyadan alır. Məhz bu səbəbdən elmlər də vəhdət təşkil edib öz aralarında əlaqəyə girə bilər. İnteqrasiyaya nail olmağın ən zəruri məqamı fənləri həyatla əlaqələndirməkdir. Bunun üçün əsas məqsəd inteqrasiya anlayışının mahiyyətinə varmaqdır. Əldə olunan araşdırmalara görə inteqrasiya təlim prosesini təkmilləşdirir. Fənlər arasındakı əlaqə təhsilənlərin hərtərəfli düşüncə bacarığının formalaşmasına gətirib çıxarır. “Araşdırmalar göstərir ki, fənlərarası və fəndaxili münasibətlərin sadəcə əlaqə deyil, inteqrasiya xarakteri daşması bu münasibətlərin daha sıx və möhkəm olmasına, onun bütöv bir prosesə çevrilməsinə şərait yaradır. Fənlərarası və fəndaxili inteqrasiya interaktiv öyrənməyə geniş yol açır. Şagirdlərin təbiət, cəmiyyət və insanlar haqqında qarşılıqlı əlaqələr şəraitində qurulmuş biliklərə yiyələnməsini stimullaşdırır”.

Məqalədə Azərbaycan dili qrammatikasının ən geniş bölmələrindən biri olan sintaksisin tədrisində inteqrativliyə əsaslanmağın məqsəd və əhəmiyyəti, fonetika, leksikologiya, xüsusən qrammatikanın digər şöbəsi – morfoloogiya ilə əlaqəsinin qaçılmaz olduğu konkret mövzularla işıqlandırılıb, zəruri təlim texnologiyaları ilə reallaşdırılıb.

Açar sözlər: inteqrasiya, inteqrativ əsaslı təlim, sintaksis

GİRİŞ. Kompüter texnologiyasının sıçrayışlı inkişafının hökm sürdüyü III minillikdə bütün dünya dövlətləri kimi müstəqil Azərbaycan Respublikasının azad vətəndaşları da elm və texnikanın yaratmış olduğu həyat tərzinə uyğunlaşmağı bacarmalıdır. Məhz buna görə də istər orta ümumtəhsil məktəblərində, istərsə də universitetlərdə təhsilənlər dövrün zəruri tələblərinə uyğun şəkildə yetişdirilməlidir. Azərbaycan Respublikası ümumtəhsil məktəblərində tətbiq olunan fəal təlimin əsas məqsədi şagirdlərin passivliyini aradan qaldırmaqla çevik təfəkkür və yaradıcılıq qabiliyyətləri formalaşdırıb təlimin keyfiyyətinin yüksəldilməsinə şərait yaratmaq və demokratikləşdirmə, humanistləşdirmə, fərdiləşdirmə və inteqrasiya prinsiplərini həyata keçirməkdir. Bunlardan inteqrasiya prinsipi əslində bizim üçün

yeni anlayış deyil, termin yenidir. Ənənəvi təlimdə biz bu prinsipdən “əlaqə” adı altında həmişə istifadə etmişik. Bütün fənlərin tədrisində, xüsusilə Azərbaycan dili dərslərində kursun tam mənimsədilməsi fəndaxili əlaqənin (şaquli inteqrasiya) nə dərəcədə səmərəli və şüurlu qurulmasından asılıdır. Aydın məsələdir ki, morfologiyanın tədrisində fonetika, leksika, söz yaradıcılığına, eləcə də sintaksisin tədrisində bu bölmələrlə yanaşı morfologiyaya istinad etməsək, uğurlu təlim nəticələrindən söhbət belə gedə bilməz. Lakin bu əlaqələr formal xarakter daşımamalı, mövzunun şagirdlərə şüurlu mənimsədilməsinə, əldə olunan biliklərin dəqiqləşdirilməsinə və yaradıcı tətbiqinə yönəlməlidir. Üfüqi inteqrasiya isə lazım olan situasiyalarda müxtəlif fənlərə aid bilik və bacarıqların tətbiqini nəzərdə tutur.

ARAŞDIRMA VƏ TAPINTILAR. “İnteqrasiya” sözü latın sözü olub “bərpa olunma, hissələrin bütöv bir tam halında birləşməsi” deməkdir. İnteqrasiya terminindən XX əsrin sonundan istifadə olunmağa başlanılsa da, anlayış olaraq tarixinin daha qədim olduğunu demək mümkündür. Müasir çağda inteqrasiya dünya təhsil sahəsində mühüm yer tutur. Qloballaşan, bir-birinə inteqrasiya edən dünyamızda, informasiyaların genişləndiyi, cəmiyyətin sürətlə dəyişdiyi bir zamanda inteqrasiya ən mühüm təhsil strategiyalarından birinə çevrilib. Məhz buna görə də müasir təhsildə inteqrativ təlimə xüsusi önəm verilir və pedoqoji texnologiyalardan biri kimi qəbul edilir.

Hərtərəfli düşünmə bacarığına sahib olan şəxslər ətrafda baş verən hadisələrin səbəbini izah edə bilir və ona öz münasibətini də ifadə etməyi bacarır. Bunun ilkin təməlləri məktəbdə qoyulur. Məlumdur ki, məktəbdə tədris olunan bütün fənlər arasında müəyyən bir əlaqə, bağlılıq mövcuddur. Ona görə ki, fənlərin hər biri öz mənbəyini zaman, məkan, canlı və cansız varlıqların vəhdəti olan dünyadan alır. Məhz bu səbəbdən elmlər də vəhdət təşkil edib öz aralarında əlaqəyə girə bilirlər. İnteqrasiyaya nail olmağın ən zəruri məqamı fənləri həyatla əlaqələndirməkdir. Bunun üçün əsas məqsəd inteqrasiya anlayışının mahiyyətinə varmaqdır. Əldə olunan araşdırmalara görə inteqrasiya təlim prosesini təkmilləşdirir. Fənlər arasındakı əlaqə təhsilənlərin hərtərəfli düşüncə bacarığının formalaşmasına gətirib çıxarır və onlar digər fənlərdən qazandıqları bilikləri əlaqələndirib öz gündəlik həyatlarında, ictimai problemlərinin həllində tətbiq edirlər.

“Araşdırmalar göstərir ki, fənlərarası və fəndaxili münasibətlərin sadəcə əlaqə deyil, inteqrasiya xarakteri daşması bu münasibətlərin daha sıx və möhkəm olmasına, onun bütöv bir prosesə çevrilməsinə şərait yaradır. Müəllimlər pedaqoji prosesdə ondan daha səmərəli qaydada istifadə etmək imkanı qazanırlar. Bundan əlavə, fənlərarası və fəndaxili inteqrasiya interaktiv öyrənməyə geniş yol açır. Şagirdlərin təbiət, cəmiyyət və insanlar haqqında qarşılıqlı əlaqələr şəraitində qurulmuş biliklərə yiyələnməsini stimullaşdırır”. (2, 18)

“Ölkəmizdə aparılan təhsil islahatları dövründə əsas fəaliyyət istiqamətlərindən biri inteqrativ təhsilin formalaşdırılması sahəsində aparılan işlər olmuşdur. Bu işləri də iki istiqamətdə qruplaşdırmaq mümkündür ki, bütün hallarda ümumtəhsil, eləcə də digər pillələrdə əldə olunmuş fəndaxili, fənlərarası əlaqələr sahəsində nailiyyətlər öyrənilərək ümumiləşdirilmiş, yeni təcrübənin yaradılmasında onlardan istifadə olunmuşdur. Eyni zamanda inteqrasiya anlayışına aid mülahizələr nəzərə alınmış, yeni təhsil konsepsiyasının yaradılmasında onlardan istifadə edilmişdir”. [1, 7] Müasir dövrdə şagirdlərin həyatı bacarıqlara nail olmaları, idraki vərdislər qazanmaları üçün təfəkkür məktəbini keçməli,

tənqidi, məntiqi və yaradıcı düşünmə qabiliyyətlərinə yiyələnmələri əsas tələb kimi meydana çıxır.

“İntegrativliyin nəzərə alınmasında iki cəhət əsas götürülmüşdür. Birinci, fənlərin integrativ xarakterdə olmasına diqqət yetirilmişdir. Fənlərin nəzəri və praktik funksiyalarının artırılması üçün onların imkan daxilində, daha çox elm sahələrinə aid anlayışları əhatə etməsinə, sinkretik xarakterdə olmasına diqqət yetirilmişdir. Əldə olunmuş təcrübələr də onu göstərir ki, uyğun elm sahələrinin müəyyən müstəvidə əlaqələndirilməsi, bütövləşdirilməsi və vahid formada təqdim olunması təlim marağını yaradan başlıca vasitələrdən hesab edilir”. [3, 7]

Metodik ədəbiyyatlarda integrasiyanın iki növü: fəndaxili və fənlərarası integrasiya xüsusi olaraq qeyd edilir. Fəndaxili integrasiya müəyyən bir fənnin öyrətdiyi anlayış, bilik, bacarıqların əlaqələndirilməsi, fənn daxilindəki systemsiz faktların sistemləşdirilməsidir. “Fəndaxili integrasiya da 2 cür olur: Üfüqi və şaquli integrasiya. Üfüqi integrasiya - fənn üzrə məzmun xətlərini əlaqələndirməklə, müvafiq məzmun standartlarının müəyyən tədris vahidlərində ifadə olunmasını təmin edir. Şaquli integrasiya - sinifdən-sinfə tədrisən dərinləşən və genişlənən məzmun xətləri arasında varisliyi təmin edir”. [5]

Avropa ölkələrində bu modellərdən fənlərin məzmununun təhsilçilərə çatdırılması, onların dərslə daha fəal olması, öyrənmə prosesinə marağın yaradılması, şagird dünyagörüşünün inkişaf etdirilməsi məqsədi ilə istifadə olunur. Tədqiqatlar göstərir ki, fənlərarası və fəndaxili münasibətlərin integrasiya xarakteri daşması bu münasibətlərin daha sıx və möhkəm olmasına, onun bütöv bir prosesə çevrilməsinə şərait yaradır. Fənlərarası və fəndaxili integrasiya interaktiv öyrənməyə yol açır.

İntegrativ dərslə quruluşu fənlər arasında əlaqələndirici vəzifəyə malik olmasıdır. Və bu cür dərslər aşağıdakılar reallaşmalıdır: 1. Müəllim dərslə mövzusunda fənlərarası integrasiyanın mövcudluğunu dərk etməlidir. 2. Bilik, fakt və bacarıqların ümumi fənlərə aid olduğunu bilməlidir. 3. Müəyyən bilik, fakt və bacarıqdan digərinə keçidi qeyri-ənənəvi yollarla reallaşdırmalıdır. 4. Integrasiya nəticəsində bilik, fakt və bacarıqları ümumiləşdirməyi bacarmalıdır. 5. Yeni integrativ bilikləri şagirdlərdə möhkəmləndirməlidir (yeni çalışmaların tətbiqinə əsasən). [4]

“İntegrativ öyrənmə şagirdlərin ətraf mühitin müəyyən aspektlərini müxtəlif fənlərə aid biliklər vasitəsilə geniş araşdırılmasıdır. Fənlərarası əlaqə bu imkanları genişləndirməklə şagird fəaliyyətini məntiqi, tənqidi, yaradıcı məcrada istiqamətləndirir, onun koqnitiv xarakter almasına təsir göstərir”. [3, 56]

Sintaksisin dilçiliyin digər bölmələri ilə integrasiyası. Azərbaycan dilçiliyinin ən əsas bölməsi sayılan qrammatika özündə morfologiya və sintaksisi birləşdirir. *Fonetika bölməsinə* mükəmməl yiyələnmədən biz sintaksisdə tədris olunan məntiqi vurğu, cümlənin məqsəd və intonasiyaya görə növləri, söz birləşmələri bəhsini düzgün dərk edə bilmərik. Fonetika bölməsində araşdırılan və tədris olunan əsas məsələlər: danışıq səsləri, onların əmələgəlmə xüsusiyyətləri, səslərin təsnifi, fonem, fonetik hadisə və qanunlar, səslərin orfoepiya və orfoqrafiyası, ahəng qanunu, vurğu (növləri), intonasiya sintaksisin tədrisi ilə birbaşa əlaqəlidir. Bildiyimiz kimi, səs sözlər üçün, sözlər söz birləşmələri üçün, söz və söz birləşmələri cümlələr üçün tikinti materialıdır. Dilin daxili qanunauyğunluğu əsasında formalaşan dil vahidləri möhkəm əlaqələrlə birləşərək onun

ayrı-ayrı bölmələrini bir bütöv sistem kimi əks etdirir. Bu baxımdan hər bir dilçilik şöbəsinin tədrisi, həmçinin araşdırılması zamanı mütləqdir ki, digər dilçilik şöbələri ilə inteqrasiya yaradılsın. Sintaksis bəhsində məntiqi vurğudan bəhs edərəkən vurğu haqqında alınan məlumatlara əsaslanırıq. Belə olduqda həm əvvəlki mövzular xatırlanır, dərinləşir, möhkəmlənir, həm də yeni mövzu daha asan dərk olunur. Məntiqi vurğu cümlədə hər hansı bir sözün digər sözlərə nisbətən daha qüvvətlə tələffüz edilməsidir. Məntiqi vurğu dinləyicinin diqqətini əsas fikir ifadə edən sözün üstünə yönəldir. Eyni zamanda məntiqi vurğu fikri müxtəlif mənə çalarlığında ifadə edən sözə diqqət yetirməyi tələb edir. Danışanda və ya ucadan oxuyanda sözləri düzgün deməklə yanaşı, həmçinin fikirləri aydın şəkildə çatdırmaq üçün əsas sözləri və ifadələri vurğulamaq vacibdir. Lazımi sözlərin nəzərə çatdırılması məntiqi vurğunun köməyi ilə mümkündür. Material maraqlı olsa belə, dinləyicilərin diqqətinə çatdırılacaq ifadə yerində və düzgün vurğulanmayanda nətiq məqsədinə nail ola bilmir. Aydınır ki, fikir müxtəlif üsullarla nəzərə çatdırılır: səsi artırmaqla, fikri tələsmədən ifadə etməklə, mimika və jestlər vasitəsilə. Əlbəttə, hansı üsuldan istifadə etməyimiz materialda əks olunan fikirdən asılıdır. Fonetika bölməsində vurğunun mükəmməl və düzgün qavranılması digər bölmələr, xüsusilə sintaksis üçün *açar*, *giriş* rolunu oynayır və inteqrasiyanın yaradılmasını təmin edir.

Sintaksisin leksikologiya ilə qarşılıqlı əlaqəsi. Dil iki nəhəngin – lüğət tərkibi və qrammatik quruluşun üzərində dayanır. Dilçiliyin maraqlı bölmələrindən olan leksikologiyada dilin lüğət tərkibi öyrədilir. Leksikologiyanın əsas predmeti sözdür. Məlumdur ki, fikrin dəqiq ifadəsi üçün lüğət ehtiyatının, söz bazasının çoxluğunun böyük əhəmiyyəti vardır. Sözlərin mətn daxilindəki yerini, onun semantikasını dərk etmədən sözə həssas münasibət aşılamaq qeyri-mümkündür. Bu bölmədə dilimizdəki sözlər öyrənilir, tədqiq edilir. Bilirik ki, söz həm leksik, həm də qrammatik mənaya malik olur. Leksikologiyada sözün lüğəvi mənası, sözün mənşəyi, işlənmə dairəsi, semasioloji xüsusiyyətləri – onun mahiyyəti, omonimliyi, antonimliyi, sinonimliyi öyrənilir. Söz dilin nominativ vahidləri sahəsinə daxildir. Sintaksisdə öyrənilən söz birləşmələri də dilin nominativ vahidləri sırasına daxildir. Söz cümlə üçün olduğu kimi, söz birləşmələri üçün də əsas materialdır. Əgər birləşməni əmələ gətirən sözün mənası aydın deyilsə, o zaman söz birləşməsinin də mənası aydın düşünülə bilməz. Leksikologiyada qazanılan bilikləri sintaksisdə asanlıqla müqayisəli şəkildə tətbiq etmək, inkişaf etdirmək mümkündür və vacibdir. Məsələn, leksika bölməsində frazeoloji vahidlər, onların quruluşu, semantikasının mənimsənilməsi, eləcə də dilimizdə bu birləşmələrin sabit söz birləşməsi adını qazanması, bununla yanaşı dilimizdə sərbəst söz birləşmələri adlanan vahidlərin olması, sabit və sərbəst söz birləşmələrinin müqayisəli şəkildə tədrisi həm əvvəlki mövzuların təkrar edilib möhkəmlənməsinə, həm də yeni elmi-nəzəri məlumatın şüurlu olaraq dərk edilməsinə kömək edir. Bu məqsədlə, yəni sabit birləşmələrlə sərbəst birləşmələri fərqləndirmək üçün belə bir alqoritmik məsələ quraq:

1. Verilmiş birləşmələr dildən hazır şəkildəmi götürülüb?

Birləşmələr: **ələ salmaq;** **insanın taleyi**

Cavab: hə yox

2. Birləşmə məcazi məna ifadə edirmi?

Cavab: hə yox

3. Birləşmə daxilindəki sözlər öz müstəqilliyini itirirmi?

Cavab: hə yox

Nəticə: frazeoloji birləşmə sərbəst birləşmə
leksik vahid sintaktik vahid

Beləliklə, alqoritmik məsələnin nəticəsi olaraq aydınlaşır ki, istər sərbəst söz birləşməsi, istər frazeoloji (sabit) söz birləşməsi iki sözün birləşməsindən formalaşsa da, ayrı-ayrı dil vahidləridir.

Sintaksisin morfolojiya ilə əlaqəsi. Morfologiyada elə bir mövzu tapılmaz ki, onun sintaksislə əlaqəsi yaranmasın. Sintaksisdə cümlənin məqsəd və intonasiyaya görə növləri haqqında nəzəri məlumat verərkən sual əvəzlilikləri, sual ədatları, felin əmr şəkli, eləcə də digər şəkilləri, nidalar haqqındakı biliklər təkrarlanıb möhkəmləndirilir. Həmçinin fonetika bölməsi ilə inteqrasiya qurulur, intonasiyanın mahiyyəti bir daha açılır.

Söz birləşmələri – ismi və feli birləşmələr, sintaktik əlaqələr haqqında nəzəri məlumat verərkən nitq hissələri yenidən təkrar obyektinə çevrilir. İsmi və feli birləşmələrin əsas tərəflərinin adlarla və felin təsriflənməyən formaları ilə ifadə edilməsi, I növ təyini söz birləşməsinin asılı tərəfinin isimlə, sayla, sifətlə, əvəzliliklə, feli sifətlə ifadə olunması, II və III növ təyini söz birləşmələrinin tərəflərinin yiyəlik hal və mənsubiyyət şəkilçisi ilə formalaşması morfolojiya və sintaksis bölmələri arasındakı əlaqəni bir daha sübut edir. Sintaktik əlaqələr mövzusunda da isim, sifət, say, feil və s. nitq hissələri ilə yenidən əlaqənin qurulması zərurəti yaranır. Belə ki, idarə əlaqəsinin əsas göstəricisinin hal şəkilçisi, idarə edən tərəfin əsasən feil, bəzi vaxtlarda digər nitq hissələrinin, xüsusən qoşmaların, uzlaşma əlaqəsinin göstəricisinin mənsubiyyət və şəxs sonluğu olmasından və s. danışılanda, təbii ki, morfolojiya bölməsi ilə inteqrasiya yaradılmalıdır. Mənsubiyyət kateqoriyasının mahiyyətini bilmədən uzlaşma əlaqəsini, II və III növ təyini söz birləşmələrini öyrənmək olmaz. II və III növ təyini söz birləşmələrini mənimsəmək üçün yalnız mənsubiyyətə görə dəyişməni bilmək kifayət etmir, eyni zamanda ismin yiyəlik halını və xüsusiyyətlərini dərinlən bilmək gərəkdir.

Feli birləşmələr – feli bağlama, feli sifət və məsdər haqqında, onların ətrafına söz toplayaraq tərkib əmələ gətirməsi, cümlə daxilində mürəkkəb cümlə üzvü olması barədə morfolojiya bölməsində nəzəri bilik verilir. Sintaksisdə həmin birləşmələrin xüsusiyyətləri, aralarındakı əlaqə, hansı cümlə üzvü olması və s. haqqında yeni məlumat çatdırılır. Əslində bu yeni bilik də deyil, əvvəldə öyrəndiklərini tətbiq etmək bacarığı, məntiqi nəticə çıxarmaq qabiliyyətidir. Çünki sintaksis daha geniş ümumiləşdirmə və məntiq tələb edir. Bunlardan əlavə, hər bir nitq hissəsi haqqında elmi-nəzəri bilik

verilərkən onların hansı cümlə üzvü vəzifəsi daşdığı da təhsilalanlara linqvistik təhlillər aparmaqla çatdırılır. Morfologiya şöbəsi sintaksis üçün çox möhkəm zəmin hazırlayır. Və sintaksis bölməsi həmin zəmin üzərində dayanaraq fikrin çatdırılmasını təmin edən cümlənin, mətnin formalaşma xüsusiyyətlərini araşdırır. Konkret olaraq morfologiya şöbəsinin əsas mövzularından biri olan, sintaktik əlaqələrin yaranmasında mühüm əhəmiyyət daşıyan bağlayıcıların yaratdığı inteqrasiyaya nəzər yetirək:

Bağlayıcılar sintaktik vahidlərin bərabərhüquqluluq və asılılıq prinsipləri əsasında qurulmasında xüsusi çəkiyə malik olan köməkçi nitq hissəsidir. Sintaksis bölməsində tədrisin elə ilk mərhələsində tabesizlik bağlayıcılarının rolundan bəhs edilir. “Sintaktik əlaqələr” mövzusunun təlimi bağlayıcı ilə retrospektiv əlaqə vasitəsilə həyata keçirilir. Sintaktik əlaqənin bir növünün tabesizlik əlaqəsi olduğu məlumdur. Tabesizlik əlaqəsi bərabərhüquqlu üzvlər (həmcins üzvlər) və tabesiz mürəkkəb cümlənin komponentləri arasında mövcuddur. Bu əlaqənin göstəricisi ya intonasiya, ya da tabesizlik bağlayıcılarıdır. Deməli, morfologiya bölməsi (bağlayıcı mövzusu) ilə ilk əlaqə yaradılmalı olur. Daha sonra həmcins üzvlərin tədrisində yenidən tabesizlik bağlayıcıları yada salınır. Cümlə səviyyəsində sintaktik-semantik hadisə sayılan xüsusişmənin yaradılmasında bağlayıcıların rolu da danılmazdır. Məlumdur ki, intonasiya, fasilə, söz sırası, məntiqi vurğu ilə yanaşı, xüsusişməni yaradan bir sıra leksik-qrammatik vasitələr vardır. Qeyd etdiyimiz kimi, xüsusişmənin əmələ gəlməsində bağlayıcıların da rolu az deyil. *Hətta, o cümlədən, habelə, özü də* və s. iştirak bağlayıcılarının köməyi ilə dəqiqləşdirici xüsusişmiş üzvlər yaranır. Həmcins üzv şəklində işlənən mübtədalar, tamamlıqlar, yer, zaman zərfliləri bu bağlayıcılarla dəqiqləşdirici xüsusişmiş üzv kimi çıxış edir. Məs.: *Ailənin bütün üzvləri, o cümlədən balaca Nadir uzaqdan gələn qonağa böyük maraqla qulaq asırdı; Şərqə, hətta İran kimi böyük bir məmləkətə elm və mədəniyyət verən qədim dövrlərdən bəri bu yerlərdə yaşayan babalarımız olmuşdur*. (M.S.Ordubadı) *Qrupun tərkibinə gözəl oyun nümayiş etdirən bütün gənc futbolçuları, habelə Səməd Ağalını da daxil etmək lazımdır* və s. Bu cür mövzuların təlimi istər-istəməz əlaqəli tədrisi həmişə olduğu kimi labüd edir.

Tabesiz mürəkkəb cümlənin tədrisində bağlayıcıların müstəsna əhəmiyyətə malik olduğu, komponentlər arasında mənə əlaqələrinin reallaşmasındakı rolu da təlimin qarşılıqlı əlaqəsinə yol açır. Hətta komponentlər arasında inteqrasiya yaradan bağlayıcılardan asılı olaraq, tabesiz mürəkkəb cümlənin tərkib hissələri arasında mənə növü asanlıqla ayırd edilir. Qarşılaşdırma bağlayıcıları (*amma, ancaq, lakin, isə, fəqət*) qarşılaşdırma əlaqəli tabesiz mürəkkəb cümlənin komponentlərini bağlayır: *O çox qaradır və kosadır, amma mən ağımtıl və topsaqqalam*. (C.Məmmədquluzadə) *Hamı heyran qalmışdı, ancaq deyəsən, kənd cavanları qəzəbli idi*. (İ.Şıxlı) *Oğlan bir gecə qonaq qalıb getdi, ancaq Zərnigar onu unuda bilmədi*. (İ.Şıxlı) *İşıq onun ürəyində yanırdı, ətraf isə zülmət içərisində idi*. (M.İbrahimov)

Bu bağlayıcılar qarşılaşdırma budaq cümləli tabeli mürəkkəb cümlələrdə baş cümlənin əvvəlində də işlənir: *Gərçi Nəsimi sözün dadını verdi, vəli, Dadə gətirdi anı ləfzi-*

şəkərbarımız. (İ.Nəsimi) *Gərçi könlümüni alur, **amma** ki qəmxarım durur.* (Ş.İ.Xətai) Bölüşdürmə bağlayıcıları (*ya, ya da, yaxud da, və yaxud da ki, gah, gah da, gah da ki*) bölüşdürmə əlaqəli tabesiz mürəkkəb cümlənin komponentlərini bağlamağa xidmət edir. Tərkib hissələrdəki iş və hadisələr növbə ilə bir-birini əvəz edərsə, *gah, gah da, gah da ki* bağlayıcılarından istifadə edilir: *Lütfdən **gah** bəzək yaradırəm mən, **Gah** hikmət saçıılır söz xəzinəmdən.* (N.Gəncəvi) ***Gah** göy üzünü bulud alır, **gah da** günəşin qızılı saçları bulud topalarını yararaq ağacların yarpaqlarında rəqs edirdi* və s. Tərkib hissələrdəki iş və hadisələrdən yalnız birinin icrasının mümkün olduğu bildirilsə, *ya, ya da, ya da ki* bağlayıcılarından istifadə edilir: *Tamahkar dünyadan nə ummaq olar, **Ya** səni yandırar, **ya da** sən çiy qalarsan.* (N.Gəncəvi) *Bu evdə **ya** mən qalacam, **ya da** üzünü mürdəşir yumuş cadugər anan.* (N.Vəzirov) və s. Nümunələrdən də görüldüyü kimi, bu bağlayıcılar tabesiz mürəkkəb cümlələrin tərkib hissələri arasında semantik əlaqənin növünü asanlıqla müəyyənləşdirməyə şərait yaradır. Tabesiz mürəkkəb cümlənin komponentləri arasındakı zaman, ardıcılıq, səbəb-nəticə və s. məna əlaqələrində bağlayıcı vasitə kimi intonasiyanın rolu yüksək olsa da, digər bağlayıcılardan da istifadə edilir. Məsələn: *Nə yaxın bir dost var, **nə də** həmdəm* (eyni zamanlı birləşdirmə-sadalama əlaqəsi). (N.Gəncəvi) *Bu anda sinif otağının qapısı açıldı və Qüdrət İsmayılzadə içəri girdi* (ardıcıl zamanlı birləşdirmə-sadalama əlaqəsi). (M.Hüseyn) və s. Bu faktlardan aydın olur ki, tabesiz mürəkkəb cümlənin tədrisində bağlayıcının məna növləri və sintaktik vəzifəsi hər an xatırlanır.

Tabelilik bağlayıcıları isə tabeli mürəkkəb cümlədə baş və budaq cümlələr arasında əlaqə yaradır. Ən üstün istifadə imkanlarına malik olan *ki* bağlayıcısı mübtədə, xəbər, tamamlıq, təyin, tərz-i-hərəkət, dərəcə, zaman, səbəb, məqsəd, şərt, nəticə budaq cümlələrini baş cümləyə bağlayır. Tabelilik bağlayıcılarının digər növləri budaq cümlələrin növünü fərqləndirməkdə mühüm vəzifə daşıyır. Belə ki, səbəb bağlayıcıları səbəb və məqsəd budaq cümlələrinin, güzəşt bağlayıcıları qarşılaşdırma budaq cümlələrinin, şərt bağlayıcıları şərt budaq cümlələrinin budaq cümləsini baş cümləyə bağlayan vasitələrdəndir. Görüldüyü kimi, mürəkkəb cümlə və onun növləri mövzularının tədrisində bağlayıcısız ötürmə olmur.

Mətnin komponentlərinin əlaqələnməsində də ən fəal morfoloji vasitələrdən söhbət açılarkən bağlayıcıları yada salmamaq qeyri-mümkündür. Mətn iki və daha artıq cümlənin həm məzmun, həm də formaca əlaqələnməsi əsasında əmələ gələn nitq vahididir. Ünsiyyətə, fikir mübadiləsinə xidmət edən cümlə bitmiş fikir ifadə etsə də, bu fikir bitkinliyi nisbi xarakter daşıyır. Belə ki, sözə və söz birləşməsinə nisbətən predikativ vahid olan cümlədə mütləq formada fikir bitkinliyi ola bilməz və ya olsa da, mətnin tələbi baxımından mümkündür. Fikir və intonasiya bitkinliyi forma və məzmun baxımından yalnız cümlədən daha böyük vahidin – mətnin daxilində ola bilər. Bu barədə Q. Kazımov yazır:“ Cümlə onu əhatə edən cümlələr birliyində, mətn mühitində struktur-semantik xüsusiyyətlərini tam şəkildə üzə çıxara bilir. Cümlələrin müəyyən fikir ətrafında əlaqəli

birliyi mətnin yaranmasına səbəb olur. Mətnin yaranmasının əsaslı qanunauyğunluqları vardır”. (7, 424)

Mətni təşkil edən cümlələr struktur-semantik bağlılığa malikdir. Ərəb mənşəli söz olan mətn (“ birləşmə ” mənasını bildirir) möhkəm daxili struktur-semantik əlaqələrlə bağlanan cümlələr birliyindən yaranır. Bu əlaqələrin yaranmasında, şübhəsiz ki, bütün tabesiz və tabelilik bağlayıcıları iştirak edir. Məsələn, “*O, pəncərədən hər şeyi görürdü. Əlində çatı, buzov dalınca qaçanları **da**, malları xalxallara dolduranları **da**, itlərin zəncirlərini açıb yal tökənləri **da** gözündən qoymurdu. Onun həyatı dünənə qədər nə yaxşı sakit keçirdi. Şamxal bir tərəfdə hərlənir, hamıdan çox istədiyi, boynunu oxşayıb “mənim yaranal ərim ” dediği Cahandar ağa samanlığın üstündə oturub nəriləyirdi. Zərnigar xanım **da** ortada hərlənirdi. **Amma** indi!...*

*Onun fikri bayırda qalsa da, yerindən tərpənmir, canını dişinə tutub dayanırdı. **Həttə** xalxaldan çıxan tərpal buzov anasını əməndə arvad hər şeyi unudub: “ay qız!”, – deyə çıxırdı da. Salatın anasından nə olduğunu soruşanda Zərnigar xanım: “heç”, – deyə köksünü ötürdü. Onun gözü yolda idi. **Çünki** bu gün-sabah kiçik oğlu oxumaqdan qayıdacaqdı. Ona nişan aparacaqdılar. Zərnigar xanım düz iki il idi **ki**, kənd qızlarını gözündən qoymurdu. **İstər** qaynarda, **istərsə da** Kürdəçimişəndə onlara baxır, toyda, nişanda özünə gəlin seçirdi. Əşrəf onun istəkliyi idi. Özünün dediği kimi, ilk ovunun balası idi. Onun özünə layiq bir qız axtarıb tapmaq, sonra da cah-cəlalla toy etmək Zərnigar xanımın arzusu idi. Axı Əşrəf hər oğulun tayı deyildi. Hələ bu mahalda onun kimi gözəl-göyçək, qanacaqlı, mərifətli bir oğul yox idi. Zərnigar xanım elə bilirdi **ki**, göy çat eləyəndə Əşrəf yerə düşüb. O hər yerdə, hər məclisdə oğlundan danışar, onun boyunu sevərdi. Buna onun haqqı **da** var idi. Doğrudan da, bu mahalda iki savadlı vardısı, onun biri Əşrəf idi. Əlbəttə, kitab-dəftərin nə olduğunu bilməyən Zərnigar xanım oxumağın **da** nə olduğunu başa düşmürdü. **Ancaq** o bircə şeyi bilirdi **ki**, oğlu, deyəsən, hamıdan, **həttə** doğma qardaşı Şamxaldan da seçilir”. (İ.Şıxlı)*

Nümunə kimi verdiyimiz mətnin komponentlərinin əlaqələnməsində *da*, *də*, *amma*, *həttə*, *istər*, *istərsə*, *ancaq* tabesizlik, *çünki*, *ki* tabelilik bağlayıcıları mühüm əhəmiyyət daşıyır.

Verilmiş faktlar bir daha sübut edir ki, bu mövzuların təlim prosesi morfolojiya bölməsi ilə inteqrasiyaya əsaslanır. Təhsilverənin uyğun bildiyi pedaqoji vasitələr bölmələrarası inteqrasiyanın vaxtında və doğru qurulmasını şərtləndirən əsas amildir.

Sintaksis bölməsinin bağlayıcı ilə qarşılıqlı inteqrasiya əsasında təlimində “Durğu işarələri” mövzusu da mühüm rol oynayır. Məlumdur ki, yazılı nitqin düzgün formalaşmasında durğu işarələrinin müstəsna əhəmiyyəti vardır. Durğu işarələri cümlələrin, mətnin düzgün anlaşılmasına yardım edərək mühüm kommunikativ funksiya daşıyır. Bu mövzu tədris edilərkən, xüsusən vergüldən istifadə qaydaları aydınlaşdırılarkən istər-istəməz bağlayıcı mövzusu da xatırlanır. Çünki bağlayıcının tədrisində vergül işarəsinin işlənməsi məqamları haqqında elmi-praktik işlər aparılmışdır. “Durğu işarələri” mövzusunun təlimi prosesində də bağlayıcılarda vergül

işarəsinin qoyulması qaydaları seçilmiş nümunələr əsasında təkrar edilərək möhkəmləndirilir, yeni mövzunun şüurlu olaraq dərk edilməsi yolları işıqlandırılır.

Biz sintaksisin bağlayıcı ilə əlaqəli tədrisində yalnız məlumatverici istiqaməti əsas tutduq, inteqrasiyanın yaradılmasında rolu ola bilən sintaktik kateqoriyaları və faktları sadalamaqla kifayətləndik. Yaradıcı təfəkkürə malik, təlimin maraqlı, inandırıcı olması üçün daima axtarışlarda olan təhsilverən bu cür faktlardan istifadə edərək qarşılıqlı inteqrasiyanın daha gözəl nümunələrini reallaşıra bilər.

Sintaksisin ədəbiyyat fənni ilə inteqrativ əsaslı tədrisi. *Ədəbiyyat dərsləri* şagirdlərin rabitəli nitqinin inkişafında, inşa yazmaq qabiliyyətinin yaranmasında, onun möhkəmlənməsində, bacarıq və vərdişə çevrilməsində baza rolunu oynayır. Hər bir bədii mətn üzərində iş aparılarkən, birinci növbədə, onun məzmununun aydın qavranılması nəzərə alınmalıdır. Bunun üçün bədii qiraəti düzgün istiqamətləndirmək tələb olunur. Müəllim çalışmalıdır ki, şagird ədəbi dilin normalarına riayət etsin, intonasiyanı, vurğunu, cümlənin məqsəd və intonasiyaya görə hansı növdə olduğunu çatdıra bilsin. Belə olanda bədii əsərlərdə izlənilən məqsəd və məram aydın dərk edilir. Bu isə hər iki fənn arasındakı qarşılıqlı əlaqədən, xüsusən sintaksis bölməsi ilə daha sıx qurulmuş əlaqədən asılıdır. Cümlənin məqsəd və intonasiyaya görə növləri, onların formalaşmasında dil vahidlərini rolu, qrammatik və ritorik suallar, bədii nidalar, xitablar, ellipsis və s. haqqında nəzəri məlumatları əsaslandırmaq üçün nümunələr gətiririk. Nümunələr də, təbii ki, bədii əsərlərdən olacaq. Məlumdur ki, bədii nidalar, xitablar, ellipsis, inversiya, epiqraflardan, sitatlardan istifadə qrammatik səviyyədə obrazlılığı, əsərin təsir gücünü artıran ən uğurlu vasitələrdəndir. Həmin qrammatik vahidlər tədris edilərkən ədəbiyyat fənni ilə inteqrasiya yaratmamaq qeyri-mümkündür. Onların bədii mətndəki vəzifəsi konkret faktlarla izah edilməlidir. Çağırış nidaları istər məişət üslubunda, istərsə də bədii üslubda, əsasən, xitablarla birgə işlənir. Belə məqamlarda xitabın yaratdığı emosional ovqat daha güclü olur. Çünki belə cümlələrdə xitablar əsl müraciət obyektini kimi yox, bədii priyom kimi işlədilir. Bədii xitablarda şəxslə bərabər, digər canlılar, cansız əşyalar, mücərrəd anlayışlar ifadə olunur. Əlbəttə, nümunələrin verilməsi yenə də ədəbiyyat fənni ilə əlaqə yaratmağa səbəb olacaq: ***Qızılgül, bağü bostanım, nə dersən, Fəda olsun sənə canım, nə dersən? Qərarü səbrü aramım tükəndi, Kəsildi küllü fərmanım, nə dersən? (xitab, ritorik sual)*** (Ş.İ.Xətai) ***Həyat, sən nə şirinsən, kim səndən doydu getdi!? (xitab, ritorik sual)*** (B.Vahabzadə) ***Təbrizim, Təbrizim, aman Təbrizim! Yox olsun başından duman, Təbrizim! (xitab)*** (S.Rüstəm) ***Fəqət nə Cəlal var, nə Humay, Nə ömrə acıyır, nə yaşa dünya. (ellipsis)*** (S.Vurğun) ***Bəzənirəm aqam döyür, bəzənmirəm xanım; Dost üzə baxar, düşmən ayağa. (ellipsis)*** (Atalar sözü) ***Düşdü yenə dəli könlüm gözlərinin xəyalinə...(inversiya)*** (İ.Nəsimi) ***Car çəkir çarxların çaxnaşq səsi, Car çəkir, qışqırır nəhəng motorlar.(inversiya)*** (S.Vurğun) və s.

Beləliklə, bu qısa məlumatdan da aydın olur ki, sintaksis bölməsində elə bir mövzu ola bilməz ki, ədəbiyyat fənni ilə əlaqə yaratmaq mümkün olmasın. Bu əlaqə zəruri

tələbdən yararır. Çünki sintaksis bölməsinin əsas predmeti, fikrin, nitqin özü cümlələrlə reallaşır.

NƏTİCƏ (SONUÇ). İnteqrasiya yeni interaktiv təlim metodlarını tətbiq etmək, bilikləri sistemləşdirmək və ümumiləşdirmək məqsədi ilə şagirdlərdə yaradıcılıq fəaliyyətini inkişaf etdirməyi təmin edir. İnteqrasiya eyni zamanda bir neçə tədris fənni üzrə didaktik vəsaitlərdən kompleks istifadə etməyin metodikasını da təmin edir. İnteqrasiyanı təlim prosesində reallaşdırmaq üçün digər fənn müəllimləri əməkdaşlıq etsə, daha əlverişli olar. Azərbaycan dilinin sintaksisinin tədrisində dilçiliyin fonetika, leksikologiya, morfologiya, eləcə də üslubiyyat bölmələri ilə fəndaxili inteqrasiya mütləq xarakter daşıyır. Fəndaxili əlaqə hər bir mövzunun dərinə, hərtərəfli və şüurlu dərkini asanlaşdırır. Sintaksisin tədrisi fənlərarası əlaqənin, xüsusən ədəbiyyat fənni ilə əlaqənin də qaçılmaz olduğunu sübut edir. Bu da öz növbəsində təhsilalanların hər iki fənni və mövzuları rahat mənimsəməyə, rəbitəli nitqini inkişaf etdirməyə, mənəvi, daxili zənginləşməsinə gətirib çıxarır. Təhsilalan öz fikir və düşüncələrini sərbəst şəkildə ifadə etmək qabiliyyətini formalaşdırır, ədəbiyyatımıza, milli-mənəvi dəyərlərimizə hörmətlə yanaşmağı bacarır. İnteqrativ öyrənmə şagirdlərin ətraf mühitin müəyyən aspektlərini müxtəlif fənlərə aid biliklər vasitəsilə geniş araşdırılmasıdır. Fənlərarası əlaqə bu imkanları genişləndirməklə şagird fəaliyyətini məntiqi, tənqidi, yaradıcı məcrada istiqamətləndirir, onun koqnitiv xarakter almasına təsir göstərir.

ƏDƏBİYYAT (KAYNAKCA)

1. Abbasov Ə. Ümumi təhsildə inteqrasiya: müasir yanaşmalar // Azərbaycan müəllimi qəzeti. Bakı, 2013, 10 may, s.7.
2. Əhmədov A. Abbasov Ə. Ümumi təhsildə inteqrasiya: müasir yanaşmalar. “Kurikulum” jurnalı. 2013, №2, s.14-21
3. Kərimov F.E., Əhmədova M.C., Varella G., Reyli Ə. İnteraktiv kurikulum: mahiyyəti və nümunələr. Bakı: “Adiloğlu”, 2006.
4. <https://www.muallim.edu.az/www.old/arxiv/2011/07/37.htm>
5. <https://azedu.az/az/news/9950-muellimler-inteqrasiya-novlerinden-bele-istifade-edebiler-numune>
6. Xəlilov B.. Müasir Azərbaycan dili. Sintaksis. Bakı, 2017
7. Kazımov Q. Müasir Azərbaycan dili. Sintaksis. “Ünsiyyət”. Bakı, 2000
8. Seyidov Y., Həsənov A., Abdullayev Ə. Müasir Azərbaycan dili. IV hissə. “Şərq-Qərb”. Bakı, 2007
9. Seyidov Y. Azərbaycan ədəbi dilində söz birləşmələri. Bakı, 1986
10. Şıxlı İ. “Dəli Kür”. “Yazıçı”. Bakı, 1983

İ. NƏSİMİNİN POETİK DİLİNDƏ TƏBİİ DAŞLARDAN İSTİFADƏNİN ÜSLUBİ İMKANLARI

Rəhilə Hümmətova f.ü.f.d. dosent

Azərbaycan Dövlət Pedaqoji Universiteti Filologiya fakültəsi

Azərbaycan dili və onun tədrisi texnologiyası bölümü

ORCID 0000-0003-2521-6361

ÖZET

Ana təbiət zənginliklərlə aşıb-daşır və bu zənginliklər dünyanı, kainatı gözəlləşdirir. Tanrının insanlara bəxş etdiyi bu gözəlliklər içində mineralların (təbii daşların) xüsusi çəkisi vardır. Təbii mineralların insan orqanizminə təsiri alimlərin nəzər-diqqətini cəlb etmiş, onların müalicəvi əhəmiyyəti aktual mövzuya çevrilmişdir. Şübhəsiz ki, təbii daşların şəfaverici xüsusiyyətləri ilə yanaşı, onların aksesuar kimi, bəzək, zinət əşyası kimi önəmi bütün zamanlarda üstün olub. Minilliklərin arxasından boylanan ötən illərə, qərinələrə və əsrlərə nəzər saldıqca insan övladının hər zaman gözəl görünməyə, bəzənib-düzənməyə, süslənməyə, gözəlliklərdən zövq almağa və bunları yaratmağa çalışdığını görməmək mümkün deyil. Bu, insan oğlunun içdən gələn təbii istəyidir. Arxeoloji qazıntılar zamanı üzə çıxan zinət əşyaları bu faktları təsdiq edir. Tapılan nadir və olduqca qiymətli zinət əşyalarının bir çoxunun təbii daşlardan hazırlandığı sübut olunmuşdur. Divan şeirlərinə, eləcə də tədqiqata cəlb etdiyimiz İmadəddin Nəsimi poeziyasına nəzər saldıqda təbii daşların (sədəf, inci, kəhrəba, mərcan, ləl, gövhər və s.) rəngləri, dəyərləri, şəkilləri, gözəllikləri ilə misralara poetik ab-hava qatdıqlarını, şairlərin məqsəd və məramına kökləndiyini müşahidə edirik. İnsanın mənəvi və zahiri gözəlliyi, daxili zənginliyi hər zaman şairlər tərəfindən ən qiymətli şeylərlə: sedəf, ləl, inci, dürr, kəhrəba, mirvari, almazla müqayisə edilmişdir. Böyük Azərbaycan şairi M.Füzuli sözü gövhərə, lələ oxşadır: *Xazini-gəncineyi-əsrardır, hərdəm çəkər, Riştəyi-izharə min-min gövhəri-əsrar söz. Olmayan gəvvasi-bəhri-mərifət arif degil, Kim, sedəf tərkihi-təndir, lölöi-şəhvar söz* (Söz sirlər xəzinəsinin xəzinədarıdır, qoruyucusudur. Hər zaman sirli gövhərlərini sapa düzüb aşkar edər. Söz tərkihi şahlara layiq incilərdən ibarət olan mərifət dənizidir. O dənizdə üzməyi bacarmayan arif deyil). Bu məqalədə XIV əsrin divan ədəbiyyatında xüsusi çəkisi olan, anadilli poeziyamıza yeni bahar nəfəsi gətirən, onu forma və məzmunca zənginləşdirən, fəlsəfi şeirimizin əsasını qoyan İ.Nəsiminin poetik dilində bədii təsvir vasitəsi kimi istifadə edilən qiymətli daşlardan söhbət açacağıq. Şairin misralarında ən çox müşahidə edilən ləl, sedəf, inci, dürr, yaqut, əqiq, gövhər adlandırılan daşlardır. İ.Nəsimi gözəlin dodağını Bədəxşan ləlinə, dişlərini parlaq inciye, qırmızı rəngli mərcanı qanlı göz yaşlarına və ya sevgilinin dodaqlarının rənginə bənzədir: *Lətifədən edər aksi-ləbin ləli Bədəxşanə, Zərəfətdən urar tənə dişin lölöi-lalayə*. Məqalədə həmçinin bu daşların özəllikləri haqqında da müəyyən məlumatlar öz əksini tapmışdır.

Açar sözlər: İ.Nəsimi poeziyası, təbii daşlar, sedəf, ləl, inci, dürr, yaqut, əqiq

STYLE POSSIBILITIES OF USING NATURAL STONES IN I. NASIMI'S POETIC LANGUAGE

ABSTRACT

Mother nature overflows with riches and these riches make the world and the universe beautiful. Minerals (natural stones) have a special weight among these beauties that God has given to people. The effect of natural minerals on the human body has attracted the attention of scientists, and their therapeutic value has become an actual topic. Undoubtedly, in addition to the healing properties of natural stones, their importance as accessories, decorations, and jewelry has always been superior. Looking back at the past years, past years and centuries, it is impossible not to see that the human race has always tried to look beautiful, decorate, beautify, enjoy and create beauty. This is the natural desire of the son of man. Jewelry discovered during archaeological excavations confirms these facts. It has been proven that many of the rare and extremely valuable jewelry found are made of natural stones. When we look at Divan's poems, as well as the poetry of Imaduddin Nasimi, which we involved in the research, we can see that the colors, values, images, and beauty of natural stones (mother-of-pearl, pearl, amber, coral, lapis lazuli, gems, etc.) add a poetic atmosphere to the verses, and the purpose and purpose of the poets. we will observe that it is rooted. Spiritual and external beauty and inner richness of a person have always been compared by poets to the most valuable things: mother-of-pearl, mother-of-pearl, mother-of-pearl, amber, pearl, diamond.

The great Azerbaijani poet M. Fuzuli describes the word as a gem and a pearl: Khazini-ganjine-i is a secret, it always attracts, Rishteyi-izhara is a thousand-thousand gems-secret words. The non-existent ghawwasi-behri-knowledge is not wise, Who, the composition of the mother-of-pearl is the body, the word is the treasurer and protector of the treasure of secrets. It always arranges and reveals its mysterious gems. The composition of the word is the sea of knowledge, which consists of pearls worthy of kings. Swimming in that sea one who cannot is not a scholar). In this article, we will talk about precious stones that have a special weight in the divan literature of the 14th century, bring a new breath of spring to our native language poetry, enrich it in form and content, and lay the foundation of our philosophical poetry. The most observed stones in the poet's verses are pearls, mother-of-pearl, pearls, rubies, agates, and gems. I.Nasimi compares the beautiful lips to Badakhshan mud, her teeth to bright pearls, red cranberry to bloody tears or the color of her lover's lips. The article also contains some information about the features of these stones.

Key words: I. Nasimi's poetry, natural stones, mother-of-pearl, mother-of-pearl, pearl, ruby, agate

GİRİŞ. Ana təbiət zənginliklərlə doludur və bu zənginliklər dünyanı, kainatı gözəlləşdirir. Tanrının insanlara bəxş etdiyi bu gözəlliklər içində təbii daşların xüsusi yeri vardır. İstər qədim yazılı abidələrdə, istərsə folklor nümunələrində daşların əsrarəngiz xarakteri, sirlərlə dolu olması, qoruyucu funksiyası haqqında onlarla fakta rast gəlmək mümkündür. Hər bir insanın da öz bürcünə uyğun daşlarının olması, onu xəstəliklərdən, pisliklərdən qoruması, onların mistik təbiəti haqqında inanclar da az deyil. “Bu gün təbii daşların istifadəsi daha çox aksesuar dünyasında olmasına baxmayaraq, həyatın bütün sahələrində bir çox insan tərəfindən istifadə olunur və daşınır. Ednews xəbər verir ki,

bunun səbəbi daşların bir çox fiziki və zehni problemləri minimuma endirmək üçün istifadə olunmasındadır. Təbii daşların insan sağlamlığına müsbət fayda verdikləri elmi olaraq sübut edilmişdir. Daşlardakı enerjinin səbəbi milyonlarla ildir, yerin altında və yerin enerji mərkəzinə yaxın olması kimi izah edilir. Hər daşın faydası və mənası var". (8)

Bunlar öz yerində. Bədii ədəbiyyatda, söz dünyasında qiymətli, eləcə də yarı qiymətli daşların (sədəf, inci, mərcan, ləl, dürr, almaz, yaqut) misraların bəzəyinə çevrilməsi də olduqca üstün mövqedədir. Divan ədəbiyyatında, şeiriyət aləmində təbii daşlar poetik funksiya daşıyır. Bu məqalədə biz divan ədəbiyyatının, orta çağların Azərbaycan poeziyasının əsas sütunlarından, anadilli şeir dünyamızın ən önəmli isimlərindən olan İ.Nəsiminin misralarını süsləyən, lirik qəhrəmanın, sevgilinin nə qədər dəyərli olduğunu sübut edən, təşbeh, epitet, metafora kimi təsvir vasitələrinin ifadəçisinə çevrilən daşlardan bəhs edəcəyik.

ARAŞDIRMA VƏ BULĞULAR. Təbii mineralların insan orqanizminə təsiri alimlərin hər zaman nəzər-diqqətini cəlb etmiş, onların müalicəvi əhəmiyyəti aktual mövzuya çevrilmişdir. Şübhəsiz ki, təbii daşların şəfaverici xüsusiyyətləri ilə yanaşı, onların aksesuar kimi, bəzək, zinət əşyası kimi önəmi bütün zamanlarda üstün olub. Minilliklərin arxasından boylanan ötən illərə, qərinələrə və əsrlərə nəzər saldıqca insan övladının hər zaman gözəl görünməyə, bəzənib-düzənməyə, süslənməyə, gözəlliklərdən zövq almağa və bunları yaratmağa çalışdığını görməmək mümkün deyil. Bu, insan oğlunun içdən gələn təbii istəyidir. Arxeoloji qazıntılar zamanı üzə çıxan zinət əşyaları bu faktları təsdiq edir. Tapılan cürbəcür zinət əşyalarının bir çoxunun təbii daşlardan hazırlandığı sübut olunmuşdur. "Qiymətli daşlar ta qədimdən insanları cəlb etmiş, bu daşlara maraqlı xüsusiyyətlər uydurulmuş, onların müalicəvi əhəmiyyətinə inanmışlar. Məsələn, saffirin ilanı öldürməsinə, heliotropun insanı gözə görünməz etməsinə, ametisti dilin altına qoyanda sərxoşluqdan qoruduğuna inanmışlar. Qədim Roma yazıçı və alimi Böyük Pliny (bizim eramın 23–79-cu illər) özünün "Təbiətin tarixi" əsərində əqiq haqqında yazırdı ki, bəzən aqatda Apollon və doqquz muzanı görmək mümkündür, həm də onları "süni yolla ayırmaqla yox, təbiət elə rəng vermişdir ki, hər muzanın öz xüsusiyyətlərini təbii olaraq ayrılıqda görmək olar".

Orta Asiya alimi Biruni (973 –1050-ci illər) yazırdı: " Əgər ilanın qarşısında zümrüdü saxlasan, onun gözündən yaş axacaq, və o, kor olacaqdır. Bu faktı çoxları təcrübələrinə görə təsdiq edir...".

Daşlar haqqında qədim kitablarda –"Lapidariya" larda insanların ilkin məlumatları çox primitiv olmuş, inanca əsaslanmışdır. Bütün bunlara baxmayaraq, elə orada bəzi elmi fikirlərin cüvətilərini görmək olar. Misal üçün, almazı dayanıqlığın və cəsarətin, qorxmazlığın, bədbəxtliyə üstün gəlməyin simvolu kimi görürdülər. İndi bir çox insanlara məlumdur ki, almaz ən bərk metalları belə aşılacaq bilir. Qədim ölkə və xalqlarda qiymətli daşların rənglərinə üstünlük verilirdi. Məsələn, Hindistanda qırmızı rəngli qiymətli daşlara üstünlük verilirdisə, qədim Misirdə yaşıl və mavi rəngli daşlara daha çox üstünlük verilirdi. (9)

Divan şeirlərinə, eləcə də tədqiqata cəlb etdiyimiz İmadəddin Nəsimi poeziyasına nəzər saldıqca təbii daşların (sədəf, inci, kəhrəba, mərcan, ləl, gövhər və s.) rəngləri, dəyərləri, şəkilləri, gözəllikləri ilə misralara poetik ab-hava qatdıqlarını, şairlərin məqsəd və məramına kökləndiyini müşahidə edirik. İnsanın mənəvi və zahiri gözəlliyi, daxili zənginliyi hər zaman şairlər tərəfindən ən qiymətli şeylərlə: sədəf, ləl, inci, dürr, kəhrəba, mirvari, almazla müqayisə edilmişdir. Böyük Azərbaycan şairi M.Füzuli sözü gövhərə, lələ oxşadır: *Xazini-gəncineyi-əsrardır, hərdəm çəkər, Riştəyi-izharə min-min gövhəri-əsrar söz. Olmayan gəvvəsi-bəhri-mərifət arif degil, Kim, sədəf tərkihi-təndir, lölöi-şəhvar söz.* (6, 151) Söz sirlər xəzinəsinin xəzinədarıdır, qoruyucusudur. Hər zaman sirlə gövhərlərini

sapa düzüb aşkar edər. Söz tərkibi şahlara layiq incilərdən ibarət olan mərifət dənizidir. O dənizdə üzməyi bacarmayan arif deyil)

Ş.İ.Xətai də doğma ana dilimizdə, milli şeir ölçüsündə (heca vəznində) yazdığı gəraylısında mənalı sözü gövhərlə, ləllə müqayisə edir: *Gövhərin keçməyən yerdə, Satma, qardaş, kərəm eylə. Ləl daşını çay daşına Qatma, qardaş, kərəm eylə.* (7, 346)

Folklor ədəbiyyatında qiymətli daşlarla yaradılan bənzətmələr, cinaslar yüzlərlədir: *İncəsən, incidən sən, Sədəfdən, incidən sən. Kəsərəm, dilim, səni, Bilsəm, yar incidənsən.* (Bayatı, 2, 148)

XIV əsrin divan ədəbiyyatında xüsusi çəkisi olan, anadilli poeziyamıza yeni bahar nəfəsi gətirən, onu forma və məzmunca zənginləşdirən, fəlsəfi şeirimizin əsasını qoyan İ.Nəsiminin dilində təbii daşlardan poetik müstəvidə, bədii təsvir vasitələri kimi istifadə edilmişdir. Şairin misralarında ən çox müşahidə edilən ləl, sədəf, inci, dürr, gövhər adlandırılan daşlardır. İ.Nəsiminin poetik məqsədinə köklənən təbii daşların üslubi imkanlarını qabarıq şəkildə üzə çıxaran misraların ümumi mənzərəsinə nəzər salaq:

I. Ləl: Ərəbcə 1) yaqut kimi qırmızı rəngli qiymətli daş; 2) məc. gözəlin dodağı; 3) məc. şərab. (1, 123)

İ.Nəsiminin poeziyasında olduqca intensiv işlədilən daşdır:

*Ləbi-ləlin şərabın içənə sor,
Ki, kimdir içən abi-zindəğanı.
Susamış qanıma ləlin eşitdim,
Bu dövlət aşiqi-miskinə qanı?*

(4, 116)

Göründüyü kimi, Nəsiminin bədii dili olduqca heyramizdir. Şair dərin fəlsəfi düşüncələrində, humanist fikirlərində, lirik təfəkküründə yüksək poetik forma və üslubi zəriflik nümunələri yaratmağı mahir bir sənətkarlıqla bacarır. Nəsimi misralarının semantik yükü, estetik siqləti məcazlar silsiləsində daha təsiredici mahiyyət qazanır. Şair birinci beytdə sevgilinin dodağını lələ bənzədərək epitet yaradır: Dirilik suyu içənin kimliyini ləl dodağının şərabını içəndən soruş. İkinci beytdə isə dodaq kəlməsini işlətmir və onun yerinə ləl ifadəsini verərək metafora yaradır: Ləlin (təbii ki, söhbət dodaqdan gedir) qanıma susamış olduğunu eşitdim, bu bəxt yoxsul aşiqə hardandır?

*Xızr əgər zülmətdə istər çeşmeyi-heyvanını,
Susamış müştəqə ləlin abi-heyvan oldu, gəl.* (4, 127)

Beytin məzmunu belədir: Xızr qaranlıq dünyada necə dirilik suyunu istərsə, susamış aşiqə də ləlin, yəni dodağın dirilik suyu oldu, gəl. Göründüyü kimi, şair yenə də sevgilinin dodağını ləl deyərək ifadə edir, heç dodaq kəlməsini işlətmir və buna ehtiyac da duymur. Şairin misralarını oxuduqca ləl daşının, demək olar ki, dodaq sözünün sinonimi kimi işlədilməsi mütləq hal alır. Bu da olduqca təbii alınır və poetikliyin ən yüksək zirvəsini fəth edir.

*Əlfazi-Nəsimi bu gün ol möcüzədir kim,
Bənzər ana bir löleyi-şahvar ələ girməz.*

(4, 84)

Beytin mənası: Nəsiminin sözləri bu gün elə bir möcüzədir ki, ona bənzər bir şaha layiq inci tapılmaz.

*Ləbin şol ləli-əhmərdir, dişin ol dürri-gövhərdir,
Ki, ləli torpağa saldı, buraxdı dürri dəryayə.*

(4, 59)

Beytin mənəsi belədir: Dodağın o qırmızı ləldir ki, ləli torpağa, dişin elə əsl incidir ki, incini dənizə buraxdı. Yəni şairin tərənnüm etdiyi gözəlin dodağının qırmızısı ləlin qırmızılığından, dişlərinin parlaqlığı incinin, dürrün parlaqlığından daha üstündür. Ona görə də ləl torpağın dərinliklərinə, dürr isə dəryaya (hasil olduqları məkanlara) qayıtmalı olur. Səbəbi isə müqayisə olunan gözəlin dodağının allığının, dişlərinin parlaqlığının yanında xəfif qalması, sönük görünməsidir. İ.Nəsimi başqa bir qəzəlinde yenə də gözəlin dodağını lələ, üzünü reyhan ətirli yaquta bənzədir:

Yaquti-reyhandır xətin, ey quti-can, ləli-ləbin,

Şölə ki, düşmüş Xızrtək ol abi-heyvan üstünə. (4, 62)

Beytin mənəsi: Üzün reyhan ətirli yaqutdur, ey ürəyimin qidası. Ləl dodaqların Xızr kimi dirilik suyu üstünə düşmüş şölədir. Qeyd: Ərəb mənşəli yaqut kəlməsi “ qırmızı rəngli parlaq qiymətli daş” mənəsini verir. (1, 106) “Yaqut təkə ən bahalı deyil, həm də qiyməti sürətlə artan rəngli daşdır. Həqiqətən də, yaqut zinət əşyalarının çox parlaq və hətta cəsarətli göründüyü doğrudur. Daşın adı latınca “qırmızı” kimi tərcümə olunan “ruber” sözündəndir. İlk dəfə yaqut barədə məlumatlara b.e.ə. 2300-cü ildə hind sanskritlərində təsadüf olunur. Lakin yunanlar və romalıları da bu dəyərli daşa xüsusi qiymət verirdilər. Məsələ burasındadır ki, yaqutlar sərtliyinə görə almazlardan sonra ikinci yerdə gəlirlər və onların ən çox yayıldığı məkan Tailand, Myanma və Şri-Lankadır. Avropada yaqut hələ lap qədim dövrlərdən güc, gözəllik, imana bağlılıq, ləyaqət və cəsarət simvolu sayılır. Şərqdə isə sevgi, sağlamlıq, gözəllik, güc və həyat enerjisini əks etdirirdi”. (10) Yaqut daşı saçıdığı işığı, rəngləri və təbiətindəki nadirliyi ilə olduqca dəyərlidir. Bu daş uğur daşı olaraq da tanınır. Yaqut daşı insana xoşbəxt olmağı, özünə inamı aşılayır, onu neqativ düşüncələrdən arındırır. Bu fikirlərin fonunda Nəsiminin bənzətməsinin nə qədər doğru və poetik olduğunu etiraf etməmək və heyran qalmamaq mümkün deyil.

İnci, sədəf, dürr. Bu daşa ərəbcə dürr, lü`lü, farsca incu, mirvari deyilməkdədir. Sədəf daşı olduqca qiymətli bir daşdır. Daha çox okeanlardan, dənizlərdən çıxarılan, xoş görüntülü, parlaq təbii daşlardandır. Parlaqlığı zinət əşyalarının hazırlanmasında xüsusi çəkiyə malik olan cəhətlərdəndir. Sədəf daşı təbii daşlardan biridir. Sədəf daşı inci, sədəf, istiridyə və midyə kimi dəniz canlılarının qabıq hissəsində tapılır. Buna görə də sədəf daşının digər adı “İnci anası”dır. Sədəf adı isə incinin yetişdiyi qabığın içini tutması səbəbindən, yəni ona analıq etməsindən qaynaqlandığı bildirilir. “Günümüzde çiftliklerde de üretilabilen inci içine bir kum tanesi ve ya her hangi bir yabancı madde giren istiridyenin rahatsız olması ile başlar. Hayvan kendisini rahatsız eden kabuklarının içine yerleşen bu yabancı maddeyi salgısı ile kaplamaya başlar. İncinin annesi olarak da adlandırılan bu salgı zamanla sertleşerek güçlü ve parlak sedef minareliyle birleşerek parlak bir taş olan inciye dönüşür. Tuzlu su ve tatlı su incileri doğal yolla oluşabileceği gibi yapay olarak istiridyeye çiftliklerinde de oluşa bilir. Kızıldeniz, Seylan (Serendip) adası, Hindistan ve Umman Denizi incileriyle ünlüdür. Orta Çağ`da denizlerde inci avcılığı yapılmıştır”. (3, 18-19)

Sədəf daşının bir çox faydaları vardır: Onu daşıyan insana zəhin açıqlığı verir, diqqətsizliyin aradan qalxmasına yardım edir; ürək ritmini, qan dövranını yaxşılaşdırır; açıq yaraların tez sağalmasına yardım edir; sümük xəstəliklərinin müalicəsini asanlaşdırır; immunitet sistemini qüvvətləndirir; qan laxtalanmasının qarşısını almaqda rol oynayır; dəri xəstəliklərinin müalicəsində istifadə edilir.

“İncinin oluşumu konusunda ilginç bir inanış da bulunmaktadır. Nisan yağmurları sırasında sedef deniz kenarına gelerek kapaklarını bir ağız gibi açar. İçine bir yağmur damlası düşünce kapanarak denize döner. Tuzlu deniz suyuna alışkın hayvana bir damla acı verdikçe onu sıvısıyla kaplayarak

inciği oluşturur.” (Pala, 2002, 155) Eger sedef birden fazla yağmur damlası yuttuysa, birden fazla ve küçük inciler olacağına inanılmıştır. Fakat bir tane yağmur damlası yutmuşsa, o zaman iri ve yuvarlak, çok değerli bir inci yapacağı düşünülmüştür. Bu tek inciye dürr-i yekta ve ya dürr-i yetim denilmiştir. Peyğəmbərimiz de gənc yaşta yetim kaldığından və ailesinin tek evladı olduğundan dürr-i yetim\dürr-i yekta olaraq anılmıştır”. (5, 1222)

İnci, sədəf İmadəddin Nəsiminin poetik dilində ləldən sonra ən çox müşahidə edilən təbii daşlardandır. Bəyazlığı, parlaqlığı, şəkli, dəniz, okeanla əlaqəsi, sədəfdə oluşu Nəsiminin poetik təfəkkürünü məsməvi dənizlərin dərinliklərinə baş vurmağa, günəşin parlaq şəfəqləri altında bərq vuran sulara yelkən açmağa, lacivərd səmalarda qanad çalmağa istiqamətləndirmişdi:

Ey Nəsimi, satmagil sən cahilə dürr-i-Ədən,

Cahilü nadan nə bilsin qiyməti-dürdanənin? (4, 96)

Beytin mənası: Ey Nəsimi, cahilə Ədən incisini (Ədən Yəməninin ən böyük şəhərlərindəndir) satma. Cahil və əlsiz dürdanənin qiymətini hardan bilsin.

Ey, Nəsimi, incüyü, dürrü bilən sərrafə sat,

Cövhəri nadana satma löleyi-şəhvarini. (4, 103)

Beytin mənası: Ey Nəsimi, inci və dürrü onu bilən, əsl olub-olmadığını seçən sərrafa sat. Şahlara layiq incini nadana satma.

Nəsimi sədəflə aləm arasında bağ quraraq dünyanı sədəfə, kamil insanı isə sədəfin içində bulunan dürdanəyə bənzədir. Şairin fəlsəfi şeirlərinin əsas ideyası da məhz kamil insan konsepsiyasının təbliği idi: *Mərhəbə, insani-kamil, canımın cananəsi, Aləmin cismi sədəfdir, sənmişən dürdanəsi?* (4, 105) Şairə görə, insan müqəddəsdir, onu sevmək mənəvi kamillik əlamətidir. Kamil insan üçün ən böyük sədət onun Allahla vəhdəti-vücut olmasıdır. Təsadüfi deyil ki, Nəsiminin şeirlərində insanın mənəvi-əxlaqi kamillik yolu keçərək Allahla uluhiyyət aləmində qovuşması mühüm məsələ kimi qarşıya qoyulur.

Tökülür sözə gəlicək dürrü ləl ləblərindən,

Bu sədəf ağızlı yarın dişini nəzmi-gövhərimi? (4, 115)

Beytin mənası: Danışmağa başlayınca dodaqlarından saf inci tökülür. Bu sədəf ağızlı yarın dişləri gövhər düzümlüdülmü?

Sədəfin içinə kar əylədi incü əridi,

Ki, ləbin cövhərinə ləli-Bədəxşan demişəm. (4, 166)

Beytin mənası: Dodağının cövhərinə Bədəxşan incisi deməyim sədəfə elə təsir elədi ki, inci əridi.

Həm sədəfəm, həm inciyəm, həşirü sirat əsənciyəm,

Bunca qumaşü rəxt ilə mən bu dükanə sığmazam. (4, 169)

Beytin məzmunu: Həm sədəfəm (inci qabığıyam), həm inciyəm, həşirin (öldükdən sonra dirilmə səhnəsinin) və siratın (həşrdən sonra ilahiyyə gediləcək aləmin yolunun) başında buyuruqçuyam.

Üstümdəki qumaşla (geyimlə), altımdakı yatacaqla bu həyat dükənina sığmazam. İlahi ələmə qovuşmaq üçün maddi libası soyunmaq lazımdır.

Əqiq daşı. Əqiq ərəb mənşəli söz olub qiymətli qaş-daş mənəsini verir. Əqiq daşı “uğurun simvolu” da adlandırılır. Əqiq çox sərt bir daşdır. Bu daşın yaydığı enerji zaman-zaman insanları özünə heyran buraxır. Ondan müalicə məqsədi ilə istifadə edilir və şəfaverici xüsusiyyətinə inanılır. Əqiq daşının daha çox insanı psixoloji sarsıntılardan qurtarmağa yardım etdiyi bildirilir. Eyni zamanda insanları mənəvi cəhətdən sakitləşdirdiyi, nikbin əhval-ruhiyyə bağışladığı, ətrafdakı insanların neqativ auralarından qoruduğu haqqında inanclar da söylənilməkdədir.

Qiymətli daşların ən nadirlərindən olan əqiq daşını yunanlar “aqatos” adlandırırlar. “Yunanca mənəsi “xoşbəxtlik” deməkdir. Bəzi mənbələrə görə isə daşın adı ilk dəfə tapıldığı Siciliya adasındakı Axates çayından götürülüb. Əqiq hələ qədimdən kimyagərlərin və türkəçarə ilə məşğul olanların diqqətini cəlb edib. Həmin dövrlərdə əqiqin “sağlamlıq və uzunömürlülük daşı” olduğu düşünülürdü. (11) Əqiq daşı bədii təsvir vasitəsi kimi İ.Nəsiminin misralarında az da olsa müşahidə edilir:

Ləlü əqiqü incişi saçaram altun üstünə,

Gör ki, gözümdən uş necə bəzlü nisar içindəyəm. (4, 153)

Beytin mənası belədir: Qızılın üstünə ləl, əqiq və inci saçaram. Gör ki, gözümdən artıq necə bəxşislər, hədiyyələr səpilir, dağılır, bağışlanır. Əslində beytin məcazi mənası daha dərinidir. Şair lirik qəhrəmanın gözlərindən tökülən yaş damcılarını inciye, qanlı göz yaşı axıtıldığına və qırmızıya çaldığına görə lələ və əqiqə bənzədir.

Beləliklə, bu dahi söz xiridarının ləl-cəvahiratla, inci, sədəf, yaqutla dolu olan xəzinəsindən götürdüyümüz bəzi nümunələrdə təbii daşlardan istifadənin üslubi imkanlarına toxunmuş olduq. İ.Nəsimi onları böyük məharətlə poetik düşüncələrinin ifadəçisinə çevirə bilmişdir.

NƏTİCƏ (sonuç). Təbiət zənginliklərlə doludur və bu zənginliklər dünyanı, kainatı gözəlləşdirir. Tanrının insanlara bəxş etdiyi bu gözəlliklər içində mineralların (təbii daşların) xüsusi çəkisi vardır. Təbii mineralların insan orqanizminə təsiri və faydaları hər zaman alimlərin diqqətini cəlb etmişdir. Təbii daşların insan sağlamlığına müsbət fayda verdikləri elmi olaraq sübut edilmişdir. Bu daşların faydaları ilə yanaşı, bəzək, zinət əşyası kimi önəmi bütün zamanlarda üstün olub. Divan ədəbiyyatında, folklorda, eləcə də tədqiqata cəlb etdiyimiz İmadəddin Nəsimi poeziyasında təbii daşlardan istifadə üslubi mahiyyət daşıyır. Sədəf, inci, kəhrəba, mərcan, ləl, gövhər və s. kimi daşların rəngləri, dəyərləri, şəkilləri, gözəllikləri ilə misralara poetik ab-hava qatdıqları, şairlərin məqsəd və məramına kökləndiyi müşahidə edilir. İnsanın mənəvi və zahiri gözəlliyi, daxili zənginliyi hər zaman şairlər tərəfindən ən qiymətli daşlarla: sədəf, ləl, inci, dürr, kəhrəba, mirvari, almazla müqayisə edilmişdir. XIV əsrin divan ədəbiyyatında xüsusi çəkisi olan, anadilli poeziyamıza yeni bahar nəfəsi gətirən, onu forma və məzmunca zənginləşdirən, fəlsəfi şeirimizin əsasını qoyan İ.Nəsiminin dilində təbii daşlardan poetik müstəvidə, bədii təsvir vasitələri kimi istifadə edilmişdir. Şairin misralarında ən çox müşahidə edilən ləl, sədəf, inci, dürr, gövhər adlandırılan daşlardır. İmadəddin Nəsimi böyük məharətlə ləl-cəvahiratı müqəddəs saydığı insanın daxili və zahiri gözəlliyinin, poetik düşüncələrinin ifadəçisinə çevirə bilmişdir.

ƏDƏBİYYAT (KAYNAKCA)

1. Azərbaycan klassik ədəbiyyatında işlədilən ərəb və fars sözləri lüğəti. Bakı, “Maarif”, 1981
2. Azərbaycan folkloru. Bakı, “Şərq –Qərb”, 2005
3. Arabacı U. Orta Çağ İslam Dünyasında Degerli Taşlar: İnci, Mercan, Yakut, Yeşim taşı, Fildişi, Safir. Amasya Universitesi SBE, Yüksek Lisans Tezi. Amasya-2022
4. İ.Nəsimi. Mən bu cahana sığmazam. Bakı, “Gənclik”, 1991
5. Fatma Aydın. 1. Bilsel Uluslararası dünya Bilim və Araştırma Kongresi. 24-25 haziran (iyun) 2023- İstanbul. Səh.1222
6. M.Füzuli. Əsərləri. Altı cildə. I cild. “Şərq-Qərb”. Bakı, 2005
7. Ş.İ.Xətai. Əsərləri. “Şərq-Qərb”. Bakı, 2005
8. <https://m.ednews/net>
9. <https://az.m.wikipedia/org>
10. <https://sani.az>
11. <https://kayzen.az>

DİNLƏMƏ MƏTNLƏRİNİN TƏDRİSİNDƏ ŞAĞIRD NİTQİNİN ZƏNGİNLƏŞDİRİLMƏSİ

**Azərbaycan Respublikası, Bakı şəhəri.
Azərbaycan Dövlət Pedaqoji Universiteti,
Azərbaycan dili və onun tədrisi texnologiyası kafedrası
Pedaqogika üzrə fəlsəfə doktoru, dosent Fəridə Səfəraliyeva
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-1161-5759>**

XÜLASƏ

Dinləmə bacarığını formalaşdırmaq üçün düşünmək, analiz etmək vacibdir, bunun üçün şagirdləri dinləməyi öyrətmək vacib amillərdən biridir. Şagirdlərdə dinləmə bacarığı inkişaf etdirilmədiyi təqdirdə digər məzmun xətləri – oxu, yazı, dil qaydaları ilə bağlı iş üzərində də bir sıra çətinliklər qarşıya çıxma bilər. Çünki bu bacarıqlar sistem şəklində ardıcıl və bir-biri ilə əlaqəli şəkildə aparılmalıdır. Həmçinin, dinləmə dərslərində şagirdləri bir-birinə sual verməyə, öz fikirlərini ifadə etməyə, eləcə də müzakirə etməyə sövq etmək lazımdır.

Dinləmə mətni səsləndiriləndə mətn ilə bağlı fikir söyləmək dinləmə və danışma prosesini sintez edərək, şagirdə məntiqi təfəkkürün inkişafına şərait yaradır, çünki dinləmə zamanı şagird bütün fikrini mətnə cəlb edir və təsəvvüründə canlandırmağa çalışır. Danışma prosesi isə şagirdi düşünməyə təhrik edir. Qeyd etmək yerinə düşər ki, ifadə yazı metodikasında da müəyyən bir mətn müəllim tərəfindən oxunur və şagirdlər dinləyirlər, mətnə yazılışı çətin olan sözlər izah olunur, mətnin məzmunu şagirdlərə mənimsədir. Məlum olduğu kimi şifahi ifadə forması ilə dinləmə meyarında bir sıra oxşarlıq öz əksini tapır. Hər ikisi də şagirdə dinləmə, anlama, danışma bacarıqlarını formalaşdırır. Dinləmə dərslərində də ifadə yazı dərslərində olduğu kimi şagird dinlədiyini özünü küləşdirir, öz sözləri ilə yazaraq, fərdi nitq ünsürlərinə yer verilir. Beləliklə, şagirdə öyrənmək, öyrəndiyini ardıcıl, əlaqəli, məntiqi və rəhbərli şəkildə ifadə etmək bacarığı formalaşır. Motivasiya mərhələsində dinləmə mətnlərindən geniş istifadə olunur. Motivasiya mərhələsini dinləmə mətnləri üzrə quran müəllim, həm də fəndaxili inteqrasiya etmiş olur, çünki şagirdlər mətni dinlədikdən sonra öz fikirlərini səsləndirirlər, müzakirə edirlər.

Dinləmə mətnləri üzrə motivasiya prosesi daha düşünülmüş, hazırlıqlı olmalıdır. Dinləmə mətnləri yalnız şagirdləri motivasiyaya sövq etmir, həmçinin onlarda dinləmə bacarığı, mətnin hissələri arasında əlaqə yaratma, analiz etmə, nəticə çıxarma bacarıqlarını da formalaşdırmış olur.

Açar sözlər: müəllim üçün metodik vəsait, motivasiya, nitq

GİRİŞ

Dinləmə şüurun qapısıdır, dinləmə mətnin oxusu, dərk olunması keyfiyyətin qiymətləndirilməsində kiçik ölçü vahididir. Ondan əsas mətn üçün motivasiya vasitəsi kimi istifadə edildikdə bütün didaktik keyfiyyətlər üzə çıxmış olur. Deməli, dinləmə mətnləri də əsas mətnə nisbətən kiçik həcmli olsa da, motivasiya, qiymətləndirmə vasitəsi olsa da, rəhbərli mətnidir; şagirdlərin nitqini inkişaf etdirir. 2008-ci tədris ilindən başlayaraq kurikulum sənədində, o cümlədən dərslərdə dinləmə mətnlərinə rast gəlinir. İbtidai siniflərdə Azərbaycan dili təliminin məqsəd və vəzifələrindən danışarkən bir sıra kompleks cəhətləri mütləq nəzərə almaq lazımdır. Məsələn, şagirdin şifahi nitqini inkişaf etdirmək məsələsində; oxu varsa, deməli, dinləmək də vardır, yaxud əsas mətn varsa, onun dinlənilib anlaşılması ilə yanaşı, ona əlavə vasitə kimi dinləmə mətni də olmalıdır. Ən başlıcası isə, dinləmə mətnlərinin oxu standartlarını optimal reallaşdırmaq imkanları var. Bunlarla da kiçik summativ

qiymətləndirmələr keçirmək mümkündür. Oxunan və ya dinlənən mətnin tələffüzünün ədəbi normalara uyğunluğu mədəni nitqi doğurur.

İbtidai siniflərin Azərbaycan dili müəllimləri nəzəri cəhətdən bütün bunları dərk etməyə hazırdırlarmı? Onların özləri ədəbi tələffüz normaları ilə nitq kompetensiyalarına yiyələnmişlirmi? I-IV sinif “Azərbaycan dili” dərsliklərində müxtəlif mövzularla bağlı dinləmə mətnləri var. Onları tərtibçilər şagirdlərdə elmə, biliyə, dostluğa, sədaqətə, səxavətə və s. rəğbət hissi aşılamaq üçün müntəxəbatlardan, kitablardan, internetdən, didaktik materiallardan və s. seçmişlər. Dərslik tərtibində maraqlı mətnlərdən istifadə tarix boyu başlıca prinsip olmuşdur, indinin özündə də belədir. Eyni zamanda əsas mətn maraqlı hadisələrdən bəhs edirsə, dinləmə mətni isə ibrətamiz hekayələrdən, münasibətlərdən bəhs edir və uşaqların mənəvi aləminə xoş təəssüratlar bəxş edir. Metodik vəsaitdə dinləmə oxudan sonra gəlir və mətn təxminən belədir:

Qanadlı sözlər.

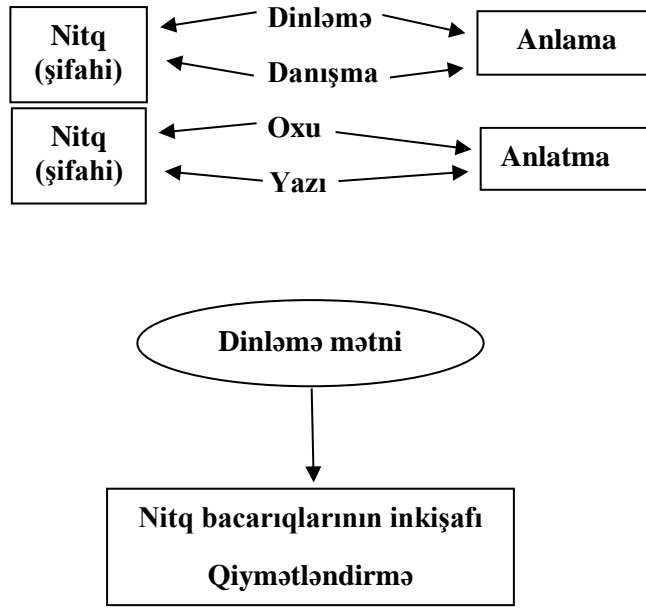
*Təkcə elə insan canlı deyil ki, söz də canlıdır, o da necə deyərlər, doğulur, yaşayır, dünyanı gəzir. Elə sözlər var ki, doğulan kimi, uçub aləmi dolaşır, dildən-dilə düşür. Bunlar “qanadlı sözlər” adlanır. Belə sözlərin başqa canlılardan bir fərqi var; onlar ölmür. Özü də yaşayır, onu yaşadan insanı da yaşadır. Belə kəlamlar **aforizm** adlanır. Aforizmlər həmçə kiçik, mənaca dərin olur. Lap atalar sözləri kimi. Lakin atalar sözlərinin müəllifi məlum olmur...*

Bu dinləmə mətninin informativ yükü ağırdır, lakin həcmi çox geniş, 230 səhifədən çox olduğundan hamısını əhatə edə bilmirik. Dinləmə mətnin tərbiyəvi əhəmiyyəti böyükdür və qiymətləndirmə imkanları var. Sözsüz ki, dinləmə mətnlərini oxuyarkən müəllim atalar sözü ilə aforizmin fərqi nümunələrlə izah etməyə çalışmalıdır.

Dinləmə mətnlərinə nəzər saldıqda görürük ki, ədəbi tələffüzü üzrə çalışmalar verilməmişdir. Yəni bu standartlar içərisində oxu var, “ifadəli oxuyur” yoxdur.

Metodik vəsaitdə orfoepik tapşırığa rast gəlmədik. Halbuki, dinləmə mətnindəki 230 sözdən bir çoxu bu qayda ilə oxunmalı və dinlənilməli idi: *qanaddı sözdər, cannıdı, yaşıyır, bunnar, sözdərin, cannılardan, onnar, yaşıyır, həcimcə, kiçiy, sözdərinin, məllifi, fikirrədi, hak'qında, borjduyux, birrəşməliidi, torpaxda, yerrəşməliidi, danışığınnan, şəxsiyyətdərin, düşərəy. Buradan belə bir fikir formalaşır ki:*

1. Dinləmə mətnləri əsas mətnlərin məzmununun mənimsədilməsində motivasiya nümunəsinə çevrilir;
2. Azərbaycan dili dərslərində dinləmə mətnləri üzrə qurulan təlim işi elmi biliklərin anlayışlara çevirməsində güclü vasitədir;
3. Dinləmə mətnləri düzgün, ifadəli oxu vərdişlərinin formalaşdırılmasına təkan verir;
4. Dinləmə materialları vasitəsilə şagirdlərdə təhlil-tərkib, analiz-sintez bacarıqları yaradılır;
5. Dinləmə materialları şifahi və yazılı nitqin inkişaf etdirilməsi imkanlarına malikdir;
6. Dinləmə materiallarının şərti ifadə nümunəsi olaraq inşaya çevrilmək imkanları geniş didaktik yoldur;
7. Dərsliklərdəki dinləmə materialları üzərində eyni zamanda oxu, yazı və nitq materiallarından səmərəli istifadə şagirdlərin nitqini zənginləşdirir, dünyagörüşünü formalaşdırır.
8. Psixoloji anlamda dinləmənin, dinləmə mətninin nitq inkişafında rolundan danışarkən onların didaktik əsaslarını aşağıdakı sxemlərdən də görmək olar:



Alimlərin fikrincə, eşidib-anlama vərdişlərinə müasir dövrün tələbləri səviyyəsində yiyələnmiş dinləyici bir çox materialları əhatə etmiş olur. Bunlardan ən birincisi odur ki, əsas diqqət şagirdlərə tələffüz vərdişlərinin lazımı səviyyədə aşılmasına yönəldilməlidir; ikincisi isə, birinci ilə bilavasitə əlaqədar olaraq mətnin qrammatik və intonasiya strukturlarının daşdığı məlumatdır [1, s.10]. Məqaləmdə müəllim üçün metodik vəsaitindəki dinləmə mətnlərini tədqiqata cəlb etdim.

III sinif üçün yazılmış Müəllim üçün metodik vəsaitdə “Dəmir yumruq” dinləmə mətni verilmişdir. “Təbii sərvətlərlə zəngin olan Qarabağ Azərbaycanın ən qədim guşələrindən biridir. Mənfur qonşumuz Ermənistan əsrlər bu torpaqlara göz dikib, əl uzadıb. 1992-ci ilin fevral ayından başlayaraq 1993-cü ilin oktyabrın 10-a kimi Dağlıq Qarabağ və ona bitişik 7 rayonumuzu işğal edib.

Azərbaycan dövləti heç zaman müharibə tərəfdarı olmayıb. İşğal olunmuş Azərbaycan torpaqlarını geri qaytarmaq üçün ulu öndər Heydər Əliyev, sonralar isə prezident İlham Əliyev daim sülh danışıqları aparıb. Lakin işğalçı Ermənistan sülh yolunu deyil, müharibəni seçib.

2020-ci il sentyabrın 27-si Ermənistan tərəfi Azərbaycanın sərhəd rayonlarını yenidən atəşə tutdu. Bu səbir kasasının daşması üçün sonuncu damla idi. Azərbaycan prezidenti İlham Əliyev işğal olunmuş torpaqları geri qaytarmaq üçün hərbi əməliyyata başlamaq əmrini verdi. Bu əməliyyat “Dəmir yumruq” adlandı.

Hər bir Azərbaycan vətəndaşı Vətən uğrunda yumruq kimi birləşdi. Sentyabr ayının 27-dən başlayan II Qarabağ Müharibəsi noyabr ayının 10-da Azərbaycan ordusunun qələbəsi ilə bitdi. 44 gün davam edən müharibə ərzində oktyabrın 4-ü Cəbrayıl, oktyabrın 17-si Füzuli, oktyabrın 20-si Zəngilan, oktyabrın 25-i Qubadlı, noyabrın 8-i Şuşa, noyabrın 20-si Ağdam, noyabrın 25-i Kəlbəcər və dekabrın 1-i Laçın rayonu işğaldan azad edildi.

Azərbaycanın döyünən qəlbi Şuşa şəhəri uğrunda gedən döyüşləri xarici ölkələrin jurnalistləri belə təsvir edirlər: “Azərbaycan əsgərləri Şuşaya çatmaq üçün sıldırım qayaları aşdı. Onlar Şuşanı tanksız, topsuz, dronsuz, sadəcə əlbəyaxa döyüşlə aldılar”. Şuşa uğrunda gedən döyüşlərdə, əsasən Azərbaycanın Xüsusi Təyinatlı Qüvvələri iştirak edirdilər. Bu qüvvələrə Hikmət Mirzəyev, Zaur Məmmədov, Tehran Mənsimov kimi komandanlar rəhbərlik edirdilər. Şuşanın işğaldan azad edildiyi gün, yəni noyabrın 8-i Azərbaycanda Zəfər Günü elan edildi [2, s.48]. Dinləmə mətninin sonunda formativ qiymətləndirmə aparılır. Şagirdlərin bilik və bacarıqları aşağıdakı meyarlar əsasında qiymətləndirilir.

- Dinlədiyi və oxuduğu mətnləri mövzu, məzmun, ideya baxımından müqayisə edir.

- Mövzu ilə bağlı araşdırmalar apararaq təqdimatlar edir.
- Məlumatları qrafik informasiya (məlumat vərəqi, cədvəl, diaqram) şəklində təqdim edir.

Bu bizim xalqın, millətin, igid oğullarımızın qələbəsidir və kiçik yaşlı məktəblilərə tariximiz, dövlətimiz barədə məhz məktəbdə geniş danışılmalıdır. Dinləmə mətnində diqqətimi çəkən bir məqam oldu. "Səbir kasasının daşması" ifadəsi məncə şagirlərə qaranlıq qala bilər. Məhz ibtidai sinif müəllimi şagirdlərin qeyri-fəal lüğət fondundakı sözləri fəal lüğət fonduna daxil etməlidir. Səbir kasasının daşması- sözünü müəllim frazeoloji birləşmə olduğunu şagirdlərə dinləmə mətnini oxuduqdan sonra izah etməyə çalışmalıdır.

İbtidai siniflərdə Azərbaycan dili dərsləri, bir qayda olaraq, dinləmə-anlama (və danışma) məzmun xəttinin reallaşdırılması ilə başlayır. Bu məzmun xətti özündən sonrakı məzmun xətlərinin (oxu, yazı və dil qaydaları) hər birinin ayrılıqda integrativliyi baxımından xeyli zəngin təlim fəaliyyətidir. Çünki dinləmədən oxuda, yazıda və dil qaydalarında da köməkçi vasitə kimi istifadə edilir. Digər bir cəhətdən dinləmə psixolojisi həm məzmun xəttində, həm də dinləmə mətnində dominantlıq kəsb etməyə başlayır. Deməli, dinləmə hər bir strateji və taktiki gedişin strukturunda və ya reaksiyalarında iştirak edir.

III sinfin sonunda şagirdə 1-ci məzmun xətti ilə bağlı aşağıdakı billk və bacarıqlar formalaşır:

1. Dinləyib-anlama və danışma.

Şagird: 1.1. Dinlədiyi fikri anladığını nümayiş etdirir.

1.1.1. Dinlədiyi fikir ətrafında müzakirələrdə münasibətini bildirir. 1.1.2. Dinlədiyi fikirləri təhlil etməklə mövqeyini şərh edir.

1.2. Şifahi nitq bacarıqlarına malik olduğunu nümayiş etdirir.

1.2.1. Müşahidə etdiklərini, eşitdiklərini və oxuduqlarını müqayisə etməklə nəql edir.

1.2.2. Dialoji nitqində situasiyaya uyğun etiketlər seçir və mövzu ilə bağlı fikirlərini bildirir.

1.2.3. Fikirlərini aydın və obrazlı etmək məqsədi ilə bədii ifadələrdən istifadə edir.

1.2.4. Ədəbi-bədii nümunələri ifadə edərkən müvafiq situasiyaya uyğun jest və mimikalardan istifadə edir.

Başqa bir səhifədə "Dirşə xan oğlu Buğac" dinləmə mətni verilmişdir. Dərsləklərə, eləcə də müəllim üçün metodik vəsaitə nəzər saldıqda kifayət qədər müxtəlif janrlardan bədii əsərlərə rast gəlirik. Sözsüz ki, qəhrəmanlıq dastanları ilə tanış olmaq ibtidai sinif şagirdləri üçün maraqlı və əhəmiyyətlidir. Dinləmə mətnin sonunda tapşırıqlara nəzər yetirək:

2.2.2 Tapşırıq c (dərslək) Şagirdlər Dirşə xan oğlu Buğac" mətni üzrə hekayə xəritəsi tərtib edirlər. Bununla da mətnin məzmununu qavradıqlarını nümayiş etdirirlər.

Səh.34-də "Qaraca Çoban və Dirşə xan oğlu Buğac" mətnlərinin müqayisəsi verilib. MMV-də qeyd edilir ki, müəllim dinləmə mətninin yalnız giriş və əsas hissəsini səsləndirir. Şagirdlər tapşırıqda verilmiş şəkillərə əsasən mətnin sonluğunu təxmin edib yazırlar. Əlbəttə ki, istər oxu, istərsə də dinləmə mətnlərinin tədrisi zamanı peşəkar müəllim təlimin məqsələrini (öyrədici, tərbiyəedici və inkişafetdirici) unutmamalıdır.

Metodik vəsaitdə "Yer bizim planetimizdir" dinləmə mətni öz əksini tapmışdır. Dinləmə mətninin sonunda bu tapşırıq verilib: Müəllim şagirdlərin diqqətini dərsləyin 32-33-cü səhifələrindəki dünya xəritəsinə yönəldir. Burada müxtəlif xalqların nümayəndələri milli geyimlərdə təsvir edilib. Şəkillərin altında onların mənsub olduqları xalqın adı yazılıb. Şagirdlər bu şəkillərə diqqət edir, xalqların adını oxuyur, daha sonra isə onların hansı ölkədə yaşadıklarını təxmin edirlər. İstifadə üçün verilmiş ölkə adları tapşırıqın asanlıqla yerinə yetirilməsinə kömək edəcək. Bu mətn şagirdlərin ümumi dünyagörüşünün və estetik zövqünün formalaşmasına imkan yaradır. Azərbaycan dilinin tədrisində son məqsəd şagirdlərin şifahi və yazılı nitq bacarıqlarını inkişaf etdirməklə, onları nitq mədəniyyətinə yiyələndirməkdən ibarətdir. Şagirdlər öz fikirlərini Azərbaycan dilində şifahi və yazılı şəkildə düzgün ifadə etməkdə çətinlik çəkmirlərsə, təlimin müvəffəqiyyətlə həyata keçiyi qənaətinə gəlmək olar.

Sonda onu qeyd etmək istərdim ki, Azərbaycan dili fənnindən başlıca məqsəd şagirdlərdə mədəni nitq vərdişləri formalaşdırmaqdır. Odur ki, metodikamız mədəni nitq didaktikası prinsiplərinə uyğun istiqamətdə təkmilləşməlidir. Dinləmə materialı oxu, yazı, danışmaq, qiymətləndirmə, məqsəd və funksiya daşıyıcısı olsa da, həmçinin ifadə mətni kimi öyrənilməlidir. Həmçinin dinləmə mətni rabitəli mətn olduğu üçün onun üzərində fonetik, leksik, frazemik cəhətlərdən nitq inkişafı əməliyyatları aparıla bilər.

Dinləmə materialı yığcam və ya geniş məzmunlu, həm də ifadə mətnidir. Onun süjetini lazım gəlsə, müvafiq suallarla və ya istənilən əlavələrlə yeniləşdirmək ifadəni inşaya çevirmək olar, buna da ən optimal nitq inkişafı metodikası deyilir. Dinləmə mətnlərinin metodikası da digərləri ilə inteqrasiyalarda fəaliyyət göstərməlidir.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

- [1] Alan Kroutora, E.Vendi Soul, Samuel Metyu və b. *Düşünən sinif üçün öyrətmə və öyrənmə üsulları*. 2005, 206 s.
- [2] Nurullayeva U, Zahidova Ş, Bayramova İ, Xanaliyeva A, Məhyəddinova K, *Azərbaycan dili, III sinif (II hissə)*. Bakı, 2021.
- [3] Veysova Z. *Fəal interaktiv təlim*. Müəllim üçün vəsait. 2009.

İBTİDAİ SINIFLƏRDƏ OXU İLƏ BAĞLI MƏSƏLƏLƏR

**Azərbaycan Respublikası, Bakı şəhəri,
Azərbaycan Dövlət Pedaqoji Universiteti,
Azərbaycan dili və onun tədrisi texnologiyası kafedrası
Pedaqogika üzrə fəlsəfə doktoru, dosent Fəridə Səfəraliyeva
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-1161-5759>**

XÜLASƏ

Oxumaq bacarığı dedikdə oxu vərdişlərinin inkişafı-düzgünlük, şüurluluq, ifadəlilik, optimal sürət nəzərdə tutulur. İbtidai siniflərdə oxunun mühüm keyfiyyətlərindən biri də onun ifadəliliyidir. İbtidai siniflərdə şagirdlərin ifadəli oxu üzrə ilkin vərdişlərə yiyələnmələri müəllimin özünün bu vərdişə nə dərəcədə yiyələnməsindən asılıdır. Burada müəllim yaradıcı təsəvvürün köməyi ilə oxuduğunu görməli və şagirdlərə göstərməyə çalışmalıdır. O, məzmunu və formaya uyğun olaraq oxumağı bacarmalıdır. Mətnin məzmununun şüurlu mənimsənilməsi oxunun ifadəliliyinin təmin edilməsi üçün ilkin şərtədir. İfadəlilik isə şüurluluğu artıran vacib amildir. Bəzən şagird dolaşlıq nitqə malik olur, sürətlə danışarkən bəzi sözləri aydın tələffüz etməyi bacarmır və ya şəkildə buraxır. Oxunun düzgünlüyünə xidmət edən vasitə kimi şagirdlərə müəllim yanılmaq oxutdurmalıdır. Bütövlükdə, ana dilinin tədrisi prosesində bədii oxu nümunələri dil faktorunun əsasını təmin edən başlıca amildir. Çünki şagirdin dünyagörüşü bədii oxu nümunələrindən qidalanıb inkişaf edir, onun formalaşmasında müstəsna rol oynayır. Ana dilinin yüksək səviyyədə tədrisi isə ayrılıqda onun dilinin, tarixinin və ədəbiyyatının aydın təfəkkürlə qavranılması deməkdir. Bu isə ibtidai sinifdə çox önəmlidir.

Məlumdur ki, ümumtəhsil məktəblərində ana dili təliminin başlıca məqsədi şagirdlərdə nitq bacarığını formalaşdırmaqdır. İbtidai siniflərdə ana dili üzrə dinləyib-anlama-danışma, oxu, yazı və dil qaydaları məzmun xətləri verilmişdir. Bu bacarıqlar iki formada açıqlanmışdır. Birinci, hər bir təhsil səviyyəsi və siniflərin yekununda şagirdlərdən gözlənilən ümumi nəticələrdir. İkinci, konkret siniflər üzrə zəruri bacarıqları ifadə edən əsas və alt standartlar şəklində verilmişdir. Dil təliminin əsas məzmun xətti olan oxu vasitəsilə şagirdlərə sözə münasibət bildirmək, onun mənasını dərk etmək, bələd olmayan sözlərlə tanış olmaq, mətnin üslubunu, tərkib hissəsini anlamaq kimi bacarıqlar aşılır. Məqalədə oxu ilə bağlı məsələlər təhlil edilmişdir.

Açar sözlər: strategiyalı oxu, intonasiya, orfoepik tələffüz

GİRİŞ

Yeni proqramda oxunun metodikası məsələlərinə böyük diqqət yetirilir. Oxu əsas tədris fənnidir, onun vasitəsi ilə şagirdlərdə vətənpərvərlik hissləri tərbiyə olunur, müsbət əxlaqi keyfiyyətlər aşılır. Sözsüz ki, oxunun əsasını bədii əsərlər təşkil edir. Bədii əsərlər məzmunla formanın vəhdəti şəklində mövcuddur. Bədii obrazların və əsərlərin dərinə qavranılması üçün onların yalnız ideya məzmunu ilə yanaşı, bədii forması da başa düşülməlidir. Uşaq sürətlə, səhsiz oxuya bilir və kitab onun əqli, əxlaqi və estetik inkişafı üçün çox əhəmiyyətlidir. Oxumağı bacarmaq şagirdə sözün mənasına və incə çalarlarına həssas olmaq keyfiyyətini yaradır. Bəzi ibtidai sinif müəllimləri tədris prosesində lüğət üzrə işi yalnız oxu dərslərində həyata keçirirlər. Lüğət işinin aparılmasını müəllim düzgün planlaşdırma bilmir və bu zaman siniflər arasında əlaqə unudulur. Yeni nəşr olunmuş dərsliklərdə sözlük başlığı altında şagirdə tanış olmayan sözlər verilmişdir. Peşəkar müəllim şagirdin qeyri-fəal lüğət fondundakı sözü fəal lüğət fonduna gətirməyə çalışmalıdır.

Diksiya hər bir sözün aydın, düzgün tələffüz olunmasını tələb edir. Normal diksiyanı təmin etmək üçün ayrı-ayrı səslərin artikulyasiyası, tələffüzünə görə yaxın səslərin (b-p, q-ğ, d-t, s-ş və s.) və həmçinin hecaların tələffüzü üzrə məşqlər təşkil olunmalıdır. Əlifba təlimi dövründən başlayaraq şagirdlərin sözləri yazıldığı kimi tələffüz etmələrinə yol verilməməlidir. Oxunun ifadəliliyi onun ədəbi tələffüz normalarına nə dərəcədə uyğunluğu ilə də ölçülür. Orfoepik normaların öyrədilməsi üçün şeirlər daha əlverişlidir. Şeirlərdəki yığcamlıq və bədii orfoepik normaların qabarıq şəkildə verilməsini təmin edir. Məsələn II sinif Azərbaycan dili dərslərində verilmiş “Vətənin keşiyində” şeirinə diqqət yetirək:

Laylasında anam mənə
Belə demiş dönə-dönə:
“Bir anan mən, biri vətən,
Yadda saxla bunları sən.
Canın kimi sev vətəni,
O bəsləmiş, oğul, səni!
Bayrağını möhkəm saxla,
Sərhədini tez-tez yoxla.
Qəhrəman ol, oğul, sən də
Qoru bizi böyüyəndə”
Gözəl vətən, gözəl vətən,
Keşiyində durmuşam mən.
Mirvarid Dilbazi [4, s.39].

Şeirin sonunda şagirddən tələb olunur ki, əmr cümlələri ilə ifadə olunmuş misraları seçib yazın. Artıq II sinifdə şagird cümlənin məqsəd və intonasiyaya görə növlərini bir-birindən ayırmağı bacarır. İlk növbədə şeiri müəllim ədəbi tələffüz qaydalarına əməl edərək oxuyur. Daha sonra sinifə müraciət edərək şagirdlərdən soruşur: şeirin müəllifi kimdir? şeir hansı mövzudadır? şeiri yazmaqda müəllifin məqsədi nədir? Müəllim üçün metodik vəsaitə nəzər yetirdikdə mövzu ilə bağlı təlim məqsədləri bu şəkildə verilmişdir:

- Həyatda gördüklərindən verilmiş atalar sözün uyğun nümunə gətirir (st.1.2.2).
 - Şeiri məzmununa uyğun intonasiya ilə oxuyur (st.2.2.1).
 - Cümlənin məqsəd və intonasiyaya görə növlərini müəyyən edir (st.4.1.7).
 - Vasitəsiz nitqlərdə (dialoqlarda, obrazların nitqində) durğu işarələrindən (tire, qoşa nöqtə, dırnaq) yerli-yerində istifadə edir (st.4.1.7).
 - Dinlədiyi mətnlə bağlı analogi həyat hadisələrindən, cizgi filmlərindən misal gətirir, müqayisələr aparır (st.1.1.1).
 - Həyatda gördüklərinə əsaslanaraq fikir yürüdür (st.1.2.1).
- Dərsin qısa planı isə aşağıdakı kimi əks olunmuşdur:

1. Mövzuya yönəltmə
2. Danışma
3. Oxu
4. Dil qaydaları
5. Dinləmə
6. Yazı
7. Danışma
8. Formativ qiymətləndirmə

“Əsgər marşının səsləndirilməsi
Atalar sözlərinin izahı
“Vətənin keşiyində” şeirinin oxusu
Obrazın nitqinin dırnaq içərisində yazılması
“Əsgərə hörmət” mətninin dinlənilməsi
Şəkillər üzrə mətninin qurulması
Əsgər geyiminin rəngi üzrə müzakirə

Müəllim üçün metodik vəsaitə nəzər saldıqda görünür ki, dərsin qısa planında məzmun xətlərinin dördü də reallaşmışdır. Azərbaycan dili dərslərini şagirdlərin səviyyəsinə uyğun olaraq sistemli şəkildə onlara öyrətmək, mənimsətmək məqsədini güdür. Buna görə də məktəb üçün yazılan Azərbaycan dili dərsləri nəzəri və praktik cəhətdən mükəmməl olmalıdır.

Məlumdur ki, şagirdlərin hafizəsini möhkəmləndirmək, nitqini inkişaf etdirmək, dünyagörüşünü genişləndirmək, eləcə də, estetik zövqünü tərbiyə etmək baxımından şeirlər müstəsna rola malikdir. Orfoepik vərdişləri ibtidai sınıfdan başlayaraq, geniş mənada dərk etmək lazımdır. Bunu yalnız vurğunu düzgün işlətməklə, yaxud sözü düzgün deməklə deyil, həm də dilimizin saflığını qorumaqla, normalara əməl etməklə həyata keçirmək lazımdır. Orfoepik vərdişləri möhkəmləndirmək üçün ilk olaraq şagirdlərdə həmişə məzmunlu, düzgün və mədəni danışmaq bacarıqları yaratmaq lazımdır. İkincisi isə ibtidai sinif müəlliminin saf ədəbi dilə yiyələnməsi önəmlidir. Üçüncü şərt isə orfoepik vərdişləri tərbiyə etmək üçün müntəzəm olaraq aşağıdakı tapşırıqların aparılmasıdır:

- a) şifahi nitqin düzgün və ifadəli olması üzrə iş;
- b) şagirdlərə məhz onların yaş səviyyəsinə uyğun şeirlərdən nümunə deyil, həm də bədii, elmi-kütləvi əsərlərin bir hissəsini əzbərlətmək;
- c) şagirdlərin oxu mədəniyyətini artırmaq məqsədilə müəllimin rəhbərliyi;
- d) şagirdlərin şifahi və yazılı nitqindəki qüsurları müntəzəm surətdə aradan qaldırmaq;
- e) orfoepik məşğələ zamanı əyani vəsaitlərdən (bədii, elmi-kütləvi əsərlərdən, orfoepik cəhətdən gözəl nitq nümunələrini əks etdirən cədvəllərdən) istifadə edilməlidir.

Oxunun ifadəliliyinə onun normal sürəti də təsir göstərir. İfadəli oxunun sürəti təxminən normal şifahi nitqin sürətinə bərabər olmalıdır. Həddən artıq sürətli, yersiz fasilələrlə oxu pis qavranılır. Sürət sözsüz ki, şeirin məzmununa görə seçilir. Əgər oxunun ifadəliliyindən danışırıqsa intonasiyanı da qeyd etmək lazımdır. Nitqdə, eyni zamanda oxu prosesində intonasiyanın rolu böyükdür. İntonasiya sözün mənasını gücləndirməklə, bəzən sözdən daha çox şeyi ifadə edir. İntonasiya geniş və dar mənada olur. Yəhya Kərimov yazır ki, geniş mənada intonasiya dedikdə, səslənən nitqin birgə təsir göstərən komponentlərinin mürəkkəb kompleksi nəzərdə tutulur. Nitqdə və cümlələrdə aşağıdakı komponentlər özünü göstərir. Birinci vurğuda ifadə olunan və nitqin dinamikasını müəyyən edən qüvvə. İkinci müxtəlif hündürlükdə səslər üzrə səsin hərəkətində ifadə olunan və nitqin melodikasını müəyyən edən istiqamət; uzun səslənmə və fasilələrdə ifadə olunan, həmçinin nitqin sürətini və ritmini müəyyən edən sürət. Həmçinin nitqin səslənməsinin xarakterini müəyyən edən tembr. Səslənən nitqin səs qabığı olan bütün bu komponentlər, həmçinin melodiklik və ritm ümumilikdə ifadəliliyi təmin edir [2, s.203].

Şifahi nitqin ifadəliliyini təmin edən əlavə vasitə olaraq mimika və jest də önəmlidir. Mimika üzün əzələlərinin ifadəli hərəkəti olmaqla insanın düşdüyü situasiyadan asılı olaraq müxtəlif hissələrin aşkara çıxarılmasına kömək edir. Jestə gəldikdə oxuyanın əsərdəki hadisələrə müvafiq əl-qol hərəkətlərini bacarıqla seçməsinə, məzmunun obrazlı mənimsənilməsinə təmin edən xüsusi vasitədir. Oxunun ifadəliliyi oxu vərdişinə yiyələnməklə bağlıdır. Bir çox hallarda şagirdlər oxu sürətinin aşağı olması, diksiyanın pisliyi, nitqin fiziki cəhətdən nöqsanlı olması, həmçinin ifadəli oxunun tələblərinə əməl edə bilməmələri baxımından astadan, pıçılıtlı ilə oxuyurlar. Oxu müəllimin nəzarəti altında ucadan olmalıdır. İbtidai sinif müəllimi bilməlidir ki, oxu bacarığının yoxlanması zamanı üç məsələ önəmlidir:

- Məzmunluluq (oxu bacarığı anlayışına nələr daxildir və nəyi yoxlamaq lazımdır?)
- Təşkilati (yoxlama nə vaxt və necə keçirilir?)
- Qiymətləndirmə (oxu bacarığı necə qiymətləndirilməlidir?)

Oxumaq bacarığı dedikdə oxu vərdişlərinin inkişafı-düzgünlük, şüurluluq, ifadəlilik, optimal sürət nəzərdə tutulur. Yoxlama prosesində düzgün oxunun başlıca göstəricisi onun sürəti, ifadəliliyi deyil, oxunun məqsədi mətnin məzmununu başa düşmək, dərk etməkdir. Buradan belə bir nəticəyə gəlirik ki, oxu vərdişləri deyil, oxumaq bacarığı (oxu texnikasına yiyələnmək) ön plana çəkilir. Oxumaq bacarığının qiymətləndirilməsi çox mübahisəli məsələdir. Burada başlıca göstərici məzmunun şüurlu mənimsənilməsi, keyfiyyət cəhəti deyil, kəmiyyəti-oxunun sürətidir.

Şagirdin dəqiqədə neçə söz mənimsəməsi oxunun xarici tərəfi olduğundan onu tezliklə yoxlamaq mümkündür. Əgər şagird normaya nisbətən yavaş sürətlə, ancaq ifadəli, şüurlu, səhsiz, oxuyursa, onu yüksək qiymətləndirmək mümkündür. Oxunun şüurluluğu şagirdlərə tanış olmayan mətn üzrə yoxlanmalıdır. Odur ki, yeni oxu təlimi strategiyalarından, fəal təlim üsullarından istifadə etməklə, mətnin düzgün, rəvan, şüurlu, ifadəli oxusunun təşkilinə nail olmaq olar. Bu isə öz növbəsində oxu üzrə təlim nəticələrinin yüksəldilməsinə geniş imkanlar yaradır. Şagirdlər öz yoldaşlarının oxularına nəzarət etmək üçün aşağıdakı cəhətlərə fikir verməlidirlər:

- sözdə heca və ya hərfin buraxılıb-buraxılmaması;
- sözün təhrif olunub-olunmaması;
- sözdə vurğunun yerində işlənilib-şəkilənməməsi;
- sözlərin aydın tələffüz olunub-olunmaması;
- oxu zamanı tələskənliyin olub-olmaması;
- durğu işarələrində fasiləyə əməl olunub-olunmaması;
- intonasiyanın gözlənilib-gözlənilməməsi.

Savad təliminin ilk mərhələsində şagirdlərin hələ oxu texnikasına yiyələndikləri dövrdə oxunun aşağı sürətlə, aramla aparılması vacibdir. Sonralar tədricən sürət artırılmalıdır. Oxunun normal sürəti ifadəliliyi və məzmununun sürətli başa düşülməsini təmin edir. Həddən artıq ləng oxu sözlər və cümlələr arasında əlaqənin hiss olunmamasına, məzmunun mexaniki şəkil almasına səbəb olur. Strategiyalı oxu haqqında danışmaq istədim. Strategiyalı oxu şagirdlərin öz oxu fəaliyyətini təşkil və idarə etməsidir. Strategiyalı oxu düşünərək oxu deməkdir. Strategiyalı oxu zamanı şagird çevik düşünmək, sual vermək, keçmiş biliklərə əsaslanan yeni biliklər əldə etmək, fikir mübadiləsinə nail olmaq, nəticədə fikri dəqiq müəyyənləşdirmək və ondan həyati problemlərin həllində bəhrələnmək kimi bacarıqlara yiyələnir. Strategiyalı oxu prosesində şagird təqdim edilən mətnin mənasını dərk etməyi, problemi müəyyənləşdirməyi, mətnin oxusunu isə problemi həll etmə forması kimi dəyərləndirir. Həmçinin şagird gözlənilən nəticəni mətnin oxusuna başlamazdan əvvəl aydın təsəvvür edir:

- suallar cavablandırılmalıdır;
- plana əsasən oxu təşkil edilməlidir;
- uğurlu nəticə üçün daha nələr edilməlidir.

II sinif Azərbaycan dili dərslərində hekayə xəritəsi verilmişdir. Hekayə xəritəsi şagirdə mətnin məzmununu dərinlən qavramağa kömək edir. Hekayə xəritəsində əsasən aşağıdakılar göstərilir: Mətnin adı, baş qəhrəman, məkan, məzmun, köməkçi obrazlar, zaman, əsas fikir qeyd edilmişdir. Əgər şagird oxuduğunu şüurlu surətdə başa düşsə, hekayə xəritəsi qurmaqda çətinlik çəkməyəcək.

İfadəli oxunun təlimi əhəmiyyətindən biri, bəlkə də birincisi sözə və söz sənətinə maraq və məhəbbət tərbiyə etməsidir. Ədəbiyyatçı Soltan Hüseynoğlu haqlı olaraq qeyd edir ki, söz şagirdə təsir etmək üçün müəllimin ixtiyarında olan güclü vasitədir. Müəllimin sözdən bacarıqla istifadə etməsi, öz nitqini, səsini ustalıqla idarə etməsi, onu bir pedaqoq kimi səciyyələndirən mühüm keyfiyyətdir” [1, s.8]. Əlbəttə, ibtidai sinif müəlliminin nitqinin ifadəli olmasının zəruriliyi

buradan qaynaqlanır. Sözsüz ki, müəllimin nitqinə verilən tələblərin çoxluğunu və mürəkkəbliyini unutmamaq olmaz, nitqin məzmunlu olması, seçilən sözlərin tutumu, nitqin quruluşu bu qəbildəndir.

İbtidai sinifdən başlayaraq müəllimin ifadəli nitqi təlim prosesinə ciddi təsir göstərir. Sönük olan nitq şagirdləri cəlb etmir və nəticədə keçirilən mövzunun qavranılmasında işi xeyli çətinləşdirir. Emosional rəngə boyanmış, intonasiya çalarları ilə zəngin nitq şagirdlərdə marağı gücləndirir, təlim materialına diqqəti artırır. Pedaqoqlar arasında belə bir fikir yürüdülmür ki, məktəbdə ümumiyyətlə qeyri-ifadəli oxu olmamalıdır. İfadəli oxunun ən mühüm təlim əhəmiyyəti əsərin öyrənilməsi və qavranılması vasitəsi olmasıdır. Dilin gözəlliyinin duyulmasını təmin edən və bunu səslənən sözdə əks etdirən ifadəli oxu şifahi nitq mədəniyyətinin inkişafında ciddi rol oynayır. Əzbər öyrənmə, bədii nağıletmə ilə başa çatmayan ifadəli oxu şagirdlərin şifahi nitqinin zənginləşməsinə o vaxt səmərəli təsir göstərir ki, bu yöndə aparılan iş müntəzəm və sistemli olsun. Bir məqamı unutmamaq olmaz ki, ifadəli oxunun həm də tərbiyəvi əhəmiyyəti vardır. Məhz oxu dərslərində şagirdlərdə vətəna məhəbbət və sədaqət tərbiyə olunur, onlara xeyirxahlıq, fədakarlıq, mərdlik kimi keyfiyyətlər aşılanır. Əlbəttə ki, kiçik yaşlı məktəblilərin dünyagörüşünün formalaşması üçün ilkin bünövrə qoyulur.

İfadəli oxunun köməyi ilə şagirdlər yazıçının məqsədini, onun irəli sürdüyü ideyanı aydın başa düşməlidirlər. Hər rola uyğun səslərini dəyişməli, qəhrəmanın daxili aləminə girməli, onun başında cərəyan edən hadisəni öz başında təsəvvür etməlidir. Yalnız belə bir situasiya nəticəsində şagird qəhrəmanın hərəkətlərini, onun mövqeyini, hadisələrə olan münasibətini düzgün qiymətləndirər, taleyi haqqında düşünər, ona obyektiv münasibət bəsləyər.

Şagirdlərə ifadəli oxu vərdişi aşılamaq, məzmunun şüurlu qavranmasını təmin etmək üçün bədii təhlilin aparılması, əsərlərin dili və kompozisiyası üzərində şagirdlərin müşahidələrinin təşkili böyük əhəmiyyətə malikdir.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

- [1] Hüseynoğlu S. *İfadəli oxunun əsasları*. Bakı, 2019.
- [2] Kərimov Y. *Ana dilinin tədrisi metodikası*. Bakı, 2011.
- [3] *Kurikulum-elmi metodik jurnal*. 2011 №1 (13).
- [4] Nurullayeva Ü, Bayramova İ, Xanaliyeva A, Məhyəddinova K. *Azərbaycan dili (tədris dili) ümumtəhsil məktəblərinin 2-ci sinfi üçün dərslik. 2-ci hissə*. Bakı, 2020.
- [5] Nurullayeva Ü, Zahidova Ş, Bayramova İ, Xanaliyeva A, Məhyəddinova K. *Ümumtəhsil məktəblərinin 2-ci sinfi üçün Azərbaycan dili (tədris dili) fənni üzrə metodik vəsait*. Bakı, 2020.

MODIFICATION OF THE VERB PHRASE - ADJUNCT ADVERBS

Sashka Jovanovska¹, Marija Talevska², Marija Tashkoska³,

¹ PhD, Assistant professor at the Department of English language and literature, Faculty of Philology, Goce Delcev University, Stip, North Macedonia,

ABSTRACT

Syntax starts off with features, as its basic atoms; these features are then combined into lexical items, which are essentially bundles of features, which we have assumed so far are unstructured. Adverbial clauses are extremely heterogeneous in form. They include clause types that don't appear in other constructions. Because of their heterogeneity, it is much easier to group adverbial clauses by semantic type rather than grammatical form. Not all adverbial clauses are embedded structures. As you will see, some are contained within the predicate of a higher clause, but others simply stand apart from the sentence. The following discussion focuses on the types of adverbs discussed in the adjunct adverb.

Key words: English language, adverbs, clauses, adjunct adverb

INTRODUCTION

Adverbs are usually related to adjectives in terms of their morphological form. The adverbs are formed from related adjectives by adding the affix *-ly*. It is seen that the adverbs in these examples combine with other elements to form adverbial phrases (AdvPs), in the same way as all other categories may project. The mechanism by which adjuncts are incorporated into phrase structure is still a major research topic. Starting from the main division of Adverbs our focus will be dedicated on the types of adverbs discussed in the adjunct adverb.

1. KINDS OF ADVERBIAL CLAUSES

The kinds of Adverbial clauses are used in the function of Adverbials (Adjunct positions).

Place: Replace Adverbial of Place. Add information about location or direction to the contents of the main clause.

*I found my notebook **WHERE I LEFT IT**.*

- a. ***WHEREVER WE VISITED**, we were met with friendliness.*

Time: Replace Adverbial of Time. Provide temporal information w.r.t. the contents of the main clause. In English these do *not have future Tense*.

- a. *I'll give it to you, **AS SOON AS I** (*will) **FINISH**.*
- b. ***WHEN (I AM) ON HOLIDAY I** (will) put aside my work.*

Manner (Condition): There exist many kinds of Adverbials of 'Manner', e.g. **cause, reason, purpose, result, condition, concession**. These also include **conditional clauses**.

- a. *His voice broke **AS IF HE WERE GOING TO CRY**.*
- b. *There is no light here **SO THAT WE COULD WORK**.*
- c. *We had to go there **BECAUSE WE WERE ASKED TO**.*
- d. *I am not going to go there **IN CASE YOU DON'T CALL ME FIRST**.*
- e. *He **will** do it, **IF YOU ASK HIM**.*
- f. ***IF YOU ASKED HIM** he **would** do it.*
- g. ***(AL)THOUGH** the weather is fantastic we will have to stay at home.*
- h. ***SINCE** she did not answer we can do it our way.*

Manner (Grading): Adverbial clauses of Manner can be also related to Adjectives or Adverbs (grading, degree, comparison, etc.).

- a. *Mary is **more** careless **than** anybody can imagine.*
- b. *He was **so** stupid **that** I could not believe it.*
- c. *The airplane got **as** high **as** **THE EXPERTS PREDICTED**.*
- d. *This government has lied too often **FOR US TO BELIEVE THEIR PROMISES**.*

2. ADJUNCT ADVERBS

Adjunct is general term that refers to any item (or person) that functions in an auxiliary capacity. In linguistics it is typically used to describe an optional element, one that is not essential to the acceptability of the utterance. In this section, we are going to use the term in a restricted sense to refer to a large class of adverbial constructions. Although these adverbs are usually optional, there will be a few constructions in which they are required. (An adjunct is optional only in that it is not required for grammaticality; adjuncts provide crucial information in the discourse.)

Adjuncts are integrated into the sentence or clause in which they appear (Quirk et al., 1972, p. 421). They usually (but not always) appear in the predicate and they usually modify some or all of the VP, although it is not always easy to specify the exact modification relationship. Adjuncts can be stacked up. A given simple sentence can contain only one subject, one direct object (or alternatively one subject complement), one indirect object, but it can contain a number of adjuncts.

3. INTENSIFYING, DOWNTONING, AND LIMITING ADJUNCTS

Adjunct intensifiers and downtoners are closely related to those that modify nouns, noun phrases, and adjectives. Predictably, when an intensifying adjunct modifies a lexical verb, it simply

intensifies the meaning of that verb, while a downtoner downplays it. Most intensifying and downtoning adjuncts co-occur with a limited number of verbs.

Intensifiers often co-occur with psych-verbs, though they can modify other verb types. As you will see, some intensifiers are quite narrowly constrained in terms of context. *Really* is the most versatile intensifying adjunct.

*Rick **really** loves the races.*

*I **just** hate theme parks.*

*Albert's criticism bothered me **a lot**.*

*They **fully** appreciate her predicament.*

*Jack **completely** ignored her request.*

*She needed dental work **badly**.*

Downtoners are usually quite flexible. Note that a bit can be used as a downtoner when it appears in an affirmative

I rather enjoyed the play.

*Barbara **sort of** snickered.*

*This will hurt **a bit**.*

*Stuart was **somewhat** annoyed by her remarks.*

*I was **kind** of hurt by her behaviour.*

Downtoners rarely occur in negative constructions, probably because it is redundant to downtone a quality that has already been negated - * *didn't I rather enjoy the play*; ?? *Barbara didn't sort of snicker*. The last sentence is possible if a contrast is implied - *Barbara didn't a sort of snicker*; she positively guffawed.

Like the negative particle, some intensifying adverbs have scope and that scope can be manipulated by placing the adverb at different points in the predicate.

I really will slug you. [Intensifying will, i.e., intention]

I will really slug you. [Intensifying slug]

I will really slug you hard. [Intensifying both slug and hard]

I will slug you really hard. [Intensifying hard]

(Really can be considered an adjunct in all but the last of the above examples.) Limiting adjuncts focus the hearer on a narrow or literal interpretation of the verb. They are often used when the speaker wants to undercut a stronger implication.

I merely spoke to you. [I didn't yell at you.]

I only tapped him. [I didn't hit him.]

I just sneezed. [I'm not dying.]

Note that just can function as both an intensifier and a limiter. In *I just hate him*, it's clearly an intensifier and in *I just dislike him* [I don't despise him], it's a limiter. Intensifiers and limiters each constitute a small class of adverbs.

4. SOME OTHER ADJUNCT CATEGORIES

There are a great many other constructions in English that appear adverbial in nature. It is difficult to catalog all of the possible semantic categories, so it's list just a few of them below.

Adverbs of accompaniment usually occur with the preposition with:

I walked with my mother;

Signe played with her friends;

Lu partied with her roommates.

We can also include in this category constructions like:

They ate chicken with lemon sauce and I like strudel with vanilla ice cream.

On the other hand, in *They ate chicken with their fingers*, the with prepositional phrase is clearly an adverb of means. Our interpretation of these sentences depends a lot on what we know

about the world; we recognize fingers and forks as perfectly reasonable instruments for eating chicken, but it's impossible to construe lemon sauce as a tool in this context. But lemon sauce is an adverb of means in *He won her heart with his wonderful lemon sauce.*

There is a small set of verbs that take **adverbs of remuneration (payment)**. They usually appear as for prepositional phrases:

The realtor will sell you this house for \$150,000;

I bought this for very little;

My dad works for peanuts.

Adverbs of source indicate the source or place of origin of someone or something:

Hamish is from New Zealand;

Jamie borrowed this book from his mother;

Helen stole the stereo from her neighbour;

Susan bought that car from Bob;

He got the money from his partner.

There is a great deal of semantic overlap between adverbs of direction and adverbs of source. Usually, adverbs of direction co-occur with dynamic verbs and adverbs of source with stative verbs:

Solange came from France yesterday versus Solange comes from France.

Concessive adverbs indicate that one circumstance is surprising in light of another. Concessive adverbs appear as prepositional phrases:

Joe was a graceful dancer in spite of his size, Farah became an accomplished pianist despite her arthritis.

5. CONCLUSION

There is some amount of overlap in the semantic categories discussed in the adjunct section, and there are a number of other adverbial constructions for which conventional semantic labels don't exist. How, for example, should we treat *Mary Ann hid the presents from Trevor* and

The doctors isolated the infected child from the family? Is this an adverb of direction or do we need a separate "concealment" category? Should we create a special "material/ingredient" category for constructions like *This cake was made with thirty egg whites* and *These tiles are made from cement*?

There is a large set of verbs all of which communicate some kind of social interaction and all of which can be followed by a with prepositional phrase.

Tristan flirted with Isolde.

Grade joked with George.

Alice corresponded with Gertrude.

Charlotte argued with the merchant.

The coach consulted with the umpire.

The fact that all of these sentences are about communication of some sort and that the participants are not necessarily in proximity suggests that more than "accompaniment" is at stake. Yet another semantic category may be in order.

Creating semantic categories for all the possible adjuncts in English is a daunting task. It's not surprising that linguists disagree about what criteria should be used to create these categories and where the semantic boundaries should be drawn.

REFERENCES:

AARTS, BAS (1997) *English Syntax and argumentation*. Palgrave Macmillan.

AARTS, BAS (2011) *Oxford Modern English Grammar*. OUP.

BAKER, C. L. (1995) *English Syntax*. The MIT Press, Cambridge Mass.

BERK, LYNN M. (1999). *English Syntax: From Word to Discourse*. Oxford: OUP.

BIBER ET AL. (1999) *Grammar of Spoken and Written English*. Longman, London.

BIBER ET AL. (1999) *Student Grammar of Spoken and Written English*. Longman, London.

BIBER, D., et al. (2004). *Longman Grammar of Spoken and Written English*. London and New York: Longman.

CHOMSKY, N . (1965). *Aspects of the Theory of Syntax* (Cambridge, Mass).

- CHOMSKY, N . and HALLE, M . (1968). *The Sound Pattern of English* (New York).
- CLAKK, H. H . (1965). Some structural properties of simple active and passive sentences. *J. verb. Learn, verb. Behav.*, 4, 365.
- CLARK, H . H . (1969). Linguistic processes in deductive reasoning. *Psychot. Rev.*, 76, 387.
- CLARK, H . H . and BEGUN, J. S. (1968). The use of syntax in understanding sentences. *Br. J. PsychoL*, 59, 219.
- FILLMORE, C. J. (1968). The case for case. In E. Bach and R. T. Harms (eds), *Universals in Linguistic Theory* (New York).
- JOHNSON, S. C. (1967). Hierarchical clustering schemes. *Psychometrika*, 32, 241.
- LAKOFF, G. (1965). *On the Nature of Syntactic Irregularity*. Computation Laboratory of Harvard University Mathematical Linguistics and Automatic Translation, Report No. NSF-17 (Cambridge, Mass.).
- LYONS, J. (1968). *Introduction to Theoretical Linguistics* (Cambridge).
- MILLER, G. A. (1962). Some psychological studies of grammar. *Amer. Psychol.*, 17, 748.
- SVARTVIK, J. (1966). *On Voice in the English Verb* (The Hague).
- THORNDIKE, E. L. and LORGE, I. (1944). *The Teacher's Word Book of 30,000 Words* (New York).
- QUIRK, RANDOLPH, ET AL. (1985). *A Comprehensive Grammar of the English Language*. London and New York: Longman.

SOSYAL ORTAMLARDA GELİŞMELERİ KAÇIRMA KORKUSU KAYSERİ ÜNİVERSİTESİ ÖRNEĞİ

Doç. Dr. Raziye PEKŞEN AKÇA¹

Kayseri Üniversitesi, DMYO, ORCID ID: 0000-0003-1989-8212

ÖZET

Önceki yıllarda telefon kullanımının birincil amacı haberleşme iken; günümüz de bu amaca ek olarak alış-veriş, sosyal medyaya erişme, online eğitim, internet bankacılığı vb. gibi yeni boyutlar da eklenerek telefonların kullanım skalası genişletilmiştir. Dijitalleşen dünyada teknolojinin kullanımı amacındaki bu çok yönlü aynı zamanda bireylerde gelişmelerden haberdar olamama kaygısı oluşturarak bu duruma paralel olarak teknolojik ürünlerin satışında artış, sosyal medya kullanımında artış ve dijital pazarlamada, dijital reklamlarda yoğun bir ilgiye ve artışın oluşmasına da neden olduğu ifade edilebilir. Bu çalışmada sosyal medya bağımlılığı, akıllı telefon bağımlılığı ile bir şeyleri kaçırma korkusu (Fomo) yüzde ve frekans şeklinde ortaya konulmaya çalışılmıştır. Çalışma Kayseri Üniversitesi Develi Hüseyin Şahin Meslek Yüksekokulunda çalışmaya katılmaya gönüllü olan 224 öğrenciyle (185 kız, 39 erkek) gerçekleştirilmiştir. Öğrencilere Gökler vd. tarafından geliştirilen (2016) “Gelişmeleri Kaçırma Korku Ölçeği” ve araştırmacı tarafından geliştirilen “Genel Bilgi Formu” uygulanmıştır. Çalışma sonucunda öğrencilerin %31.30’u iyi bir zaman geçirdiğinde bunun detaylarını online paylaşmanın kendisi için biraz önemli olduğunu belirtirken bu soruya aşırı doğru yanıtı verenlerin oranın %8.9 olduğu bulunmuştur. Tatile çıktığında arkadaşlarının ne yaptığını takip etmeye devam ederim sorusuna %9.3 aşırı doğru, %17.7 sıklıkla doğru, % 13.3 doğru, %37.30 biraz doğru yanıtı vermiştir. Bazen neler olup bittiğini takip etmek içi fazla zaman harcıyıp, harcamadığımı merak ederim sorusuna %28.4 hiç doğru değil yanıtı verirken, arkadaşlarımdan benden daha doyurucu deneyimler yakalamasından korkuyorum %30.2 biraz doğru, %9 sıklıkla yanıtı vermiştir.

Anahtar Kelimeler: Fomo, Sosyal Medya Bağımlılığı, Bağımlılık

ABSTRACT

While the primary purpose of phone use in previous years was communication; In addition to this purpose, today's shopping, access to social media, online education, internet banking etc. The use scale of phones has been expanded by adding new dimensions such as. This versatile purpose of the use of technology in the digitalizing world also creates the concern of not being aware of the developments in individuals, in parallel with this situation, an increase in the sales of technological products, an increase in social media use and digital marketing, It can be stated that it also caused intense interest and increase in digital advertisements. In this study, the fear of missing something with social media addiction, smartphone addiction (Fomo) was tried to be revealed in the percentage and frequency sequel. The study was held with 224 students (82.6% girls and 17.4% boys) who volunteered to participate in the study at the Develi Hüseyin Şahin Vocational School of Kayseri University. To Students Gökler et al. (2016) “ Fear of

Missing Developments in Social Environments Scale ” and “General Information Form ” developed by the researcher. When students had a good time of 31.30% ’ as a result of the study, it was found that it was a little important for him to share his details online, while those who responded to this question were 8.9. He gave a 9.3% extreme correct, 17.7% often correct, 13.3% correct, 37.30% correct answer to the question of what I keep following what his friends did when he went on vacation. Sometimes I am afraid that my friends will have more satisfying experiences than me, while I spend a lot of time in following what is going on and wonder if I am not spending 28.4% correct, %9 often responded.

Key Word: Fomo, Social Media Addiction, Addiction

1. GİRİŞ

Günümüz dünyasında hızla gelişen teknoloji ve çıktıları (Aydoğdu,2018; Aydoğdu, 2021) bireylere farklı alanlarda yaşamsal kolaylıklar sunmaktadır (Aygün ve Pekşen Akça, 2022). Farklı amaçlar için (alışveriş, eğlence vb.) bireyler teknolojik cihazlarla yoğun etkileşim içerisinde. Teknolojinin bireyler tarafından etkin ve doğru kullanılmasının önemli olduğu farklı çalışmalarla ortaya konulmaya çalışılmış, dahası bu durumun kimi zaman bağımlılıklara yol açtığı, bu bağımlılıklarında kullanıcılar üzerinde fiziksel, ruhsal vb. pek çok sağlık sorununa da neden olduğunu ortaya koymuştur (Savcı ve Aysan, 2017; Kelley ve Gruber, 2010; Strasburger vd., 2009; Yüksel ve Baytemir, 2010). Kısacası zaman içerisinde bu denli bir etkileşim dijital bağımlılığının hızla artarak hayatı kolaylaştırma amacı yanında bazı problemlere de neden olduğu da belirtilmiştir (Erdem vd.,2016). Nitekim telefon, pc vb. aygıtları 24 saat açık bırakma ve internete bağlı kalma, yatağa bile cep telefonu ile gitme gibi davranışlar da sergileyen bireylerin sayısı her geçen gün arttığı hatta bu bireylerde yaygın olarak tanımlanan bazı semptomlarında eşlik ettiği ifade edilmektedir (Cherry, 2020).

- *Telefonu kapatamama durumu*
- *Cevapsız aramalar, mesajlar ya da e-postalar için telefonu sürekli kontrol etme durumu*
- *Telefonun bataryası neredeyse 100'e yakın dolu olsa da tekrar şarj etme durumu*
- *Tuvalete giderken bile telefonu yanından ayırmama durumu*
- *Telefonun yanında olup olmadığını teyit etmek için tekrar tekrar kontrol etme durumu*
- *Kablosuz ağa ya da hücreli veri ağına bağlanamama korkusu*
- *Olumsuz bir koşul halinde telefonda yardım isteyememe korkusu*
- *Çevrimiçi kimliği ile bağlantısının kesilebilme ihtimalinden duyulan korku ve bunun üzerine yaşanan yoğun stres*
- *Telefonda vakit geçirebilmek uğruna planlanan etkinliklerden vazgeçme durumudur (Bragazzi ve Puente, 2014; Yıldırım, 2019; Aygün ve Pekşen Akça, 2022)*

Hayatın bir parçası olan dijital aygıtlar günümüz dünyasında ihtiyaç olmanın ötesinde bağımlılık olmaya başlamış dahası bu aygıtlarda geçirilen zaman amaca yönelik davranışlar olmanın dışında olanı biteni kaçırma, asosyalite, sanal iletişim, nomofobi, uyku ve yaşam kalitesinde bazı sorunlara da neden olmaktadır. Yanlış bilgiye erişim, gereksiz bilgi tüketimi, sosyal kaygı sorunlarına ya da bilgiye fazla ihtiyaç duymaya yol açabilmektedir. Bu durumda olan biteni kaçırma korkusuna hatta yoğun sosyal kaygılara neden olabilir. Nitekim Özlü (2020) yapmış olduğu bir çalışmada gençlerin nomofobi düzeyleri arttıkça sosyal kaygı düzeylerinin arttığı saptanmıştır. Kişinin mobil cihazlara ulaşamadığında duyduğu mantıkdışı korku veya kaygılar nomofobi olarak tanımlanırken (King vd., 2013; Yıldırım ve Correia, 2015; Aygün ve Pekşen Akça, 2022) fomo ise kaçırma korkusu, bireyin sınırlılık, kaygı ve yetersizlik, tatmin edici ve faydalı gelişmeleri ve fırsatları kaçırdığını hissetmedir. Fomo sosyal medya kullanıcılarına özgü olmasa da, bu korkuyu yaşayan bireyler arkadaşlarının planlarını ve faaliyetlerini takip etmek için sosyal medyayı daha sık kontrol etmeye durumuyla karşı karşıyadır. Sosyal medyanın sık kullanımı ise mevcut yetersizliği tetikleyebilir veya artırabilir (Mazlum ve Atalay, 2022). Bu nedenle yapılan farklı çalışmalar genellikle sosyal medya kullanımı ile Fomo arasındaki ilişkileri ortaya koymayı amaçlamaktadır (Yalcın Çınar, 2017; Alabri 2022).

2.YÖNTEM ve BULGULAR

Bu araştırma, Kayseri Üniversitesi Develi Hüseyin Şahin Meslek Yüksekokulu öğrencilerinin (185 K, 39 E) olan biteni kaçırma korkusu (Fomo) konusunda sonuçları ortaya konulabilmesi amacıyla yapılmıştır. Çalışma frekans ve % olarak analiz edilmiş ve grafikler kullanılmıştır. Çalışmada ayrı ayrı 10 soru sorularak” hiç doğru değil, biraz doğru, sıklıkla doğru, doğru, aşırı doğru “cevaplardan kendilerine uygun olanı seçerek Fomo anket sonuçlarına ulaşılmıştır. Cevapların yüzdelik oranlarına göre aşağıdaki tabloyu oluşturarak sonuçlarını göz önüne alarak değerlendirme yapılmıştır.

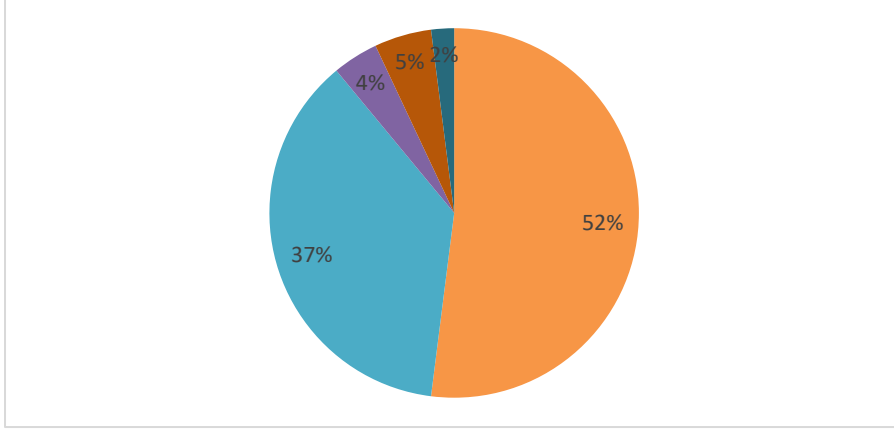
Çizelge 1: Öğrencilerin Demografik bilgilerine ilişkin dağılımlar

Değişken	Kategori	f	%
Cinsiyet	Kız	185	82,6
	Erkek	32	17,4
Dijital aygıt kullanma süreleri	3-5 saat	10	4,5
	6-8 saat	162	72,3
	8 ve üzeri	52	23,2

Çizelge 1 incelendiğinde çalışmaya katılmayı kabul eden kız öğrencilerin (%82.6) oranının daha yüksek olduğu ve ortalama olarak 6-8 saat gün içerisinde farklı amaçlarla dijital aygıtları kullandıkları (%72.3) görülmektedir. Nitekim Fomo'nun aşırı internet kullanımına zemin hazırlayan bir faktör olduğu düşünülmekle birlikte ve literatürün büyük bir kısmı Fomo ile

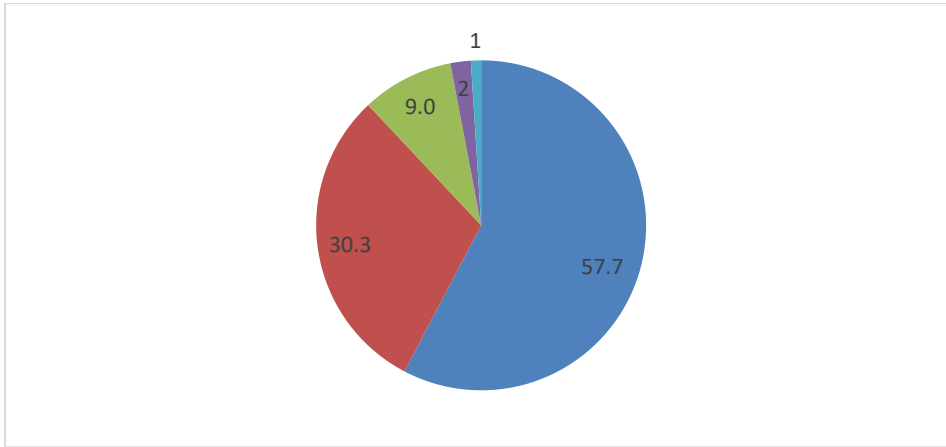
internet kullanımını arasındaki bağlantıyı araştırmaktadır. Ancak halen literatürde hala bir bütünlük eksikliği bulunmaktadır (Akbari vb.,2021).

Çizelge 2: Başkaları daha doyurucu deneyimler yaşadığından korkma durumuna ilişkin grafik



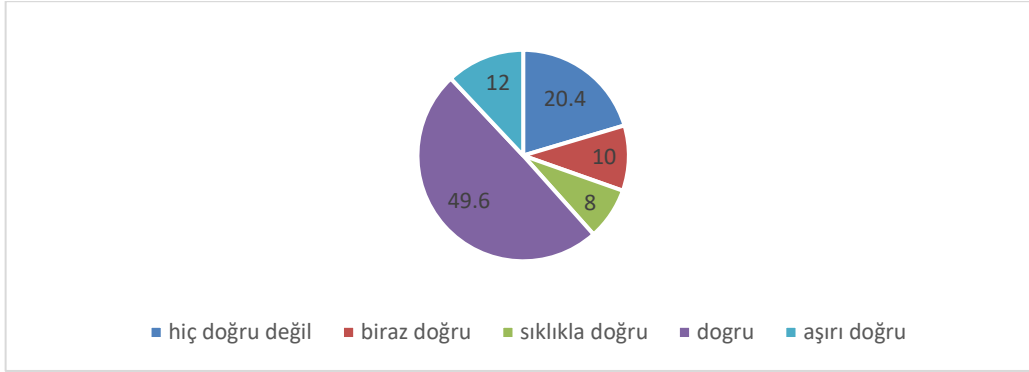
Çizelge 2 incelendiğinde “Başkaları benimkilerden daha doyurucu deneyimler yaşadığından korkarım” ifadesine hiç doğru değil yanıtını verenlerin oranı %52, biraz doğru %37 dediği görülmektedir.

Çizelge 3: Arkadaşlarımın benimkilerden daha doyurucu deneyimler yaşadığından korkma durumuna ilişkin grafik



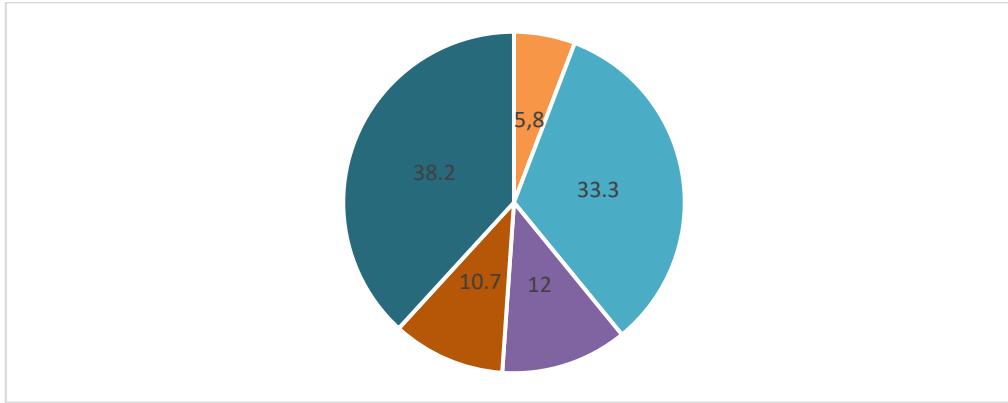
Çizelge 3 incelendiğinde Arkadaşlarımın benimkilerden daha doyurucu deneyimler yaşadığından korkarım. Hiç doğru değil % 57.7, biraz doğru % 30,3 sıklıkla doğru % 9 yanıtını vermiştir

Çizelge 4: Arkadaşlarının eğlendiklerini öğrendiğinde üzülme durumuna ilişki grafik



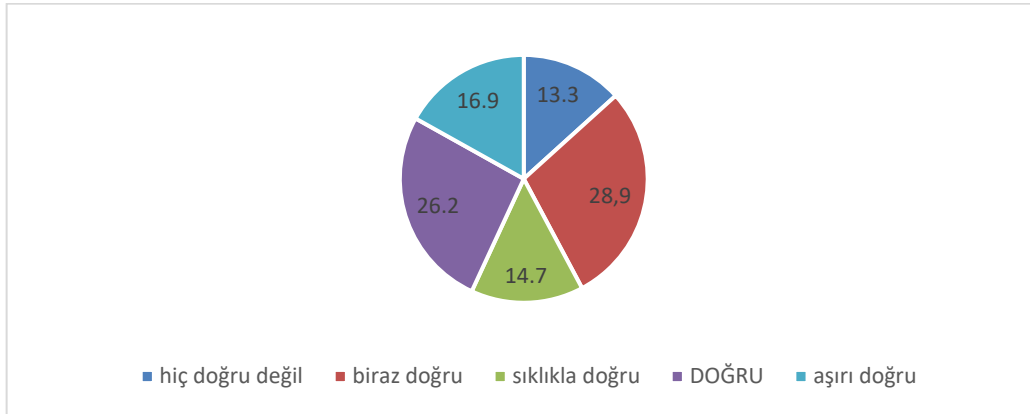
Çizelge 4 “Arkadaşlarımın ben yokken eğlendiklerini öğrendiğimde üzülürüm” soruna verilen yanıtlar incelendiğinde bu soruya %49.6 ile doğru, %12 ile aşırı doğru yanıtı vermişlerdir. Hetz, Dawson, & Cullen 2015 yapmış olduğu bir çalışma bir katılımcı "Yerel profesyonel basketbol maçlarında bir sürü insanın Instagram fotoğraflarını gördüm ve onların orada olmalarını o kadar da kıskanmadım çünkü fiziksel olarak orada olamayacağımı biliyorum... ama normalde eve döndüğümde insanların oyunların resimlerini paylaştığını görüyorum ve keşke orada olsaydım diyorum ve bunun adil olmadığını düşünüyorum şeklinde ifadeye yer vermiştir. Bu bağlamda sosyal medyanın Fomo'yu tetiklemede rol oynayabileceğini ve önleyici tedbirler sağlayacak şekilde tasarlanabilmesinin önemli olduğu düşünülmektedir.

Çizelge 5:Arkadaşlarımın neler yaptığını bilmediğinde kaygı hissetme durumuna ilişkin grafik



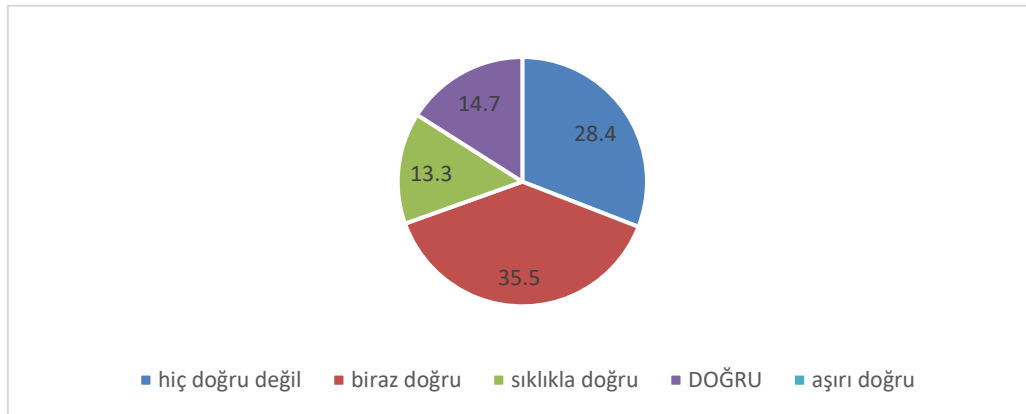
Çizelge 5’de “Arkadaşlarımın neler yaptığını bilmediğimde kaygı hissederim” sorusuna ilişkin grafik incelendiğinde; %38.2 aşırı doğru, %33.3 biraz doğru ve %10.7 doğru yanıtı vermektedir. Fomo, başkaları ile beklendiği gibi etkileşimde bulunulmadığında, istenildiği gibi etkileşimde olunmadığında veya bağlantı kurulmadığında, zorunluyken sosyal etkileşime katılma konusunda isteksiz olunduğunda veya sürekli zamansız etkileşimlere girme ihtiyacı hissettiğinde ve çevrimiçi bir sosyal toplantı beklendiğinde meydana gelebilir. Başkaları için popüler ve ilgi çekici olma becerisini kaçırma korkusu, bazı sosyal etkileşimlerin doğru yorumunu alamama korkusu, aynı anda farklı sosyal ağlarla uğraşma korkusu ve bunları kaçırma korkusu yer alır (Alutaybi vd., 2020).

Çizelge 6: Arkadaşlar arasında muhabbetleri ve şakaları anlamının önemine ilişkin grafik



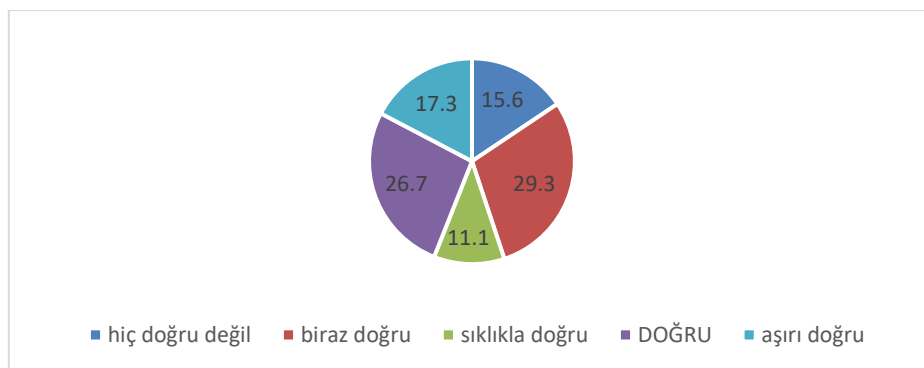
Çizelge 6 Arkadaşlarım aralarında muhabbetleri ve şakaları anlamak benim için önemlidir sorusuna %28.9 biraz doğru ,% 26.2 doğru, %16.9 aşırı doğru yanıtını vermektedir.

Çizelge 7:Neler olup bittiğini takip etmek için fazla zaman harcıyıp harcamadığımı merak etme durumuna ilişkin grafik



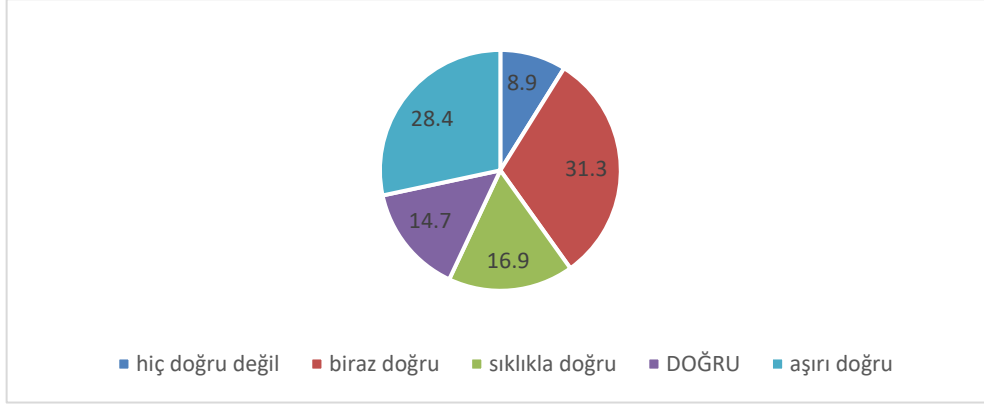
Çizelge 7 de yer alan Bazen neler olup bittiğini takip etmek için fazla zaman harcıyıp harcamadığımı merak ederim. Hiç doğru değil %28.4 ve % 35.5 biraz doğru yanıtını vermişlerdir.

Çizelge 8: Arkadaşlarla buluşmak için fırsatı kaçırmış olmanın canı sıkma durumuna ilişkin grafik



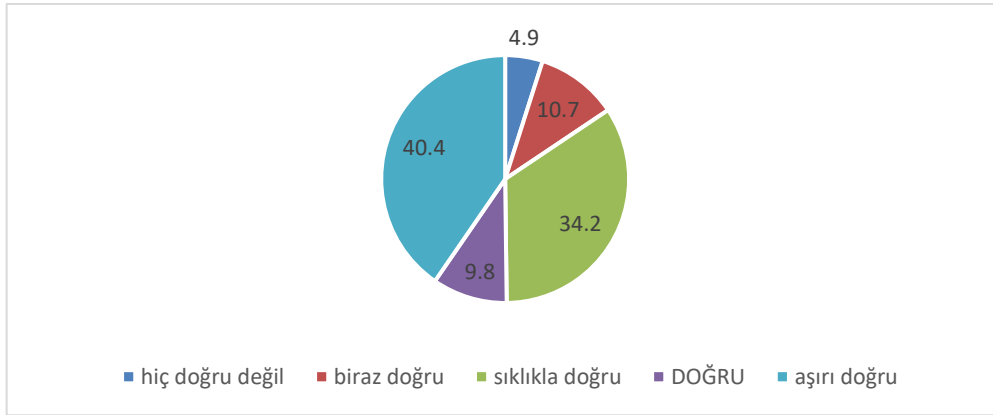
Çizelge 8 incelendiğinde %11.1 sıklıkla doğru, %26.7 doğru ve % 17.3 aşırı doğru yanıtı vermektedir.

Çizelge 9:İyi bir zaman geçirdiğinde bunun detaylarını online olarak paylaşmanın önemine dair grafik



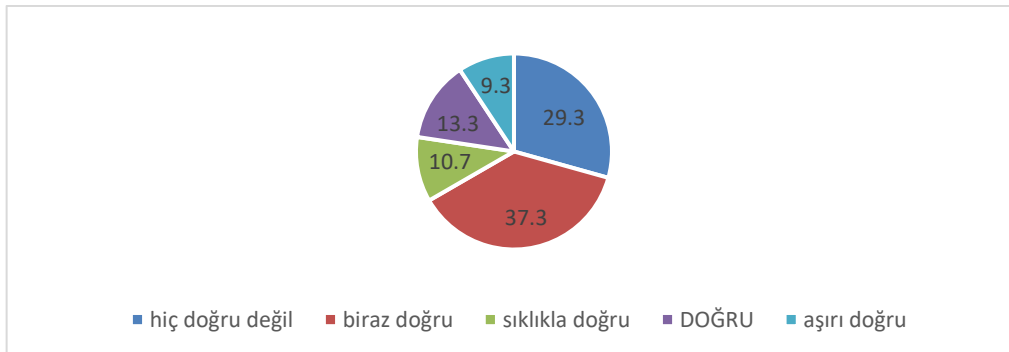
Çizelge 9 incelendiğinde %16.9 sıklıkla doğru, %14.7 doğru ve %28.4 aşırı doğru yanıtı vermiştir.

Çizelge 10: Planlanmış bir toplantıyı kaçırmamanın canı sıkma durumuna dair grafik



Çizelge 10 incelendiğinde Planlanmış bir toplantıyı kaçırmak canımı sıkıyor sorusuna öğrencilerin %40.4 aşırı doğru, % 34.2 sıklıkla doğru yanıtı vermiştir.

Çizelge 11: Tatile çıktığında arkadaşlarının ne yaptığını takip etmeye devam etme durumuna ilişkin dağılım grafiği



Çizelge 11 incelendiğinde “Tatile çıktığımda arkadaşlarımın ne yaptığını takip etmeye devam ederim” sorusuna verilen yanıtlar incelendiğinde % 37.3 sıklıkla doğru, %13.3 doğru, % 29,3 aşırı doğru yanıtını vermiştir.

3.SONUÇ

Halk dilinde Fomo olarak bilinen fırsatı kaçırma korkusu yaygın bir deneyim gibi görünüyor ve son zamanlarda yerel dilin bir parçası haline gelerek ve popüler medyada sık sık yer alan bir konu haline almıştır. Fomo ve sosyal ağlar aracılığıyla başkalarıyla bağlantı halinde yaşamaya yönelik sürekli, yaygın bir eğilim oluştururken internet kullanımı çatısı altında yeni bir taksonomi oluşturmaktadır. Ancak dijital aygıtların kullanım sıklığı, süresi, kişi üzerinde etkilerini henüz resmi bir teşhis olarak doğrulanmamıştır (Dosey, 2014).

Sosyal medya kullanımı, özellikleri, insanların onu nasıl kullandığı ve başkalarında uyandırabileceği duygularla şekillenen karmaşık bir konudur. Sosyal medyayı kullanmak insanların hayatlarına kolay erişim sağlamak ve kullanıcıları için duygusal destek aracı olarak hizmet edebilmektedir. Sosyal medya kullanımı aynı zamanda insanlarla ve ağlarla olan bağlantıları güçlendirebilen ve aile üyeleri ile yakın arkadaşlar arasındaki iletişimi güçlendirebilen sosyal sermayeyi de teşvik etmektedir (Li ve Chen, 2014). Dahası çoğu insan sosyal medyada kendilerinin nasıl görüldüğü konusunda yoğun endişe duymakta bu yüzden çeşitli içerikler oluşturarak yayınlamaktadır. Ancak burada önemli olan kişinin sosyal medyayı, dijital aygıtları kullanırken hissettiği bağlılık duygusudur. Etkileşim ve iletişim temelli bir yaşam deneyimi ile sanal bir dünya ile kurulan bağ minör seviyede de olsa bazı olumsuzluklara yol açar. Geniş kitlelere ulaşma isteği, beğenilme duygusu, başka hayatlara özenme kişide mutsuzluk ve kaygı gibi bazı sorunlara da yol açabilir. Başkalarının ne yaptığını bilmeye erişim, kişinin yaşadığı tedirginlik ve kaygı bir şeyleri kaçırma duygularının oluşmasına da zemin hazırlar (Hetz, Dawson, & Cullen 2015).

FoMO konusunda kişisel farkındalığı artırmak ve ayrıca yardım arayanların FoMO'nun çeşitli türleri hakkında daha iyi bilgi sahibi olmalarını oldukça önemlidir. Paylaşım öncesi düşünme, bireylerin sosyal medyada olumsuz duygular yaşamadan paylaşım yapmasına yardımcı olabilecek temel stratejiler geliştirmeleri son derece önemlidir. Kişi gönderinin kalitesinin veya arkasındaki fikrin önemli olup olmadığını ve sosyal medyadaki insanlara fayda sağlayıp sağlamayacağını kendilerine sormalıdır. Gönderinin içeriği kişi için fayda sağlıyor mu? Buna dikkat etmelidir. Gelecekte teknolojik girişimlerin daha da ileri bir safhada olacağı tahmin edildiği için teknolojiyle daha sağlıklı bir ilişki kurabilmek adına her yaş grubu için farkındalık geliştirecek erken müdahale uygulamalarının hazırlanması ve hayata geçirilmesi elzemdir.

KAYNAKÇA

- Akbari, M., Seydavi, M., Palmieri, S., Mansueto, G., Caselli, G., & Spada, M. M. (2021). Fear of missing out (FoMO) and internet use: A comprehensive systematic review and meta-analysis. *Journal of Behavioral Addictions*, 10(4), 879-900.20
- Alabri, A. (2022). Fear of missing out (FOMO): The effects of the need to belong, perceived centrality, and fear of social exclusion. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2022, 1-12. <https://doi.org/10.1155/2022/4824256>
- Alutaybi, A., Al-Thani, D., McAlaney, J., & Ali, R. (2020). Combating fear of missing out (FoMO) on social media: The FoMO-R method. *International journal of environmental research and public health*, 17(17), 6128.
- Aydoğdu, F. (2018). Dijital oyun oynayan çocukların dijital oyun bağımlılıklarının çeşitli değişkenler açısından incelenmesi. *Ulakbilge Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(31), 1-18.
- Aydoğdu, F. (2021). 4-6 Yaş Çocukların Dijital Oyun Bağımlılıklarında Kardeş Etkisi: Nomofobi, Akıllı Telefon Kullanma, Dijital Oyun Oynama. *Çocuk ve GelişimDergisi*,4(7),34-49.
- Aygün A.& Pekşen Akça, R. (2022).Dijital Çağda Nomofobi Kavramı," In *Contemporary Trends in Education Sciences*, Ankara: Duvar Kitapevi
- Bragazzi, N. L. & Del Puente, G. (2014). A proposal for including nomophobia in the new DSM-V. *Psychology Research and Behavior Management*, 7, 155- 160
- Cherry, K. (2020). Nomophobia: The fear of being without your phone. <https://verywellmind.com/nomophobia-the-fear-of-being-without-yourphone-4781725>
- Dossey, L. (2014). FOMO, digital dementia, and our dangerous experiment. *Explore: The Journal of Science and Healing*, 10(2), 69-73.
- Erdem, H., Kalkın, G., Türen, U., ve Deniz, M. (2016). Üniversite öğrencilerinde mobil telefon yoksunluğu korkusunun (nomofobi) akademik başarıya etkisi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 21(3), 923-936.
- Hetz, P. R., Dawson, C. L., & Cullen, T. A. (2015). Social media use and the fear of missing out (FoMO) while studying abroad. *Journal of Research on Technology in Education*, 47(4), 259-272.
- Kelley, K. J., & Gruber, E. M. (2010). Psychometric properties of the problematic internet use questionnaire. *Computers in human behavior*, 26(6), 1838-1845.
- King AL, Valenca AM, Silva AC, Sancassiani F, Machado S, Nardi AE. (2014).Nomophobia: Impact of cell phone use interfering with symptoms and emotions of individuals with panic disorder compared with a control group .*Clinical Practice & Epidemiology in Mental Health*, 10:28-35.

- Li, X., & Chen, W. (2014). Facebook or Renren? A comparative study of social networking site use and social capital among Chinese international students in the United States. *Computers in Human Behavior*, 35, 116–123
- Mazlum, M. M. & Atalay, A. (2022). Developing the fear of missing out (FoMO) scale for university students: The validity and reliability study. *Journal of Pedagogical Research*, 6(4), 20-34. <https://doi.org/10.33902/JPR.202215485>
- Özlu, B. (2020). Üniversite öğrencilerinde nomofobi ile sosyal anksiyete ve iletişim becerileri arasındaki ilişkinin incelenmesi. Yüksek Lisans Tezi. Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Klinik Psikoloji Ana Bilim Dalı
- Pekşen Akça,R.(2020). Madde Bağımlılığı ve Çocuklar. Dezavantajlı çocuklar içinde (69-87). Ankara: Eğiten Kitap
- Savcı, M., & Aysan, F. (2017). Teknolojik bağımlılıklar ve sosyal bağıllık: İnternet bağımlılığı, sosyal medya bağımlılığı, dijital oyun bağımlılığı ve akıllı telefon bağımlılığının sosyal bağıllığı yordayıcı etkisi. *Dusunen Adam*, 30(3), 202-216.
- Strasburger, V. C., Wilson, B. J., & Jordan, A. B. (2009). *Children, adolescents, and the media*. Sage
- Yalçın Çınar, Ç. (2017). The level of fear of missing out and related factors among university students [Unpublished Master's Thesis].
- Yıldırım E. (2019). Ailesinin yanında yaşayan ve ailesinin yanında yaşamayan üniversite öğrencilerinin psikolojik sağlamlıklarının yordayıcısı olarak algılanan sosyal destek ve mutluluk düzeylerinin karşılaştırılması. Yüksek Lisans Tezi. Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Psikoloji Anabilim Dalı Klinik Psikoloji Dalı
- Yıldırım, C. & Correia, A. P. (2015). Exploring the dimensions of nomophobia: Development and validation of a self-reported questionnaire. *Computers in Human Behavior*, 49, 130-137.
- Yıldırım, S.& Kışioğlu, A. N. (2018). Teknolojinin getirdiği yeni hastalıklar: Nomofobi, netlessfobi, fomo. *Med J SDU Tıp Fak Dergisi*, 25(4), 473-480.
- Yüksel, G., & Baytemir, K. E. M. A. L. (2010). İlköğretim öğrencilerinin internet kullanım amaçları ile algıladıkları sosyal destek düzeylerinin incelenmesi. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 8(1), 1-20.

ÇOCUKLARDA YOGA'NIN FAYDALARI LİTERATÜRÜN SİSTEMATİK BİR İNCELEMESİ

Doç. Dr. Raziye PEKŞEN AKÇA

Kayseri Üniversitesi, DMYO, ORCID ID: 0000-0003-1989-8212

ÖZET

Son on yılda artan teknolojik gelişmeler çocuklar için dijital bir bilgi kaynağı olmasına rağmen teknolojinin yoğun kullanımına bağlı olarak çocukların ve gençlerin fiziksel aktivitelerinde de azalma görülmektedir. Çocuk ve gençler için farklı fiziksel aktivite uygulamaları olmasına rağmen dünya çapında uygulanan meditatif hareketler arasında yoga en popüler zihin beden disiplinlerinden biridir. Aynı zamanda zihnin yarattığı yanılgıları kontrol etme yoludur. Çocuk yogası çocukların kendileriyle ve çevreleriyle dengeli bir ilişki kurmasına, farkındalık geliştirmesine, sağlıklı olmasına, stresi azaltmasına, doğru nefes alıp verme düzeni geliştirmesine, günlük yaşamda kendisine güvenme, öz farkındalık, bilinç, duygusal olgunluk konularında çocuğun yeni bilgi ve beceriler edinmesine katkı sağlar. Bu çalışmada çocuklarda yoganın faydalarına ilişkin genel bir bilgilendirme yapıldıktan sonra, yoganın çocuk gelişimi üzerine etkileri literatür taraması yoluyla irdelenmiştir. Bu bağlamda yoga'nın faydalarını çocuk gelişimi ölçeğinde ele alan çalışmalar ulusal ve uluslararası alan yazın ekseninde değerlendirilmiştir. Yapılan çalışmalarda çocuklarda yoga uygulamalarının stresi azaltması, öz farkındalık, bilinç, öz düzenleme, davranış, duygusal olgunluk ve günlük yaşamda kendine güven konularında gelişmiş faydaları olduğunu göstermektedir. Ancak yoga programlarına katılmanın çoğunluklu faydaları görünsede rastgelelik, küçük örneklem grupları, müdahale uygulamalarına ilişkin sınırlılıklar, istatistiksel belirsizlik dâhil olmak üzere metodolojik sınırlar, kesin sonuçlar ve öneriler sunma yeteneğinde kısıtlamaların olduğu söylenebilir.

Anahtar Kelimeler: *Yoga, Çocuk Gelişimi, Yoga'nın Faydaları*

BENEFİTS OF YOGA IN CHILDREN: A SYSTEMATIC REVIEW OF LITERATURE

ABSTRACT

Although the increasing technological developments in the last decade are a digital source of information for children, there is a decrease in the physical activities of children and young people due to the intensive use of technology. Despite having different physical activity practices for children and young people, yoga is one of the most popular mind body disciplines among the meditative movements applied worldwide. It is also a way to control the misconceptions created by the mind. Child yoga allows children to establish a balanced relationship with themselves and their environment, raise awareness, be healthy, reduce stress, develop the right breathing order, trust him in everyday life, self-awareness, consciousness, contributes to the child's acquisition of new knowledge and skills in emotional maturity issues. In this study, after a general information on the benefits of yoga in children, the effects of yoga on child development were examined through literature review. In this context, studies addressing the benefits of yoga on the scale of child development were evaluated in the national and international field summer axis. Studies show that yoga practices in children have improved

benefits in terms of stress reduction, self-awareness, self-regulation, behavior, emotional maturity and self-confidence in everyday life. However, it can be said that there are restrictions in the ability to offer methodological limits, precise results and suggestions, including randomness, small sample groups, and limited relationship statistical uncertainty, while the majority benefits of participating in yoga programs appear.

Key words: *Yoga, Child Development, Benefits of Yoga*

1.GİRİŞ

Son on yılda artan teknolojik gelişmelerin çocuklar için dijital bir bilgi kaynağı olmasına rağmen teknolojinin yoğun kullanımına bağlı olarak çocukların ve gençlerin fiziksel aktivitelerinde de azalma görülmektedir. Fiziksel aktivitelerin azalması beraberinde hareket eksikliği, obezite ve fiziksel ve zihinsel sağlık sorunları gibi çeşitli sağlık sorunlarına da neden olmaktadır (Hagen & Nayar 2014). Çocuk ve gençler için farklı fiziksel aktivite uygulamaları olmasına rağmen dünya çapında uygulanan meditatif hareketler arasında yoga en popüler zihin beden disiplinlerinden biri olarak karşımıza çıkmaktadır (Stiles, 2000).

Yoga zihnin yarattığı yanılgıları kontrol etme yoludur (Dağ, 2002). Yoga, kondisyonun, performansın veya sağlığın iyileştirilmesi amacıyla, uzun bir süre boyunca tekrarlanarak gerçekleştirilen, boş zamanlarında yapılan bir fiziksel aktivite biçimi olarak tanımlanır (Bouchard,1994).Yapılan çalışmalar çocuklarda yoga uygulaması; konsantrasyon, stresin azalması, öz farkındalık, bilinç, öz düzenleme, davranış, duygusal olgunluk ve günlük yaşamda kendine güven konularında gelişmiş faydalar olduğunu göstermektedir (Büssing vd., 2012). Yoga, çocuklara eğitim ortamında eğlenceli, rekabetsiz ve sosyal deneyimler, fiziksel ve motor gelişim, sosyal ve duygusal gelişim, bilişsel gelişim, yaratıcılık ve keşfetme olanağı sağlar (Young vd., 2017). Ancak yoga programlarına katılmanın çoğunluklu faydaları görülmese de rastgelelik, küçük örneklem grupları, müdahale uygulamalarının da ilişkinin sınırlılığı istatistiksel belirsizlik dâhil olmak üzere metodolojik sınırlar, kesin sonuçlar ve öneriler sunma yeteneğinde kısıtlamaların olduğu söylenebilir (Serwacki, & Cook-Cottone, 2012). Bununla birlikte çocuklarda yoganın terapötik kullanımına ilişkin çalışmalar yetişkinlerde olduğu kadar kapsamlı değildir.

6. yüzyılda Hindistan'da ortaya çıkan klasik yoga, yoganın kurucusu Patanjali'nin sınıflandırdığı şekliyle sekiz yolu kapsamaktadır (Stiles 2000). Bunlar *yama* (evrensel etik), *niyama* (bireysel etik), *asanalar* (duruşlar), *pranayama* (yaşam gücünün genişlemesi), *prathyhara* (duyuların geri çekilmesi), *dharana* (konsantrasyon), *dhyana* (meditasyon) ve son olarak *samadhi* (mutlu durum) içerir (Dolanay, 2007; Kaplan, 2022; Bilmez, 2023). Çocuk yogasında bu sekiz koldan ilk üç kol olan Yama (evrensel etik), Niyama (bireysel etik) ve Asana (duruşlar) kolları uygulanmaktadır. Ayrıca, yogada kullanılan kriya (temizleme) ve mudra (kilitleme) teknikleri de çocuk yogasında uygulanmamaktadır (Dolanay, 2007; Bilmez 2023).

2. YOGANIN ÇOCUKLAR İÇİN FAYDALARI

Çocuklara güven verir: Yoga sırasından yeni pozlar ve duruşlar öğrenen çocuklar ustalaşır, bu durum onlar için büyük bir başarıdır. Ayak parmaklarına dokunmak gibi en küçük pozlarda bile daha fazla güven kazanırlar.

Sağlıklı bedenleri geliştirir: Çocuk yogası sayesinde çocuklar esner, güçlenir ve koordinasyon geliştirir. Esnekliğini geliştirdiği ve kan akışını arttırdığı (Köyüstü ve Kırık, 2021) ifade edilmektedir.

Yoga konsantrasyonu artırır: Kısa bir beyin molası etkisi yaratan yoga çocukların zihinlerini boşaltır. Bu durum çocuk açısından yeni şeyler öğrenme konusunda yenilenmiş bir odaklanma, dikkat ve coşku verir. Yoga yapan çocuklar sadece konsantrasyonlarını geliştirmekle kalmaz, aynı zamanda dikkat sürelerini de arttırırlar.

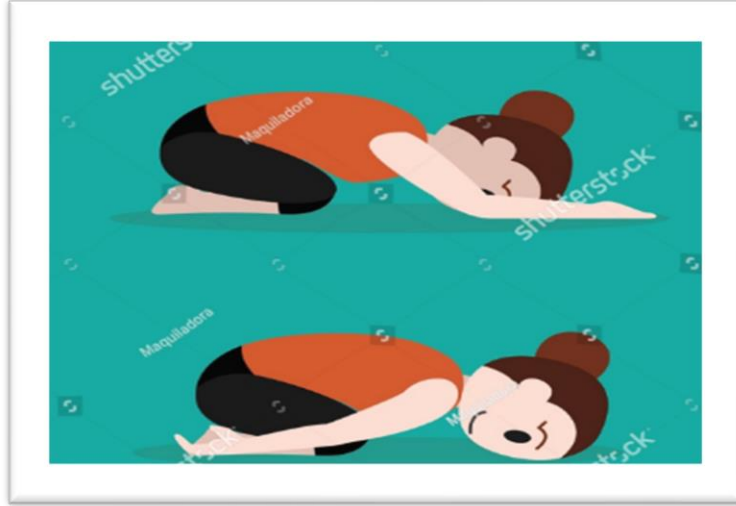
Yoga stresi yönetmeye yardımcı olur: Yoga çocuklar içinde tıpkı yetişkinler gibi kontrollü nefes alma becerisini geliştirmeyi öğretir. Bu kontrollü nefes alma tekniği stres ve kaygı için oldukça etkilidir. Nitekim kanser hastası çocuklar üzerinde yapılan farklı çalışmalarda (Thyegeson vd., 2010; Geyer vd.,2011; Wurz vd., 2014; Stein vd.,2019; Özdemir ve Özalp Geçerker, 2022) yoganın stres ve kaygı düzeylerini azaltarak kanser hastası çocukların yaşam kalitesini arttırdığını ortaya koymuştur.

Yoga farkındalık geliştirir: Yoga çocukların bedenlerini ve zihinlerini hizalarlar. Uygulama anından çocuklarla etkileşim kurmak için sıklıkla hikâyeler ve karakterlerden yararlanılır. Hikâyeler içinde her zaman bir farkındalık mesajı yer alır. Örneğin hayallerimizin peşinden koşmak, kendimize inanmak veya güven oluşturmakla ilgili bir mesaj olabilir.

Yoga dengeyi geliştirir: Yoga, koordinasyonu geliştirmenin mükemmel bir yoludur. Vücuttaki çeşitli kasları çalıştırır ve bu çocukların simetrilerini bulmalarına yardımcı olur. Vücut koordinasyonunu geliştirmeye yardımcı olur ve motor gelişimini de teşvik eder.

3.ÇOCUKLARIN KOLAYCA YAPACAĞI YOĞA HAREKETLERİ

Çocuk Pozu: İki ayak üzerinde oturun, dizlerinizi kalça genişliğinde açık tuttuğunuzdan ve ayak bileklerinin üzerinde hizaladığınızdan emin olun. Alnınızın altına bir yastık yerleştirin ve boynunuzu, başınızı, omuzlarınızı, kollarınızı ve sırtınızın üst kısmını bu havlu üzerine gevşetin. İki ayak üzerine dönmeden önce burada birkaç nefes kalın. Aynı hareketi tekrar edin.



Görsel 1: Çocuk Pozu

Kedi/ İnek Pozu: Çocukla birlikte dört ayak üzerinde diz çökerek başlayın. Böylece hareketlerinizi kopyalayabilir. Ellerinizi omuzlarınızın altına ve dizlerinizi kalçalarınızın altına yerleştirin. Sonrasında karnınızı aşağı yukarı hareket ettirin, omurganızı bir kedi gibi yuvarlamak (resimde) ve bir inek gibi bükmek arasında geçiş yapılarak gerçekleştirilmektedir. Bu pozu uygularken başın ileriye bakmasını sağlayın.



Görsel 2: Kedi/ İnek Duruşu

Kedi / İnek pozu sayesinde çocukların sırt kasları esner. Çocuk kol ve bacaklarını yerden kaldırdığında kendisini sabit tutmak için çekirdek kaslarını (sırt, karın, omuz, kalça) kaslarını kullanır. Böylece çekirdek kasların geliştirilmesi ile merkez karın kasları güçlenir. Bu durum da çocuğun oturma ve ayakta duruşları için önemlidir. Dahası çocuk bu pozda bir elini kullanarak el sallar ve diğer eliyle kendisi destekler. Yazma becerileri için oldukça önemli bir katkı sağlar. Çocuğun odaklanma ve göz kasları için bir eğitim ortamı oluşturarak (binoküler görme) görsel beceri geliştirmesine de katkı sağlar.

Oyun Etkinliği: Kedi Patisi

Çocuğun sizi gözlemlemesine fırsat vererek yumuşak bir oyuncacı kedi/inek pozunu uyguladığınıza da ulaşabileceğiniz bir mesafeye koyun. Oyuncacağoğru bir kolunuzu uzatın, miyav diyerek ellerinizle pati yapın. Bu oyuncacı sırası ile parklı ellerinizi kullanarak almaya çalışın. Elinizi yere koyarak diğer elinizi pati olarak kullanıp her defasında miyav diyerek yakalamaya çalışın. Çocuğun sizi taklit etmesine, sürecin bir parçası olmasına teşvik edin. Bu sayede çocuk oyuncacağoğru uzandığında denge ve koordinasyon becerisi geliştirecektir.

Ağaç Pozu: Ağaç pozunda çocuğun iki ayağı yere basarak dengede kalmasını sağlayın sonrasında çocuğu ayakta durma pozisyonuna getirin ve ağırlığını tek bacağına vermesi gerektiğini göstererek dengede kalmasını sağlayın. Ellerini kalçasına koyarak yere sabitlendiğini hissedene kadar geriye doğru hareket edin. Ayakta durma pozisyonuna dönmeden önce 5-10 nefes burada kalın. Sonrasında ellerin baş üzerinde birleşmesini sağlayın. Çocuklarda konsantrasyon ve denge duygusunu geliştirmeye yardımcı olan ağaç pozu bacakların, damarların, uylukların güçlenmesini sağlar.



Görsel 3: Ağaç Pozu

Kobra Pozu: Çocuğun karnı üzerine düz bir şekilde uzanmasını sağlayın. Sizi kolaylıkla taklit edebileceği bir yere geçerek sizi gözlemlemesine izin verin. Ön kollarınızı yan tarafınıza düz bir şekilde ve avuç içleriniz aşağıya bakacak şekilde yerleştirin. Göğsünüzü yukarı doğru bastırırken derin bir nefes alın. Nefes verirken tekrar aşağı doğru bırakın.



Görsel 4: Kobra Pozu

Tekne Pozu: Ayaklarınızı yerde oturur pozisyonda uzatın. Alt bacaklarınızı birbirine paralel ve kalça genişliğinde açık tutarak, yalnızca üst vücudunuz yere yaslanacak şekilde oturun. Birkaç (1,2,3...) kez sayarak başlangıç pozisyonuna dönün ve hareketi tekrarlayın.



Görsel 5: Tekne Pozu

Bir Yoga Hikâyesi: Kedi bahçedeydi. Merhaba demek için kuyruğunu salladı. Kıvranan Yılan patilerini salladı “Merhaba sevgili yılan nasılsın”. Çimlerin üzerinde (altında gezinmek için bir parça kumaş ya da çöp poşeti kullanın). Yılan ağacın altındaki gizli deliğine geri itildi ve ilerledi. Ağaç rüzgârın esintiyile hafifçe dalgalandı. Kedi sonra ağaç’a “ merhaba sevgili ağaç nasılsın dedi”. Kedi ağacın yanındaydı ve esniyordu. Güneş kendinin sırtına vurdu sonra kedi sıcacık çimlerde uzandı. (Yukarıda yer alan yoga pozlarını yaparak hikâyeyi canlandırırız).

4. SONUÇ

Yoga, rekabetçi olmaması nedeniyle çocukların bedenlerini keşfetmeleri ve özgüvenlerini geliştirmeleri için oldukça önemlidir. Çocuk yoga uygulamalarında doğru ya da yanlış yoktur. En önemlisi ise kesinlikle hata yoktur. Bu nedenle çocuklar için güven duygusu geliştirir. Yogadan ilham alan çocuklar saygıyı ve herkesin görüşlerini dinlemenin ne kadar önemli olduğunu öğrenir.

Basit nefes tekniklerini, dikkatli oyun aktivitelerini, esneme hareketlerini erken yaşlardan itibaren öğrenmek, ömür boyu sürecek alışkanlıklar ve beceriler geliştirilmesine de katkı sağlar.

Yoga'nın bütünsel oluşu, beden, zihin, duygular ve ruhsal olarak bireyi destekliyor olması kaygı, depresyon, stres gibi zihinsel sağlık sorunlarına faydalı olduğu söylenebilir.

Yoga pozları koordinasyonun, öz düzenlemenin, duyuşsal bütünleşmenin ve postüral kontrolün geliştirilmesine yardımcı olur. Bunların hepsi öğrenme için gereklidir ve bu da olumlu kişisel imajı ve zihinsel refahı destekler.

Etkili iletişim, yaratıcılık, takım çalışmasına yatkınlık gibi beceriler kazandırarak çocuk doğası gereği canlılıklarını ve neşelerini sergileme olanağı sunar.

KAYNAKÇA

- Bilmez, B. (2023). Yoga Farkındalık Programının 60-72 Aylık Çocukların Duygu Düzenleme Becerilerine ve Annelerin Görüşlerine Etkisinin İncelenmesi (Doktora Tezi). Ankara Üniversitesi. Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- Bouchard CS, Shephard RJ, Stephens T, eds. *Physical Activity, Fitness, and Health: International Proceedings and Consensus Statement*. Champaign, IL: Human Kinetics Publishers; 1994:77–88.
- Büssing A., Michaelsen A., Khalsa S.B.S., Telles S., Sherman K.J, (2012). Effects of yoga on mental and physical health: a short summary of reviews. *Evid Based Complement Alternat Med*; 165410
- Dolanay DB. (2007). Lotus Çiçekleri: Yoga Mini Projesi. İstanbul: ALFA Yayınları Education, 14: 835-854.
- Geyer R, Lyons A, Amazeen L, et al. Feasibility study: The effect of therapeutic yoga on quality of life in children hospitalized with cancer. *Pediatr Phys Ther* 2011;23(4):375–9
- Hagen, I., & Nayar, U. S. (2014). Yoga for children and young people’s mental health and well-being: research review and reflections on the mental health potentials of yoga. *Frontiers in psychiatry*, 5, 35.
- Köyüstü, S.& Kırık, A.M. (2021). Yogaya Genel Bir Bakış ve Yoga Sağlık İlişkisi. *21. Yüzyıl Eğitim ve Toplum*, 10 (28), 123- 139.
- Serwacki, M., & Cook-Cottone, C. (2012). Yoga in the schools: A systematic review of the literature. *International journal of yoga therapy*, 22(1), 101-110.
- Stein E, Rayar M, Krishnadev U, et al.(2019). A feasibility study examining the impact of yoga on psychosocial health and symptoms in pediatric outpatients receiving chemotherapy. *Support Care Cancer* 2;27(10):3769–76
- Stiles, M. (2000). *Structural yoga therapy: Adapting to the individual*. Weiser Books.
- Thygeson M V., Hooke MC, Clapsaddle J, et al.(2010). Peaceful play yoga: Serenity and balance for children with cancer and their parents. *J Pediatr Oncol Nurs* 16;27(5):276–84.
- Wurz A, Chamorro-Vina C, Guilcher GMT, et al (2014). The feasibility and benefits of a 12-week yoga intervention for pediatric cancer out-patients. *Pediatr Blood Cancer*, 1;61(10):1828–34
- Özdemir, B. & Özalp Gerçekler, G. (2022). Kanser Tedavisi Alan Çocuklarda Yoga Terapi: Sistemik Derleme. *Sağlık Bilimleri Dergisi*, 31 (3) , 410-416

KONAKLAMA HİZMETLERİNİN SATIN ALINMASINDA VEYA KİRALANMASINDA E-TİCARET KULLANIMINI ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN ARAŞTIRILMASI

Dr. Öğr. Üyesi Şeyda ÜNVER

Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Ekonometri Bölümü, Erzurum,
<https://orcid.org/0000-0002-2310-4545>

Prof. Dr. Ömer ALKAN

Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Ekonometri Bölümü, Erzurum,
<https://orcid.org/0000-0002-3814-3539>

ÖZET

Giderek küreselleşen bir dünyada internet, bilgiye erişim hızı, kolaylığı ve rahatlığı nedeniyle reklam, dağıtım, ürün ve hizmetlerin teslimatı ve satış gelirlerini etkilemiştir. Bu da tüketici pazarında önemli dönüşümlere yol açmıştır. Elektronik ticaret, popüler olarak e-ticaret olarak bilinen, internet üzerinden mal ve hizmetler için ticari bir işlem şeklidir. Bilişim çağı olarak adlandırılan günümüzde, bilgiyi üretme, yayma ve rakiplere karşı üstünlük sağlayıcı bir araç olarak kullanma yeteneği ulusal ve uluslararası rekabette önemli bir unsur haline gelmiştir. Bilişim teknolojileri temelli iş yapma biçimi olan elektronik ticaret, her sektöründe olduğu gibi turizm sektöründe de yaygın bir şekilde kullanılmaya başlanmıştır. Bu çalışmanın amacı, konaklama hizmetlerinin satın alınmasında veya kiralanmasında etkili olan sosyo-demografik ve ekonomik faktörlerin araştırılmasıdır. Bireylerin konaklama hizmetlerinin satın alınmasında veya kiralanmasında e-ticaret kullanımı ile ilişkili faktörlerin belirlenmesi için binary logistic regresyon analizi kullanılmıştır. Çalışmada, Türkiye İstatistik Kurumu tarafından yapılan ve 15 yaş ve üzeri kişilere uygulanan 2021 yılına ait Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırmasından elde edilen mikro veri seti kullanılmıştır. Araştırmanın örnekleme yöntemi 2 aşamalı tabakalı küme örneklemesidir.

Çalışmanın sonucunda; tahmin edilen modelde yaş (55+), cinsiyet, eğitim düzeyi (lise, üniversite), hanehalkı büyüklüğü, gelir düzeyi ve bölge (doğu) değişkenlerinin anlamlı olduğu görülmektedir. Binary lojistik regresyon modeline göre, erkeklerin kadınlara göre e-ticaret kullanma olasılığı %55,7 daha fazladır. 55 ve üstü yaş aralığındaki bir bireyin, referans gruba göre e-ticaret kullanma olasılığı %73,9 daha azdır. Lise mezunu bir bireyin referans gruba göre e-ticaret kullanma olasılığı %70,9 daha fazladır.

Anahtar Kelimeler: Binary lojistik regresyon, elektronik ticaret, e-ticaret, konaklama hizmetleri

INVESTIGATION OF FACTORS AFFECTING THE USE OF E-COMMERCE IN THE PURCHASE OR RENTAL OF ACCOMMODATION SERVICES

ABSTRACT

In an increasingly globalized world, the internet has affected advertising, distribution, delivery of products and services, and sales revenues due to the speed, ease and convenience of accessing information. This has led to significant transformations in the consumer market. Electronic commerce, popularly known as e-commerce, is a form of commercial transaction for goods and services over the Internet. In today's so-called information age, the ability to produce, disseminate and use information as a superior tool against competitors has become an important element in national and international competition. Electronic commerce, which is a way of doing business based on information technologies, has been widely used in the tourism sector as well as in every sector. The aim of this study is to investigate the socio-demographic and economic factors that are effective in purchasing or renting accommodation services. Binary logistic regression analysis was used to determine the factors associated with the use of e-commerce in the purchase or rental of accommodation services by individuals. In the study, the micro data set obtained from the Household Information Technologies Usage Survey of 2021, conducted by the Turkish Statistical Institute and applied to people aged 15 and over, was used. The sampling method of the research is 2-stage stratified cluster sampling. As a result of the study; It is seen that age, gender, education level, household size, income level and region variables are significant in the estimated model. According to the binary logistic regression model, men are 55.7% more likely to use e-commerce than women. An individual aged 55 and over is 73.9% less likely to use e-commerce than a reference group. A high school graduate is 70.9% more likely to use e-commerce than a reference group.

Keywords: Binary logistics regression, electronic commerce, e-commerce, accommodation services

1. GİRİŞ

Bir hizmet sektörü olan turizm sektörü bünyesinde faaliyet gösteren konaklama işletmeleri, rekabetin giderek arttığı bir ortamda varlıklarını sürdürebilmek için mevcut ve potansiyel müşterilerine sundukları ürünü etkin ve sürekli bir biçimde tanıtmak zorundadırlar. Bu nedenle, konaklama işletmelerinin kişisel satış çabalarının yanı sıra posta, telefon, faks, teleks, bilgisayar, yazılı ve sözlü medya gibi birtakım iletişim araçlarından da yararlanarak, mevcut ve potansiyel müşterileri ile etkin ve sürekli olarak pazarlama iletişimine geçmeleri kaçınılmaz hale gelmiştir (Karamustafa, Biçkes, & Ulama, 2002).

Bilgi teknolojilerinin hayatımızdaki etkisinin önemli ölçüde artmasıyla birlikte ticari konularda büyük ilerlemelere tanık olunmaktadır. Alıcılar (müşteriler veya işletmeler) için yeni elektronik ticaret olanakları bulunmaktadır. Elektronik ticaret ile internete dayalı satışlar kastedilmektedir (Erceg & Kilic, 2018). E-ticaret, mobil ticaret, elektronik fon transferi, tedarik zinciri yönetimi, internet pazarlaması, çevrimiçi işlem işleme, elektronik veri değişimi, envanter yönetimi sistemleri ve otomatik veri toplama sistemleri gibi teknolojilerden yararlanır. Modern

elektronik ticaret, işlemin yaşam döngüsünün en az bir kısmı boyunca genellikle World Wide Web'i kullanır, ancak e-posta gibi diğer teknolojileri de kullanabilir (Gümüş & Kısa, 2016). İnternet üzerinden mevcut ürünler ve hizmetler hakkında daha fazla bilgi elde etmek mümkün olduğu için online alışveriş, geleneksel alışveriş ile karşılaştırıldığında tüketicilere daha fazla kontrol ve pazarlık gücü sağlamaktadır (Huseynov & Yıldırım, 2016).

Türkiye, e-ticarette önemli bir büyüme potansiyeli sağlayan ve artan sayıda e-satıcıya ve büyük, genç bir nüfusa sahip olan bir ülkedir. E-ticaret, Türkiye'de 1990'lı yıllardan itibaren ciddi anlamda gerçekleşmeye başlamıştır ve 2000'li yılların başından itibaren ise hızla yükselme eğilimindedir (Kaya, Behraves, Abubakar, Kaya, & Orús, 2019). Literatürde, demografik faktörlerin bireylerin online satın alma davranışına yönelik tutumlarını etkilediğine dair çeşitli araştırmacılar tarafından yapılan çalışmalar mevcuttur (Cheung, Chan, & Limayem, 2005; Lightner, 2003; Sim & Koi, 2002). Bu çalışma, seçilen demografik faktörlerin konaklama hizmetlerinin satın alınmasında veya kiralanmasında e-ticaret kullanımının etkisini araştırmak için sistematik bir analiz gerçekleştirmektedir.

2. MATERYAL VE METOT

2.1. Veri

Bu çalışmada, Türkiye İstatistik Kurumu tarafından 2021 yılında yapılan Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması mikro veri seti kullanılmıştır. Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Araştırması, hanelerde ve bireylerde sahip olunan bilgi ve iletişim teknolojileri ile bunların kullanımları hakkında bilgi derlemek amacıyla 2004 yılından itibaren uygulanmakta olup, söz konusu teknolojilerin kullanımı hakkında bilgi veren temel veri kaynağıdır. Verilerin elde edilmesinde iki aşamalı tabakalı küme örnekleme yöntemi kullanılmıştır (Alkan & Ünver, 2020a).

Bu çalışmada Son üç ay içinde özel kullanım amacıyla bir web sitesi veya uygulama üzerinden rezervasyon yaptırarak veya kiralama yöntemiyle alınan konaklama hizmetini etkileyen faktörler araştırılacaktır. Son internet kullanımı “üç ay ile bir yıl arasında” ve “bir yıldan çok” olan ile hiç internet kullanmayan 6.202 bireyin verisi veri setinden çıkartılmıştır. Daha sonra, son e-ticaret kullanımı “üç ay ile bir yıl arasında” ve “bir yıldan çok” olan ile hiç e-ticaret kullanmayan 14.890 bireyin verisi veri setinden çıkartılmıştır. Sonuç olarak, Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Araştırması'na 2021 yılında katılan 9438 bireyin verisi kullanılmıştır.

2.2. Değişkenler

Çalışmanın bağımlı değişkeni bireylerin konaklama hizmetleri almasında e-ticaret kullanım durumudur. Araştırmaya katılan bireyler anketin yapıldığı dönem itibariyle e-ticaret kullandıysa “1”, kullanmadıysa “0” kodunu almıştır.

2.3. Bağımsız Değişkenler

Bu çalışmaya alınacak bağımsız değişkenler, Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Araştırması'nda mevcut olan ve literatür araştırması sonucu öne çıkan değişkenlerdir. Çalışmanın bağımsız değişkenleri yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi, hanehalkı büyüklüğü, gelir düzeyi ve bölgedir.

İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflandırması (İBBS) adı altında Türkiye, Düzey 1’de 12 bölgeye ayrılmıştır. Çalışmada bu bölgeler batı, orta ve doğu bölgeleri şeklinde gruplandırılmıştır (Ünver & Alkan, 2021). Bu bölgeler ve bu bölgelerde yer alan iller çizelge 1’de detaylı olarak gösterilmiştir.

Çizelge 1. İstatistik Bölge Birimleri Sınıflandırması-Düzey 1

Bölge	Kod	Düzey 1	İller
Batı bölgesi	TR1	İstanbul	İstanbul
	TR2	Batı Marmara	Tekirdağ, Edirne, Kırklareli, Balıkesir, Çanakkale
	TR3	Ege	İzmir, Aydın, Denizli, Muğla, Manisa, Afyonkarahisar, Kütahya, Uşak
	TR4	Doğu Marmara	Bursa, Eskişehir, Bilecik, Kocaeli, Sakarya, Düzce, Bolu, Yalova
Orta bölge	TR5	Batı Anadolu	Ankara, Konya, Karaman
	TR6	Akdeniz	Antalya, Isparta, Burdur, Adana, Mersin, Hatay, Kahramanmaraş, Osmaniye
	TR7	Orta Anadolu	Kırıkkale, Aksaray, Niğde, Nevşehir, Kırşehir, Kayseri, Sivas, Yozgat
	TR8	Batı Karadeniz	Zonguldak, Karabük, Bartın, Kastamonu, Çankırı, Sinop, Samsun, Tokat, Çorum, Amasya
Doğu bölgesi	TR9	Doğu Karadeniz	Trabzon, Ordu, Giresun, Rize, Artvin, Gümüşhane
	TRA	Kuzeydoğu Anadolu	Erzurum, Erzincan, Bayburt, Ağrı, Kars, Iğdır, Ardahan
	TRB	Ortadoğu Anadolu	Malatya, Elâzığ, Bingöl, Tunceli, Van, Muş, Bitlis, Hakkâri
	TRC	Güneydoğu Anadolu	Gaziantep, Adıyaman, Kilis, Şanlıurfa, Diyarbakır, Mardin, Batman, Şırnak, Siirt

Ordinal ve nominal değişkenler, modele alınacak tüm değişkenlere ait kategorilerin etkilerini gözlemlemek amacıyla kukla değişken olarak tanımlanmıştır (Alkan & Ünver, 2022; Alkan, Özar, & Ünver, 2021).

2.4. İstatistiksel Analiz

İstatistiksel çıkarımın temel alanlarından biri, istatistiksel hipotezlerin test edilmesidir. Verilerin analizinde SPSS 20 ve Stata 15 programlarından yararlanılmıştır. Öncelikle araştırmaya katılan bireylerin demografik, ekonomik ve kişisel faktörler için frekans ve yüzdeleri elde edilmiştir. Bu çalışmada demografik ve ekonomik faktörler ile bireylerin konaklama hizmetlerini satın almalarında veya kiralamalarında e-ticaret kullanımları arasındaki ilişkiyi araştırmak için binary lojistik regresyon yöntemi kullanılmıştır.

Binary lojistik regresyon, bağımlı değişkeninin iki durumlu seçenekli olduğu durumlarda bağımlı değişken ile bağımsız değişken(ler) arasındaki nedensel ilişkinin incelenmesinde kullanılan bir istatistik analiz yöntemidir (Alkan & Ünver, 2020b).

3. TARTIŞMA

3.1. Çalışmaya Katılan Bireylerin Tanımlayıcı İstatistikleri

Çalışmada kullanılan değişkenlerin frekans ve yüzdeleri çizelge 2’de verilmiştir. Çizelge 2’ye göre bireylerin %5,5’i 25-34 yaş aralığındadır. Eğitim düzeyi değişkeni incelendiğinde ise

çalışmaya katılan bireylerin %6,9'unun üniversite mezunu olduğu görülürken, %1'inin ilkokul mezunu olduğu görülmektedir. Ayrıca çalışmaya katılanların %5,4'ü erkektir. Bireylerin %4,7'sinin çalışmaya batı bölgesinden katıldığı tespit edilmiştir. Çizelge 2'ye göre çalışmaya katılanların %7,5'i 4. gelir düzeyindedir. Ayrıca çalışmaya katılanların %5,6'sının hanehalkı birey sayısı 1-3 arasındadır.

Çalışmada binary lojistik regresyon modeline alınacak olan bağımsız değişkenler arasında çoklu doğrusal bağlantı olup olmadığı test edilmiştir. Varyans enflasyon faktör (VIF) değerleri 5 ve üzerinde olanların orta derecede, 10 ve üzeri olanların ise yüksek derecede çoklu doğrusal bağlantıya sebep olduğu düşünülmektedir (Alkan, Oktay, Ünver, & Gerni, 2020; Ünver & Alkan, 2020). Bu çalışmada, değişkenler arasında çoklu doğrusal bağlantı sorununa sebep olan herhangi bir değişken bulunmamaktadır.

Çizelge 2. Değişkenlere ait bulgular

Değişkenler	Konaklama hizmetlerinde e-ticaret kullanımı				VIF	
	Hayır		Evet			
	n	%	n	%		
Cinsiyet	Kadın	4497	96,7	152	3,3	1,02
	Erkek	4530	94,6	259	5,4	
Yaş	16-24	2541	96,8	83	3,2	ref.
	25-34	2865	94,5	168	5,5	1,68
	35-44	2201	95,9	95	4,1	1,63
	45-54	1018	95,1	52	4,9	1,43
	55+	402	96,9	13	3,1	1,22
Eğitim düzeyi	Bir okul bitirmede/İlkokul	722	99	7	1	ref.
	Ortaokul	1355	98,3	23	1,7	2,72
	Lise	3138	97	98	3	3,97
	Üniversite	3812	93,1	283	6,9	4,27
Hanehalkı büyüklüğü	1-3	3921	94,4	231	5,6	ref.
	4-5	4276	96,4	160	3,6	1,2
	6 ve üstü	830	97,6	20	2,4	1,19
Gelir düzeyi	1.gelir düzeyi (en küçük)	2328	97,3	65	2,7	ref.
	2.gelir düzeyi	2615	96,6	92	2,4	1,87
	3.gelir düzeyi	2133	95,7	96	4,3	1,79
	4.gelir düzeyi (en büyük)	1951	92,5	158	7,5	1,62
Bölge	Batı	4222	95,3	209	4,7	ref.
	Orta	2947	95,5	140	4,5	1,15
	Doğu	1858	96,8	62	3,2	1,19

3.2. Model Tahmini

Çalışmada yer alan bireylerin konaklama hizmeti almasında e-ticaret kullanımıyla ilişkili faktörleri belirlemek için binary lojistik regresyon modeli kullanılmıştır. Tahmin edilen model sonuçları çizelge 3'te verilmiştir. Çizelge 3 incelendiğinde; tahmin edilen modelde yaş (55+), cinsiyet, eğitim düzeyi (lise, üniversite), hanehalkı büyüklüğü, gelir düzeyi ve bölge (doğu) değişkenlerinin anlamlı olduğu görülmektedir.

Çizelge 3. Tahmin edilen model ve marjinal etkiler

Değişkenler	Konaklama hizmetleri alımında e-ticaret kullanımı			
	β	S.E	M.E	S.E
Cinsiyet (referans kategorisi: kadın)				
Erkek	0,582 ^a	0,112	0,557 ^a	0,108
Yaş (referans kategorisi: 16-24)				
25-34	-0,022	0,163	-0,021	0,154
35-44	-0,256	0,179	-0,245	0,171
45-54	-0,255	0,21	-0,243	0,201
55+	-0,767 ^b	0,328	-0,739 ^b	0,318
Eğitim düzeyi (referans kategorisi: bir okul bitirmedil/ilkokul)				
Ortaokul	0,056	0,480	0,055	0,472
Lise	0,726 ^c	0,435	0,709 ^c	0,427
Üniversite	1,432 ^a	0,423	1,381 ^a	0,416
Hanehalkı büyüklüğü (referans kategorisi: 1-3)				
4-5	-0,322 ^a	0,118	-0,307 ^a	0,113
6 ve üstü	-0,652 ^b	0,258	-0,626 ^b	0,25
Gelir düzeyi (referans kategorisi: 4.gelir düzeyi (en büyük))				
1. gelir düzeyi (en küçük)	-0,57 ^a	0,175	-0,542 ^a	0,167
2. gelir düzeyi	-0,568 ^a	0,151	-0,54 ^a	0,143
3. gelir düzeyi	-0,433 ^a	0,146	-0,411 ^a	0,139
Bölge (referans kategorisi: batı)				
Orta	-0,035	0,118	-0,034	0,113
Doğu	-0,274 ^c	0,159	-0,263 ^c	0,153
Sabit terim	-3,687 ^a	0,474		

^ap<.01; ^bp<.05; ^cp<.10

Çizelge 3'te verilen binary lojistik regresyon modeline göre, erkeklerin kadınlara göre e-ticaret kullanma olasılığı %55,7 daha fazladır. 55 ve üstü yaş aralığındaki bir bireyin, referans gruba göre e-ticaret kullanma olasılığı %73,9 daha azdır. Lise mezunu bir bireyin referans gruba göre e-ticaret kullanma olasılığı %70,9 daha fazladır. Ayrıca hanede bulunan kişi sayısı 6 ve üstü olan bireylerin referans gruba göre e-ticaret kullanma olasılığı %62,6 daha azdır. 3.gelir düzeyinde olan bir bireyin referans gruba göre e-ticaret kullanma olasılığı %62,6 daha azdır. Çizelge 3'e göre 2.gelir düzeyinde olan bir bireyin referans gruba göre e-ticaret kullanma

olasılığı %54 daha azdır. Çalışmaya doğu bölgesinden katılan bir bireyin referans gruba göre e-ticaret kullanma olasılığı %26,3 daha azdır.

4. SONUÇ

Bu çalışmada, Türkiye İstatistik Kurumu tarafından 2021 yılında yapılan Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması'na katılan 9438 bireyin verisi kullanılmıştır. Çalışmada binary lojistik regresyon analizi kullanılarak Türkiye'de yaşayan bireylerin konaklama hizmetlerinin satın alınmasında veya kiralanmasında e-ticaret kullanımını etkileyen faktörler belirlenmiştir. Analiz sonuçlarına göre, yaş cinsiyet, eğitim düzeyi, hanehalkı büyüklüğü, gelir düzeyi ve bölge değişkenlerinin e- ticaret kullanımıyla ilişkili olduğu bulunmuştur.

Çalışmaya göre erkeklerin, kadınlara göre e-ticaret kullanma olasılıkları daha fazladır. Literatürde yapılan çalışmalarda da benzer sonuçlar elde edilmiştir (Escobar-Rodríguez, Grávalos-Gastaminza, & Pérez-Calañas, 2017; Ünver & Alkan, 2021). Bireylerin gelir düzeyleri arttıkça e-ticaret kullanma olasılıkları artmaktadır. Literatürde yapılan çalışmalarda da benzer sonuçlar elde edilmiştir (Hwang, Jung, & Salvandey, 2006; Cristóbal-Fransi, et al. 2015; Akman & Mishra, 2010; Alkan & Ünver, 2021).

Çalışmaya göre bireylerin yaşları arttıkça e-ticaret kullanma olasılıklarının azaldığı sonucuna ulaşılmıştır (Ünver, Aydemir & Alkan, 2023; Alqahtani, Goodwin, & de Vries, 2018; Hwang, Jung, & Salvendy, 2006). Türkiye'de yapılan bir çalışmada da erkeklerin yaşları arttıkça internet üzerinden giyim alışverişinde bulunma olasılığının azaldığı tespit edilmiştir (Ünver, Alkan & Oktay, 2023).

Çalışmada bireylerin eğitim seviyesi arttıkça e-ticaret kullanma olasılığının arttığı sonucuna ulaşılmıştır. Literatürde yapılan çalışmalarda da benzer sonuçlar elde edilmiştir (Akman & Rehan, 2014; Ünver & Alkan, 2021; Tarafdar & Vaidya 2006; Ünver, Aydemir & Alkan, 2023).

Çalışmada hanehalkı büyüklüğü arttıkça e-ticaret kullanma olasılığının azaldığı sonucuna ulaşılmıştır. Literatürde yapılan çalışmalarda da benzer sonuçlar elde edilmiştir (Stranahan, 2007; Abar & Alkan, 2020; Alkan & Ünver, 2021).

Çalışmanın sonucunda bireylerin eğitim seviyeleri yükseldikçe, online satın alışverişe yönelik eğilimlerinin arttığı tespit edilmiştir. Çalışmaya göre bireylerin gelir düzeyleri arttıkça e-ticaret kullanma olasılıkları da artmaktadır. Bu durum daha yüksek gelirli bireylerin daha yüksek niteliklere ve yeni teknolojilere sahip olma olasılığının daha yüksek olması ile ilişkilendirilebilir. Demografik özellikler bireylerin belirli bir davranışa girmeden önce eylemlerini etkilemektedir. Dolayısıyla online alışveriş ile ilgili faktörlerin online alışveriş yapanlar tarafından anlaşılması büyük bir önem arz etmektedir.

Bu çalışma, hemen her çalışmada olabileceği gibi birkaç sınırlamaya sahiptir. İlk olarak, bu çalışmadaki verilerin ikincil verilerden oluştuğu ve istatistik analiz için gerekli olan değişkenler veri setinde var olan değişkenlerden oluştuğu dikkate alınmalıdır. İkincisi, veri setinde olmadığından hane internet erişimi, internet kullanım süresi, hane halkı bireylerinin internet

alışverişi yapabilecek elektronik cihaz sahipliği, ebeveynler, kardeşler, evdeki diğer bireylerin veya çevredeki arkadaşların internet alışverişi tutumları gibi bazı değişken etkileri analize alınamamıştır. Ayrıca veriler kesitsel olduğundan, e-ticaret kullanımı ile ilgili sosyoekonomik faktörler arasında kesin nedensel bir ilişki çıkarılamamaktadır. Bir diğer kısıt da analiz sürecinde herhangi bir modelleme kullanılmadığından faktörlerin kendi aralarındaki doğrudan ya da dolaylı etkilerinin gözlenememesidir. Bu etkenler dolayısıyla bu veri toplama yönteminde elde edilen veriler yanlı olabilir.

Kaynaklar

- Abar, H., & Alkan, Ö. (2020). What Factors Influence the Use of Electronic Commerce?: A Case in Turkey. In E. C. Idemudia (Ed.), *Handbook of Research on IT Applications for Strategic Competitive Advantage and Decision Making* (pp. 101-117): IGI Global.
- Akman, I., & Mishra, A. (2010). Gender, age and income differences in internet usage among employees in organizations. *Computers in Human Behavior*, 26, 482-490.
- Akman, I., & Rehan, M. (2014). Online purchase behaviour among professionals: a socio-demographic perspective for Turkey. *Economic Research Ekonomska Istraživanja*, 27(1), 689-699.
- Alkan, Ö., & Ünver, Ş. (2020a). Türkiye’de E-Devlet Hizmetlerinin Kullanımını Etkileyen Faktörlerin Analizi . *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 34(4), 1431-1453.
- Alkan, Ö., Oktay, E., Ünver, Ş., & Gerni, E. (2020). Determination of Factors Affecting the Financial Literacy of University Students in Eastern Anatolia; *Asian Economic and Financial Review*, 10(5), 536-546.
- Alkan, Ö., Özar, Ş. & Ünver, Ş. (2021). Economic Violence Against Women: A case in Turkey. *PLoS ONE*, 16(3): e0248630, 1-23.
- Alkan, Ö., & Ünver, Ş. (2021). Determination of Factors That Affect Use of E-Commerce in Eastern Turkey Through Categorical Data Analysis. *Toros University FEASS Journal of Social Sciences*, 8(Special Issue), 22-36.
- Alkan, Ö., & Ünver, Ş. (2022b). Tobacco Smoke Exposure Among Women in Turkey and Determinants. *Journal of Substance Use*, 27(1), 43-49.
- Alkan, Ö., & Ünver, Ş. (2020b). Determinants of domestic physical violence against women in Turkey. *Humanities & Social Sciences Reviews*, 8(6), 55-67.

- Alqahtani, A. S., Goodwin, R. D., & de Vries, D. B. (2018). Cultural factors influencing e-commerce usability in Saudi Arabia. *International Journal of Advanced and Applied Sciences*, 5(6), 1-10.
- Cheung, C. M. K., Chan, G. W. W., & Limayem, M. A. (2005). Critical review of online consumer behavior: Empirical research. *Journal of Electronic Commerce in Organizations*, 3(1), 1–19.
- Cristóbal-Fransi, E., Martín-Fuentes, E., & Daries-Ramon, N. (2015). Behavioural analysis of subjects interacting with information technology: categorising the behaviour of e-consumers. *International Journal of Services Technology and Management*, 21(1-3), 163-182.
- Escobar-Rodríguez, T., Grávalos-Gastaminza, M. A., & Pérez-Calañas, C. (2017). Facebook and the intention of purchasing tourism products: moderating effects of gender, age and marital status. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 17(2), 129-144.
- Gümüş, R., & Kısa, A. (2016). Proceedings of SOCIOINT 2016 3rd International Conference on Education, Social Sciences and Humanities. Analysis of Usability of Web Sites in Hospitals in Diyarbakir, Turkey, (s. 246-249). Istanbul.
- Huseynov, F., & Yıldırım, S.O. (2016). Internet users' attitudes toward business-to-consumer online shopping: A survey. *Information Development*, 32(3), 452–465.
- Hwang, W., Jung, H.-S. & Salvendy. G. (2006). Internationalisation of e-commerce: a comparison of online shopping preferences among Korean, Turkish and US populations. *Behaviour & Information Technology*, 25(1), 3-18.
- Karamustafa, K., Biçkes, D. M., & Ulama, Ş. (2002). Türkiye'deki Konaklama İşletmelerinin İnternet Web Sitelerini Değerlendirmeye Yönelik Bir Çalışma. *Erciyes Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*;19, 51-92.
- Lightner, N. J. (2003). What users want in e-commerce design: effects of age, education and income. *Ergonomics*, 46(1-3), 153-168.
- Sim, L.L., & Koi, S.M. (2002). Singapore's Internet shoppers and their impact on traditional shopping patterns. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 9, 115–124.
- Stranahan, H. (2007). E-tail spending patterns and the importance of online store familiarity. *Internet Research*, 17(4), 421-434.
- Tarafdar, M., & Vaidya, S. D. (2006). Challenges in the adoption of E-commerce technologies in India: The role of organizational factors. *International Journal of Information Management*, 26, 428–441.

- Ünver, Ş., & Alkan, Ö. (2020). Türkiye’de Bireylerin Maddi Yoksunluk Durumlarını Etkileyen Faktörlerin Modellenmesi. *BMIJ*;8(2), 1334-1370.
- Ünver, Ş., & Alkan, Ö. (2021). Determinants of e-Commerce Use at Different Educational Levels: Empirical Evidence from Turkey. *International Journal of Advanced Computer Science and Applications*;12(3), 40-49.
- Ünver, Ş., Alkan, Ö., Oktay, E. (2023), Online Giyim Alışverişi Kararlarını Etkileyen Faktörler: Türkiye’de Cinsiyet Farklılıkları, Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 25/1, s. 9-23.
- Ünver, Ş. & Alkan, Ö. (2022). Experienced Problems with Online Shopping: The Case of Turkey. *Toros University FEASS Journal of Social Sciences*, 9(Special Issue), 87-96. doi:10.54709/iisbf.1152952
- Ünver Ş, Aydemir A.F, Alkan, Ö. (2023) Predictors of Turkish individuals’ online shopping adoption: An empirical study on regional difference. *PLoS ONE* 18(7): e0288835. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0288835>

TÜKETİCİ SATIN ALMA NİYETİ ÜZERİNDE GERİLLA PAZARLAMASININ ETKİSİ

Araş. Gör. Ebru ERDOĞAN

İnönü Üniversitesi, - 0000-0001-6981-8335

ÖZET

Gerilla Pazarlama, çoğunlukla küçük ölçekli işletmelerin benimsediği, düşük maliyetli pazarlama taktiklerine ve yaratıcılığa odaklanan ve alışılmışın dışında sonuçlar veren bir reklam stratejisidir. Gerilla pazarlaması terimi, 1807- 1814 İspanya-Fransa arasında geçen, düzensiz bir savaş biçimi olan ve silahlı siviller tarafından kullanılan küçük taktik stratejilerle ilgili olan Gerilla savaşıdan esinlenmiştir. Strateji, zayıfların bir taktiği olarak, düşmanı moral ve fizik olarak yıpratma ve dezavantajı avantaja çevirme temeline dayanmaktadır.

Pazarlama, şirketin yeni müşterileri çekmek ve mevcut müşterileri elde tutmak için yürüttüğü faaliyetleri temsil eder. Günümüzde şirketler müşterilerin dikkatini çekmek için agresif reklam mesajları uygulamaktadır, ancak, çok fazla reklam mesajına maruz bırakıldığından dolayı müşteriler bunları görmezlikten gelmektedir. Ayrıca büyük şirketler, bütçelerinin de büyük olması sebebiyle müşterilere ulaşmaları daha kolaydır, dolayısıyla çeşitli reklam yöntemlerini kullanabilirler, küçük şirketler ise bütçeleri düşük olduğundan ürün ve hizmetlerini pazarda ön plana çıkarabilmek için, bahsedilen gerilla pazarlama türünü kullanmaktadır. Bu araştırmanın amacı, gerilla pazarlamanın tüketici satın alma davranışları üzerindeki etkilerini ve bu etkiyi gerçekleştirmede kullanılan teknikleri ele alıp değerlendirmektir. Böylece, konunun önemi ortaya konulacak ve nispeten yeni bir pazarlama tekniği olan gerilla stratejisi hakkında farkındalık yaratılmaya çalışılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Gerilla Pazarlaması, Taktik, Strateji, Müşteri Çekmek, Satın Alma Davranışı.

1. GİRİŞ

Pazarlama bir nevi, müşterileri, işletmenin ürün ve hizmetlerine alıştırmak için gerçekleştirilen faaliyetlerdir. Firmalar, yeni müşterileri çekmeye ve mevcut müşterileri elde tutmaya çalışmaktadır ancak, pazardaki rekabetin oldukça büyük olması nedeniyle kendilerini ön plana çıkaracak ve tüketicilerin ilgisini çekecek farklı pazarlama faaliyetleri yürütmektedirler. Bu farklı pazarlama tekniklerinden biri de gerilla pazarlamasıdır. Ayrıca, televizyon reklamları, radyo spotları, gazeteler, reklam panoları, doğrudan satış ve pazarlama gibi geleneksel pazarlamanın hakimiyetine rağmen, özellikle küreselleşme ve internet çağında etkinliği tartışmalı olmaya devam etmektedir. Tüketicileri reklam mesajlarıyla boğmak, yıpratma etkilerine, tüketici dikkatinin ve akılda kalıcılığının azalmasına, marka sadakatinin azalmasına ve tüketici demografik yapısında değişikliklere yol açmakta ve geleneksel reklam ve pazarlama biçimlerinin etkinliğini birçok açıdan zayıflatmaktadır.

Gerilla pazarlaması, epeyi zamandır yeni kurulan şirketler ve küçük işletmeler için kullanılan yaratıcı bir yaklaşımdır. Benzersiz, şaşırtıcı ve diğer duygusal tüketici ifadeleri ve alışılmamış pazarlama stratejileri bu şirketlere son derece yardımcı olmuştur. İstenilen sonuçlara ulaşıldığında başarı öyküleri, dünya çapında büyük şirketler ve tanınmış markalar tarafından hızla takip edilmektedir. Mars, Nike, McDonald's gibi pazar devleri, finansal düşünceye sahip şirketlere yönelik, özellikle düşük profilli bir reklam stratejisiyle en akılda kalıcı pazarlama kampanyalarından birini yaratmışlardır (İşoraitè, 2018, s. 1). Gerilla tekniklerden faydalanan kurumlardan biri de bilgi teknolojisi dehası, Google ve Apple'dır. Bu taktiği izleyen kurumlardan Apple, şu anda sadece sattığı ürünlerin kalitesi açısından değil aynı zamanda tüketici açısından da her zaman önemli olmuştur. Üretici ile her zaman aynı seviyede iletişimi sürdürerek, tüketiciyle arasında güçlü bir bağ kurmaya çalışan firma, bu amaçla da elinden geldiğince bilgiyi müşterinin anlayabileceği bir dille aktarmaya çalışır. Şirket, teknik parametreleri aşırı vurgulamak için hem iç hem de dış ürün tasarımına ve ambalajlamaya büyük önem vermektedir. Böylesi gayretli çalışmaları elbette ki Apple'ın ürün lasmanlarını bekleyen pek çok kişi, medya ve kullanıcıları ürün hakkında konuşmaya son derece hevesli kılmıştır.

2. LİTERATÜR TARAMASI

2.1. Gerilla Pazarlaması

Gerilla pazarlama, öncelikle az miktarda finansal ancak yaratıcı ve entelektüel kaynakları çekmeyi amaçlayan bir pazarlama türüdür. Bu anlayışta, cesur, modern fikirlere daha fazla önem verilmektedir ve paraya değil, zamana, enerjiye, hayal gücüne ve bilgiye yatırım yapılmasını teşvik etmektedir (İşoraitè, 2018, s. 1). Chionne ve Scozzese (2014) genel bir bakış açısıyla, gerilla pazarlamasının, duyguları harekete geçirme, kışkırtma, ve müşterileri şaşırtma amacıyla hareket ederek geleneksel şema ve şablonların ötesine geçen iletişim araçları bütünü olduğunu belirtmiştir. Gerilla yaklaşımında tüketiciye, “reklam bilincinin” aktif olmadığı, yani iletişim mesajlarına karşı savunmanın nispeten daha düşük olduğu an ve yerlerde ulaşır ve böylece tüketiciler nezdinde merak ve katılım etkisi yaratır. Yazarlar gerilla pazarlamasını farklı şekillerde tanımlamışlardır. Aşağıdaki Tablo. 1 yardımıyla bu tanımlardan bazılarını görsel olarak aşağıdaki gibi ifade edebiliriz.

Tablo 1. Gerilla Pazarlama Tanımları

Yazar	Tanım
Nufer (2013)	Gerilla kavramının pazarlama terminolojisine aktarılması, gerilla pazarlamanın uygulanması ve işlevleri konusunda farklı yorum ve görüşlerin ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Gerilla pazarlamasını karakterize eden temel belirleyici, onun alışılmamış doğasıdır.
Schulte (2007)	Gerilla pazarlama, pazarlama karmasını kapsayan temel bir stratejiye, bilinçli olarak yeni, alışılmadık, daha önce göz ardı edilen, hatta muhtemelen araçların dağıtımına yönelik kaşlarını çatan olasılıkları aramak için alışlagelmişin dışına çıkan pazar gelişimine yönelik temel bir pazarlama politikası tutumuna dönüşmüştür.
Lun ve Yazdanifard (2014)	Gerilla pazarlama, marka, ürün veya hizmetlerin kamuoyunda beklenmedik bir şekilde farkındalığını artırmanın bir yoludur.
Farouk (2012)	Gerilla pazarlaması terimi, düzensiz savaşın bir türü olan ve silahlı sivililer tarafından kullanılan küçük taktik stratejilerle ilgili olan gerilla savaşından

	esinlenmiştir. Bu taktiklerin çoğu pusu, sabotaj, baskın ve sürpriz unsurları içermektedir.
Hutter ve Hoffman (2011)	Alışılmadık reklamcılık için bir şemsiye terim olarak gerilla pazarlama, sürpriz etkisi ve yayılma etkisi yaratarak çok sayıda alıcının dikkatini nispeten düşük maliyetlerle reklam mesajına çekmeyi amaçlayan kampanyalardır.
Ay, Aytekin, Nardalı (2010)	Levinson (1984) tarafından ortaya atılan gerilla pazarlama kavramı, çok düşük bir bütçeyle tutundurma faaliyetlerinin alışılmadık bir şekilde gerçekleştirilmesini ifade etmektedir. Son yıllarda geleneksel pazarlama uygulamalarının karmaşasından kurtulmanın yollarını arayan pek çok şirket, pazarlama iletişiminin farklı bir yolu olan gerilla pazarlamayı uygulamaya yönelmeye başlamıştır.
Simone (2006)	Gerilla pazarlama, yenilikçi ve mutlaka sansasyonel olan, para yerine enerji ve fantezi yatırımı sayesinde viral mesaj yayılım dinamiği yaratarak hedefi şaşırtan bir iletişim stratejileri bütünüdür.
Kaden (2007)	Gerilla pazarlama, kar ve keyif gibi geleneksel hedeflere, para yerine enerjiye yatırım yapmak gibi alışılmadık yöntemlerle ulaşmaktır.
Levinson (2006)	Gerilla stratejileri, çoğunlukla küçük bütçeli küçük veya orta ölçekli firmalara yöneliktir ve ne için çabaladığınızı yalnızca kârın büyüklüğünün ölçebileceğini hatırlatır.
Gallagher (2004)	Gerilla pazarlamada önemli olan firmanın başarılı olmak için ne yaptığından ziyade rakiplerinden farklılaşmak için ne yaptığı ve daha geniş müşteri potansiyeline ulaşma başarısıdır”.

Not. Bu tablo İşoraité (2018) den alınmıştır.

Bygrave ve Zacharakis (2008), gerilla pazarlamanın ne yaptığını tanımlamanın ne olduğunu açıklamaktan daha kolay olduğunu belirtmektedir. Gerilla pazarlamanın, insanların ürün ve şirket hakkında konuşmasını sağlayan ve adeta ürün markasının “misyonerleri” gibi görünen benzersiz bir etkisi vardır. Üstelik drama, ilgi, duygunun olumlu etkisini yaratmaktadır ve tüm bunlar inanılmaz sonuçlara ulaşmaktadır. Klepek (2014), gerilla pazarlamanın, pazarlamacılara yayılmanın sürpriz etkisini (yayma etkisi) farklılaştırma fırsatı sunan geleneksel pazarlama karmasını tamamladığına inanmaktadır. Bu yazarların iddalarına ek olarak Hutter ve Hoffmann (2011), gerilla pazarlamanın, çok sayıda insanın ilgisini düşük maliyetle reklam mesajına çekmeyi amaçlayan, maliyet, sürpriz etki ve yayılma etkisine neden olan, alışılmamış reklam kampanyaları için kullanılan yaygın bir terim olduğu görüşündedir. Maliyet fayda oranı açısından değerlendirdiklerinde ise, genel olarak gerilla pazarlama kampanyasının son derece etkili olduğu sonucuna varmışlardır.

Hallisy (2006) gerilla pazarlama faaliyetlerinin farkındalık, marka ve müşteri ilişkileri oluşturmak için tasarlandığını iddia etmektedir. Virk (2011) ise gerilla pazarlama faaliyetinin pazarlama amaçları için geleneksel olmayan medyayı kullandığını, burada gerilla pazarlama kampanyalarının potansiyel müşterileri sürpriz bir şekilde yakalama eğiliminde olduğunu ve bunun yüksek oranda etki ve elde tutma ile sonuçlandığını belirtmektedir. Mılak ve Dobrnić, (2017) hayal gücü ve spontanlığın önemli olduğu görüşünden hareketle, gerilla pazarlamada müşterilerle ilişki kurmaya çalışıldığını ve sürekli olarak müşteriye yardım etmenin bir yolunun arandığını iddia etmektedir.

2.2. Gerilla Pazarlamanın Genel Karakteristikleri

Gerilla pazarlaması, yeni, cesur ve yenilikçi olmalıdır; bu da gerilla reklamların ahlaki ve yasal bir alanda hareket etmesine, ahlak ve zevksizlik ya da yasallık ve yasadışı arasında denge kurmasına neden olur. Böylesi bir yaklaşım ise genel normları ihlal etme ve daha yüksek düzeyde ilgi çekme isteğinden kaynaklanır (Mılak ve Dobrnić, 2017, s. 20). Ayrıca, geleneksel

pazarlama yöntemlerinden farklı olarak ahlaki ve yasal çatışma potansiyeli daha yüksektir. Nufer (2013) gerilla pazarlamasının coşku ve bıkkınlık arasında gidip geldiğini, bunun da ürün markası üzerinde olumsuz bir etki yaratabilme potansiyeli olduğunu ve hatta bu ikilemin markanın temel değerlerini yok edebileceğini belirtmiştir. Gerilla pazarlamasını, geleneksel pazarlamadan ayıran birtakım temel karakteristik özellikleri vardır. Bunları aşağıdaki Tablo. 2 yardımıyla açık bir şekilde ifade edebiliriz.

Tablo 2. Geleneksel Pazarlama ve Gerilla Pazarlama Arasındaki Farklar

Not. Bu tablo Mılak ve Dobrınıć (2017) den esinlenmiştir.

Behal ve Sareen (2014) göre gerilla kavramının dayandığı ilkelerden bazıları şunlardır:

- Bu pazarlama taktiği, küçük işletmelerin büyük şirketlere göre daha kolay tanıtım elde etmelerini sağlamak için özel olarak tasarlanmıştır.
- Gerilla pazarlaması, öncelikle insan psikolojisine dayanır, deneyime, yargıya ve tahmine dayalı değildir.
- Gerilla pazarlamasında para birincil yatırım değildir; temel gereksinimler zaman, enerji ve hayal gücüdür.
- Gerilla pazarlamasında satışlar bir işletmeyi ölçen temel istatistik değildir; kâr miktarı

Geleneksel Pazarlama	Gerilla Pazarlama
İş hayatına odaklanmak	İş dünyası
Belirsiz mesaj	Doğrudan mesaj
Para yatırımı	Entelektüel mülkiyet yapısı
Marka kimliği inşa etme	Müşterilerle ilişki kurma
Artan gelir	Artan kar
Yaratıcı medya algısı	Gerçekliği ortaya çıkarmak
Konuşma ve satış	Dinleme ve hizmet
Herkese uyan tek bir yapıdır	Tek bir yapı kimseye uymaz
Pazar payı almaktadır	Pazar oluşturmaktadır

birincil istatistiktir.

- Gerilla pazarlama, çeşitli ürün ve hizmetleri satmak değildir; pazarlamacı, keskin bir odaklanma ile bir mükemmellik standardı yaratmalıdır.
- Gerilla pazarlama, yeni müşteriler kazanmaktan çok, daha fazla yönlendirme, mevcut müşterilerle daha fazla işlem ve daha büyük işlemler elde etmekle ilgilidir.
- Gerilla pazarlamasında rekabet anahtar değildir; bunun yerine diğer işletmelerle işbirliği yapmayı ve fayda elde etmeyi önerir.
- Gerilla pazarlamasında bir kampanya için pazarlama yöntemlerinin bir kombinasyonu kullanılmalıdır.
- Gerilla pazarlamada mevcut teknoloji, işletmeyi güçlendirecek bir araç olarak kullanılmaktadır.

2.3. Gerilla Pazarlamasının Tarihsel Geçmişi

Gerilla Pazarlamanın reklamcılık tarihinin, ilk Mısırlıların satış mesajları ve duvar posterleri yapmak için papirüs kullandığı M.Ö. 4000 yılına kadar dayandığı söylenebilir. Geleneksel reklamcılık ve pazarlama olarak kabul ettiğimiz şey yüzyıllar boyunca yavaş yavaş gelişmiştir, ancak 1900'lerin başına kadar hiçbir zaman gerçek anlamda patlama yaşanmamıştır. 1900'lere kadar yavaş bir gelişim trendi içerisinde olan reklamcılığın temel amacı, tüketiciyi eğlendirmekten ve ilgisini çekmekten ziyade ürün veya hizmet konusunda eğitmektir. 1960'lı yıllara gelindiğinde ise reklamcılık sektöründe, kampanyalar, radyo ve yazılı basın gibi farklı kitle iletişim kanallarındaki yoğun reklam kampanyalarına odaklanılmıştır (Behal ve Sareen, 2014, s. 2). Bu dönemlerde, acenteler tüketiciler üzerinde etki yaratmakta zorlanıyordu ve tüketiciler de pazarlama çabalarına yoğun olarak maruz kalmaktan yorulmuştu. Bununla birlikte 'gerilla' terimi ilk kez resmi olarak 1984 yılında pazarlamacı Jay Conrad Levinson'un "Gerilla Pazarlama" adlı kitabında tanıtılmıştır.

Levinson vd. (2007) göre gerilla pazarlama tescilli ticari markasının sahibi Levinson, başlangıçta, gerilla pazarlamayı "girişimcilerin minimum yatırımdan maksimum kar elde etmek için pazarlamayı nasıl kullanabileceği" olarak tanımlamıştır. Zaman içerisinde, gerilla pazarlama kavramının yorumları, akademisyenler ve pazarlama alanıyla aktif olarak ilgilenen kişiler arasında farklılık göstermektedir ve işletmeye katkı sağlamak amacıyla her geçen gün kullanımını artmaktadır.

2.4. Tüketici Satın Alma Niyeti

Bian ve Forsythe (2012) göre satın alma isteği ile birbirinin yerine kullanılan satın alma niyeti, müşterinin gelecekte bir ürün veya hizmeti satın almak için bilinçli bir planı olduğunda gelişir. Bireylerin tutumu, tüketicilerin satın alma niyetini doğrudan etkilemektedir. Petrescu vd. (2015) araştırmaları, reklam ve satın alma niyeti arasında olumlu bir ilişki doğrulamıştır. Tam ve Khuong (2015) çalışmalarında, reklamlar ne kadar yaratıcı ve güvenilir olursa, satın alma niyetinin de o kadar yüksek olduğunu ve bu kriterlerin satın alma davranışını tahmin etmede kritik bir faktör olduğunu belirtmiştir. Bu anlamda, bireyin satın alma niyeti ne kadar yüksek olursa, belirli bir malı gerçekten satın alma olasılığının da o kadar yüksek olduğu söylenebilir (Nunthiphatprueksa, 2017, s. 42).

2.5. Tüketici Satın Alma Niyeti Üzerinde Gerilla Pazarlamanın Etkisi

Literatür incelendiğinde, gerilla reklamların tüketicilerin satın alma niyeti üzerinde büyük etkisi vardır. Dahlen vd. (2018) araştırmalarında düşük bütçeli retro reklam mesajlarının tüketici satın alma niyeti üzerinde önemli bir etkisi olduğu bulgularına ulaşmışlardır. Ayrıca mesajların açık olmasının da satın alma niyeti üzerine önemli etkisinin olduğunu belirtmişlerdir ve mesajların açık olarak iletildiği yeni bir iletişim yöntemi olan retro yaratıcı reklamların, satın alma niyetini önemli ölçüde etkilediği fikrini güçlendirmiştir. Tam (2015) ise duygusal uyarılmanın bağımlı değişken üzerindeki anlamlı etkisi, reklamlarda duygu çekiciliğinin tüketiciyi olumlu yönde etkilediği fikrini desteklemektedir. Bununla birlikte, ticari teşhir

sıklığının, tek bir teşhirin tüketici reklamını ve marka tutumunu etkilemek için yeterli olmadığı durumlarda da dikkate alınması gerektiğini belirtmişlerdir

Nunthiphatprueksa (2017) çalışmaları sonucunda elde edilen bulgular da, gerilla pazarlama kampanyaları aracılığıyla tüketici satın alma niyetini etkileyen faktörlerin daha iyi anlaşılmasını sağlamaktadır. Çalışmalarında, yönetsel açıdan da tavsiye de bulunmuşlardır ve satın alma niyeti üzerinde önemli etkileri olan gerilla pazarlamada özellikle reklamın ilk aşamalarında müşterilerin dikkatini çekmek için “yenilik, estetik, sürpriz ve mizah” kullanılması şiddetle tavsiye edilmektedirler.

SONUÇ

Gerilla pazarlama, yeni ortaya çıktığı için değil, hakkındaki anlayışın nispeten sınırlı olması nedeniyle yeni bir anlayıştır. Geleneksel pazarlama taktikleri ile karşılaştırılamayacak kadar üstün olan gerilla pazarlama tekniğinin ortaya çıkışı, sadece küçük işletmeler için değil, etkili faaliyetleri için bu yaklaşımdan faydalanan büyük işletmeler için de günümüzde artık mucizevi bir başarı faktörü haline gelmiştir. Gerilla pazarlama düşük maliyeti, sürpriz ve yayılma etkisi ile tanınmaktadır.

Büyük bütçeler gerektirmeyen gerilla teknikler, tüketicinin heyecan duygusunu harekete geçirerek de son derece başarılı satın alma davranışının gerçekleşmesine katkı sağlamaktadır. Elbette ki, gerçek faydalar ancak kampanya dönemi sona erdikten sonra gözle görünür olmakla birlikte, kar göstergeleri, kampanyanın gerçekten başarılı olduğunun önemli göstergeleri olarak ifade edilebilir. Literatürde yer alan çalışmalar derinlemesine incelendiğinde, gerilla pazarlamanın tüketici satın alma niyeti üzerinde önemli etkisi olduğu bulgularına ulaşılmıştır. Ayrıca, reklam yaratıcılığının, duygu uyarılmasının ve mesaj netliğinin tüketici satın alma niyeti üzerinde doğrudan olumlu etkiye sahip olduğu da yürütülen araştırmalar neticesinde elde edilen sonuçlar arasında yer almaktadır.

KAYNAKÇA

- Behal, V., & Sareen, S. (2014). Guerilla marketing: A low cost marketing strategy. *International Journal of Management Research and Business Strategy*, 3(1), 1-6.
- Bian, Q., & Forsythe, S. (2012). Purchase intention for luxury brands: A cross cultural comparison. *Journal of Business Research*, 65(10), 1443-1451.
- Bygrave, W., & Zacharakis, A. (2011). *Entrepreneurship*, John Willy & Sons. Inc., Babson Park.
- Dahlen, M., Rosengren, S., & Karsberg, J. (2018). The effects of signaling monetary and creative effort in ads: Advertising effort can go a long way influencing B2B clients, employees, and investors. *Journal of Advertising Research*, 58(4), 433-442.
- Hallisy, B. H. (2006). Taking it to the streets: Steps to an effective and ethical guerilla marketing campaign. *Public Relation Tactics*, 13(3), 1-13.
- Hoffmann, S., & Hutter, K. (2012). Carrotmob as a new form of ethical consumption. The nature of the concept and avenues for future research. *Journal of Consumer Policy*, 35, 215-236.
- İsoraité, M. (2018). Guerilla marketing features. *Ecoforum*, 7(1), 1-6.
- Klepek, M. (2014). Guerrilla marketing concept and further research possibilities, *Journal of Economic Literature*, 79-87.
- Milak, A., & Dobrinić, D. (2017). Customer perception of guerilla marketing. *International Journal of Multidisciplinarity in Business and Science*, 3(4), 18-24.
- Nunthiphatprueksa, A. (2017). Is guerilla marketing worth investing? The impacts of guerilla marketing on purchase intention. *UTCC International Journal of Business and Economics (UTCC IJBE)*, 9(2), 39-57.
- Nufer, G. (2013). Guerrilla marketing- Innovative or parasitic marketing. *Modern Economy*, 4(9), 1-6.
- Petrescu, M., Korgaonkar, P., & Gironda, J. (2015). Viral advertising: A field experiment on viral intentions and purchase intentions. *Journal of Internet Commerce*, 14(3), 384-405.
- Tam, D. D., & Khuong, M. N. (2015). The Effects of Guerilla Marketing on Gen Y's Purchase Intention-A Study in Ho Chi Minh City, Vietnam. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 6(4), 191-198.
- Virk, A. (2011). *Twitter: The strength of weak ties*, University of Auckland Business Review, 13(1), 19-21.

MODERN PAZARLAMADA NOSTALJİK BİR TREND: RETRO PAZARLAMA

Araş. Gör. Ebru ERDOĞAN

İnönü Üniversitesi, - 0000-0001-6981-8335

ÖZET

Posmodern pazarlama yaklaşımından modern pazarlamaya geçişle birlikte pazarlamada yeni kavramlar ortaya çıkmaya başlamıştır. Bu kavramlardan biri olan retro, unutulmaya yüz tutmuş ürünleri zihinde yeniden canlandırılarak bunlara talep yaratmak amacıyla bir pazarlama değişkeni olarak kullanılmaya başlanmıştır. Eskilerin, aslında eskimediğini ispatlayan ve gücünü rasyonellikten alan retro pazarlama, ne olacağı belirsiz yeniyi denemek yerine rüştünü kanıtlamış alanlara yatırım yapan ve pazarlama eylemlerinde reklamdaki etkili bir şekilde yararlanan nostaljik bir trenddir. Retro ürünler, geçmişteki bir anı olayını ya da bir nesneyi hatırlatan çağrışımlı ürünler olması nedeniyle tüketicilere keyif vermektedir. Bu nedenle şirketler, marka kimliği ve marka imajı oluştururken tüketicilere daha fazla keyif vermeyi hedefleyerek tüketicilerin geçmiş özlemlerine hitap etmeye çalışırlar.

Tarihi markaların ve trendlerin ardındaki nostalji, tüketici pazarında kesinlikle büyük etki yaratmaktadır. Pek çok araştırma sonucunda elde edilen bulgulara göre, nostalji, tüketicileri mutlu anılar şeklinde geri dönüş kesiti sunmayı vaat ederek para harcamaya teşvik etmektedir. Son yıllarda giderek daha popüler bir pazarlama tekniği haline gelmesindeki en önemli etken, retro pazarlamasının marka ile müşteri arasında derin ve duygusal bir düzeyde bir bağ kurmaya çalışmasıdır. Bu çalışmanın amacı, nostaljik trend olan retronun pazarlama iletişiminde kullanımının uygunluğunu ve olanaklarını ortaya koymaktır.

Anahtar Kelimeler: Modern Pazarlama, Posmodern Pazarlama, Nostaljik Trend, Retro, Retro Pazarlama

1. GİRİŞ

Son birkaç yıldır, nostaljinin pazarlamada kullanımında ciddi bir artış yaşanmıştır. Duygusal tetikleyicilerin tüketicinin karar vermesinde hayati bir rol oynadığının kanıtlanması nedeniyle nostaljinin tüketicilerin marka, ürün/hizmet ve iletişim tercihlerini etkilediği bulunmuştur. Nostaljik strateji, marka verimliliğine ulaşmak için tüketicinin duygularına, tutumlarına ve anılarına hitap etmektedir. (Pereira vd., 2022, s.109).

Nostaljinin tüketici karar verme süreci üzerindeki potansiyel etkisi, akademi ve profesyonel alanda moda uygun bir araştırma alanıdır. Bu araştırmaların bir örneği Wildschut (2006) tarafından yürütülen ampirik araştırmada nostalji, reklamcılık ve tüketici psikolojisi gibi konularla ilişkilendirilmiştir. Bununla birlikte son yıllarda reklamcılıkta da nostaljinin gözle görülür bir yükselişi gözlemlenmiştir. Merchant vd. (2013) tarafından yürütülen araştırma sonuçları bu ilişkiyi net bir şekilde ortaya koymaktadır. Çalışma sonucunda elde edilen bulgulara göre, son yıllarda ABD TV reklamlarının %10'u metin, müzik ve tema gibi nostaljik

çıkıtlar kullanmıştır. İngiltere, Rusya ve Hindistan gibi diğer ülkeler de ilgi çekici etkileri ve marka seçimi üzerindeki etkisi nedeniyle bunu kullanmıştır.

Slavich vd. (2019) piyasadaki müzik, film veya televizyon şovları gibi pek çok farklı ürünün nostaljik duyguları canlandırabileceğini ifade etmiştir. Ancak bu sadece eğlence sektörü veya görsel-işitsel uyaranlarla ilgili değildir. Bu tip ürünlere olan talep, 90'lı yılların ortasından itibaren ortaya çıkmış olup günümüzde zirve noktasını oluşturmaktadır (Pereira vd., 2022, s.109). Retro/vintage, ürünlerde, ambalajlarda, tasarımlarda, somut ve soyut şeylerde, estetikte, stilde, iletişimde olmak üzere pek çok farklı ürün ve hizmette karşımıza çıkabilmektedir. Brown vd. (2003), Park vd. (2018) ve Grebosz-krawczyk ve Pointet (2018) araştırmalarında, giyim sektörü ve özellikle spor giyim, kozmetik, kolanya, lüks ürünler, eğlence ve dekoratif, otomotiv, ileri teknoloji, kameralar, telefon, elektirikli aletler, yiyecek ve içecek, müzik festivalleri, filmler, diziler, oyuncak, deterjan ve sabun, turistik yerler, kuruluşlar ve hediyelik sektörlerinde nostaljinin bir pazarlama aracı olarak kullanılabilmesi bulgularına ulaşmışlardır. Bu noktada nostaljinin dünya çapında bir olgu olduğu ve pek çok sektörle entegre olarak varlığını sürdürebileceği söylenebilir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Nostalji

Nostalji, tüketicilerde satın alma davranışının nasıl uyandırılacağını daha iyi anlama dürtüsüyle son yıllarda pazarlamacıların ilgisini çeken bir trenddir. İlk olarak 1960'lı yıllarda fiziksel bir hastalık olarak kabul edilen ve tıbbi bir terim olarak tanımlanan nostalji, şimdilerde geçmişe duyulan psikolojik özlem duygusu olarak ifade edilmektedir (Scola ve Gordon, 2019, s.4). Sedikides (2008) göre nostalji, pazarlama araştırmalarında tüketiciler için olumlu bir duygu olarak düşünülmektedir.

Holbrook (1993) de ifade ettiği gibi pazarlama akademisyenleri, nostaljinin tüketiciler üzerindeki etkisini, çoğunlukla bireyin nostaljik duygulardan etkilenme olasılığını ölçen nostalji eğilim endeksini kullanarak incelemektedirler. Nostaljik duygularda hayati bir rol oynamayabileceği ve tüketicilerin, bireyin doğmadan önceki bir döneme ilişkin nostaljik hissedebileceği "temsil edilmiş nostalji"yi deneyimleyebileceği bulunmuştur. Ayrıca Holbrook (1993) ve Merchant and Rose (2013) tarafından yürütülen araştırmalarda, tüketiciler için nostaljik duyguların hayati bir rol oynamayabileceği, bireyin doğmadan önceki bir döneme ilişkin nostaljik hissedebileceği ve 'temsil edilmiş nostaljiyi deneyimleyebileceği' bulunmuştur.

2.2. Retro Pazarlama

Scola ve Gordon (2019) retro pazarlamayı veya markalaşmayı, güncel trendlere ve teknolojiye ayak uydururken markanın geçmiş tarihsel dönemine saygı göstermek olarak tanımlamıştır. Brown (2013) bu eğilimin kısa ömürlü bir moda olacağına ve bunun kısmen 'fin de siecle' etkisine bağlı olduğuna inanmıştır. Fin de siecle etkisi, bir dönemin sonuna ilişkin deneyimlere ilişkin kültürel bir kaygının olduğunu ifade etmektedir.

Bilim adamlarının nostalji patlamasına inandığı yüzyılın sonunun çok ötesinde, retro pazarlama kalıcı olmaya devam etmektedir ve hatta bu uygulamalar “yepyeni, eski moda teklifler” olarak tanımlanmaktadır (Brown vd., 2003, s. 201). Bu açıklama, retro pazarlamayı anlamak için zorunludur; çünkü pazarlamacıların yalnızca geçmiş uygulamaları yeniden kullanmadıklarını, geçmişlerinin bazı yönlerini ima eden yeni bir pazarlama uygulaması yarattıklarını anlamak önemlidir. Brown (2013) nostalji ve retroyu birbirinden ayırır çünkü iki kelime birbiriyle ilişkilidir ancak eşanlı olarak kullanılmamalıdır. Eğer "nostaljik pazarlama" kullanılacak olsaydı, bu sadece aynı uygulamayı geri getirmek ve mevcut trendlere ayak uydurmak için herhangi bir değişiklik yapmamak olurdu.

Cattaneo ve Guerini (2012), retro markaların ve pazarlamanın tüketiciler tarafından tercih edilmesini sağlayan şeyin nostaljik duygulardan daha fazlası olması gerektiğini öne sürmektedir. Bunun yerine, yeni bir projeye geçmişinizin bazı yönlerini ima etmek en etkili yöntem olabilir. Zhao vd. (2014) aynı zamanda belirli tüketicilerde nostalji çekiciliğinin, onları geçmiş grup deneyimleriyle ilişkilendirirken daha etkili olabileceğini bulmuşlardır. Eldeki çalışmayla ilgili olarak, retro pazarlama uygulamalarının, markanın geçmişteki yönlerini uygulamaya odaklanırken, aynı zamanda güncel trendleri ve teknolojiyi kullanmaya devam ettiğinin farkına varılması önemlidir.

2.3. Pazarlama İletişiminde Retro Pazarlama Örnekleri

Şirketler, hem yerel hem de küresel düzeyde pazarlama iletişimde retro tarzı kullanmaktadırlar. Yerel pazarlama kampanyalarında geçmişe yapılan atıf genellikle yerel özgünlüğün, tarihin ve geleneğin vurgulanmasıyla bağlantılıdır. Global markalarda, retro kampanyalar özellikle markanın özel karakterini, geçmişini ve zamansız değerlerini vurgulamak için kullanılmaktadır. Bu retro kampanyaların hedefleri, marka değerinin geliştirilmesi ve marka imajının güçlendirilmesine odaklanmaktadır (Grębosz ve Pointet, 2015, s. 122).

Macleod (2011) Coca-Cola Company'nin, faaliyet gösterdiği 200'den fazla ülkede bir dizi etkinlikle 2011 yılında 125. yılını kutladığını belirtmiştir. Coca Cola'nın kutlamasında retrospektif bir TV reklamı, açık hava reklamları, çevrimiçi "Retro Poster Oluşturucu" ve paketteki ikonik grafikler yer almıştır. Kampanyanın her bir unsuru, markanın onlarca yıllık zengin ve ikonik mirasından esinlenmenin yanı sıra, kalıcı cazibesini hayata geçirmektedir ve tüketicilere şışede mutluluk sunmanın 125. yılını kutlamıştır.

Yang (2013) çalışmasında, Chupa Chups markasının sahibi, ürünün yeni versiyonu olan “Şimdiki Sakızlı” yı tanıtmak amacıyla 2012 yılında “Chupa Chups” retro kampanyasını başlattığını belirtmiştir. Hem basit hem de akıllıca olan reklam kampanyası her biri farklı bir demografik gruba hitap eden, genellikle annelerinin küçük bir azarını gerektirecek şekilde sakızlarıyla oynayan üç model tasvir etmektedir. Benzer şekilde, Levi's sonbahar-kış reklam kampanyasında retro stilini kullanmıştır. İletişim kampanyası, Amerikan tarzının iki ikonik dönemi olan Detroit'in 60'lardaki Motown müzik devrimi ve West Coast'un güneşli 60'lar tarzına itafendir. Levis, markanın zamansız ve ikonik karakterinin altını çizerek bunu sade ve rafine modellerin yanı sıra zamanın özgür ve açık ruhu mesajıyla da ilişkilendirmiştir (Grębosz ve Pointet, 2015, s. 123).

Retro tarzı, küresel markalarının ayrıcalıklı karakterini vurgulayan lüks şirketler tarafından da kullanılmaktadır. Bu vurgunun ifade şekli olan, Dior, 2011 ve 2012 yıllarında genç Alain Delon'un ikonografik görsellerini içeren "Eau Sauvage" markasının reklam kampanyalarını başlatmıştır. Dior, ünlü aktörün efsanevi bir filminin görsellerini geri dönüştürmüştür ve ürünün ve onunla birlikte Dior markasının bir geçmişi olduğunun unutulmaması gerektiğini vurgulamıştır. Bu kampanyada kullanılan retro tarzı aynı zamanda Fransız kültürüyle de bağlantı kurmaktadır ve dolayısıyla nostaljik duygular yaratılmasına katkı sağlamaktadır.

2.4. Retro Pazarlama Yoluyla Nostalji

Geleneksel pazarlamanın aksine retro pazarlama, güncel ürün ve hizmetleri satmak için geçmişten yararlanan pazarlama stratejileri geliştirmek için retro markalaşmayı kullanır (Fort-Rioche ve Ackermann, 2013, s. 497). Bazen markanın yeniden canlandırılması olarak da adlandırılan retro markalama, "önceki bir tarihsel döneme ait bir ürün veya hizmet markasının her zaman olmasa da genellikle performans, işlevsellik veya tat açısından çağdaş standartlara göre güncellenmesiyle yeniden canlandırılması veya yeniden piyasaya sürülmesi" anlamına gelir (Brown vd., 2003, s.20). Hirschman (2006) retro markalamanın bir avantajının, markayı konumlandırmak için tarihsel marka değerinden yararlanmanın düşük maliyetli olduğunu belirtmiştir. Dolayısıyla, retro markaya yönelik farkındalığın zaten mevcut olduğu göz önüne alındığında, daha modern bir markaya doğru yeniden konumlandırmanın yolu uygun maliyetli olabilir. Retro markalar aynı zamanda tüketicilerin perakende ortamında nostaljiyi deneyimlemelerine olanak tanıyan "retrosapes" olarak konumlandırılan perakende markaları da olabilir, örneğin lokantanın tarihsel nostaljisi.

Markanın geçmişi, tüketicilerin yeni veya modern markalarla ayırabilecekleri sorun algılamasının genişlemesine yardımcı olabilecek şekilde üretilebilir. Retro markalaşma yoluyla markaların yeniden canlandırılması, tüketicilerin "marka bölümlerinden" veya bir markayla ilgili geçmiş olaylara ve anılara olan çağrışımlardan faydalanılabilir (Bunch, 2022, s. 9). Wiedmann vd. (2011) ve Brunnige ve Hartmann (2019) göre olumlu marka mirası, bireyin markayla olan bağlantısından veya temsil edilen zamanın şimdikinden daha iyi olduğuna dair algısından kaynaklanabilir. Bu algıyla, marka mirası, pazarlama için önemli bir performans etkeni haline gelmektedir ve bu da markaların geçmişi yeniden keşfetmeye olan ilgisini açıklamaktadır. Ek olarak, nostalji, marka yönetiminde olumlu bir duygudur ve geçmişte daha yaygın olan nesnelere yönelik tercih olarak tanımlanmaktadır. Nostaljik markaların genel karakteristik özellikleri Tablo 1. deki gibi ifade edilebilir.

Tablo 1. Nostaljik Markaların Kategorileri

Nostaljik marka kategorisi	Özellikleri
Nesil markalar	Bu markalar, kişinin doğrudan ve kişisel anılarına gönderme yapan, bireysel ya da kolektif karaktere sahip, gerçek bir nostaljiyi temel alır.
Nesiller arası markalar	Bu markalar gerçek bir nostaljiye ya da simüle edilmiş bir nostaljiye (yani dolaylı olarak diğer insanların bireysel

	deneyimlerine veya anılarına, ayrıca tarihsel nostalji durumunda kolektif deneyimlere ve anılara gönderme yapan) dayanmaktadır ve bireysel veya kolektif karaktere sahiptir.
--	--

Not. Tablo Grebosz-Krawczyk ve Pointet (2018)den uyarlanmıştır.

Bununla birlikte markalar, görünüm aracılığıyla nostalji çağrışımlarıyla yeni özellikler sunarak geçmişi bugünle bütünleştirmek için nostaljik köklerini kullanmaktadır. Kendi kendine süreklilik teorisinden yararlanan Routledge vd. (2012), geçmişi hatırlatan tasarıma sahip bir ürünün tüketiciler açısından daha az riskli algılanacağını, çünkü eski teknolojiyle ilişkilendirildikçe ürünün estetiğine daha aşına olduklarını belirtmişlerdir. Her ne kadar yazarlar bunu geçmişle ilgili nesnelere veya ortamlar açısından test etmemiş olsa da, şu ana kadar bahsedilen önceki bulgular bu kavramı desteklemektedir.

SONUÇ

Tüketici karar verme sürecinde nostalji, zorlayıcı bir değişken olabilir. Tüketiciler, kişisel, tarihsel ve kolektif nostaljiyle olan bağlantı sayesinde, markalardan onları bir ürünü satın almaya yönlendirebilecek teşvikler alırlar. Nostalji tetikleyicilerini ve bunların tüketici davranışlarıyla ilişkilerini anlayan pazarlamacılar için çok sayıda fırsat vardır. Tarihsel bir kökene sahip markalar, bir marka stratejisi olarak retro pazarlamadan yararlanmak için eşsiz bir fırsata sahiptir.

Retro pazarlama, retro markalamanın kullanımıyla birleştiğinde, markaya karşı kişisel veya tarihsel olarak nostaljik hissedilen tüketicilerde nostaljiyi uyandırmanın uygun maliyetli bir yolu olabilir. Ayrıca çeşitli araştırmalarca, nostaljiyi uyandırmak için müzik kullanımının etkili olduğu ve pazarlamacılar için kolektif bir kitleye ulaşmada taktiksel bir varlık olabileceği doğrulanmıştır. Retro pazarlama, pazarlamacıların gelecek yıllarda da yararlanabileceği ilginç bir kavramdır. Eski popüler tarzların ve ürünlerin yeniden canlanması devam ederken, bu trendden nasıl etkili bir şekilde yararlanılacağını anlamak işletmeler açısından hayati bir önem taşımaktadır. Pazarlamacılar, retro pazarlamayı kullanarak markalarında kişisel, tarihsel veya kolektif nostalji yoluyla bireylerin ilgisini çekecek benzersiz bir konum yaratabilirler.

KAYNAKÇA

- Bunch, C. Y. (2022). Nostalgia as a tactic for marketers: The use of retro marketing to entice consumer purchase. *Association of Marketing Theory and Practice Proceeding*, 8, 2-18.
- Brown, S., Kozinets, R. V., & Sherry, J. F. (2003). Sell me the old, old story: Retromarketing management and the art of brand revival. *Journal of Customer Behaviour*, 2(2), 133-147.
- Brown, S., Kozinets, R. V., & Sherry Jr, J. F. (2003). Teaching old brands new tricks: Retro branding and the revival of brand meaning. *Journal of Marketing*, 67(3), 19-33.

- Cattaneo, E., & Guerini, C. (2012). Assessing the revival potential of brands from the past: How relevant is nostalgia in retro branding strategies?. *Journal of Brand Management*, 19(8), 680-687.
- Grębosz, M., & Pointet, J. M. (2015). The “retro” trend in marketing communication strategy of global brands. *Journal of Intercultural Management*, 7(3), 119-132.
- Grębosz-Krawczyk, M., & Pointet, J. M. (2018). The strategy of nostalgic brand—experts'study. *Economic and Social Development: Book of Proceedings*, 135-142.
- Hirschman, E. (2006). Foodsigns on the highway of life: The semiotics of the diner. *ACR North American Advances*. 33, 607-612.
- Holbrook, M. B. (1993). Nostalgia and consumption preferences: Some emerging patterns of consumer tastes. *Journal of Consumer Research*, 20(2), 245-256.
- Macleod, D. (2011). *Coca Cola Celebrates 125 Years*.
- Merchant, A., & Rose, G. M. (2013). Effects of advertising-evoked vicarious nostalgia on brand heritage. *Journal of Business Research*, 66(12), 2619-2625.
- Merchant, A., Latour, K., Ford, J. B., & Latour, M. S. (2013). How strong is the pull of the past?: Measuring personal nostalgia evoked by advertising. *Journal of Advertising Research*, 53(2), 150-165.
- Park, S., Hwang, D., Lee, W. S., & Heo, J. (2020). Influence of nostalgia on authenticity, satisfaction, and revisit intention: the case of Jidong mural alley in Korea. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 21(4), 440-455.
- Pereira, V. C., Membiela-Pollán, M., & Sánchez, E. (2022). Nostalgia, Retro-Marketing, and Neuromarketing: An Exploratory Review. *Journal of Creative Industries and Cultural Studies: JOCIS*, (7), 107-126.
- Routledge, C., Wildschut, T., Sedikides, C., Juhl, J., & Arndt, J. (2012). The power of the past: Nostalgia as a meaning-making resource. *Memory*, 20(5), 452-460.
- Scola, Z., & Gordon, B. S. (2019). Exploring retro marketing with sport marketing professionals. *Sport, Business and Management: An International Journal*, 9(3), 284-300.
- Sedikides, C., Wildschut, T., Routledge, C., Arndt, J., & Zhou, X. (2013). Buffering acculturative stress and facilitating cultural adaptation: Nostalgia as a psychological resource. In *Understanding Culture*. Psychology Press. 361- 378.
- Slavich, M. A., Dwyer, B., & Hungenberg, E. (2019). Taken back at the ballgame: The impact of nostalgia within the minor league baseball spectator experience. *Journal of Sport Behavior*, 42(2), 200-224.

- Wiedmann, K. P., Hennigs, N., Schmidt, S., & Wuestefeld, T. (2011). Drivers and outcomes of brand heritage: Consumers' perception of heritage brands in the automotive industry. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), 205-220.
- Wildschut, T., Sedikides, C., Arndt, J., & Routledge, C. (2006). Nostalgia: content, triggers, functions. *Journal of Personality and Social Psychology*, 91(5), 975.
- Zhao, G., Li, W., Teng, L. and Lu, T. (2014), "Moderating role of consumer self-concept on the effectiveness of two nostalgia appeals", *Journal of Promotion Management*, 20, 1-19.

PREDICTIVE MODELING OF LOAN APPROVAL OUTCOMES: INSIGHTS AND APPLICATIONS

Prof. Sameer Jain

Faculty at NICMAR Business School, National Institute of Construction Management and Research (NICMAR) University, Pune, India

ABSTRACT

This research study delves into the realm of loan approval prediction, leveraging a comprehensive dataset encompassing a wide array of applicant-related variables, including loan parameters, credit scores, education, and asset holdings. The primary aim is to construct an effective predictive model to aid lending institutions in making informed decisions regarding loan applications. Furthermore, this study identifies key factors that significantly influence loan approval determinations, offering insights into prioritizing services for applicants with higher approval probabilities. The dataset employed in this study comprises critical financial information typically used to assess loan eligibility, such as CIBIL scores, income, employment status, loan terms, loan amounts, asset values, and loan status. Employing advanced machine learning and data analysis techniques, this research develops predictive models capable of estimating the likelihood of loan approval based on these features. Key findings reveal that a higher CIBIL score positively correlates with increased chances of loan approval, while a larger number of dependents diminishes approval probabilities. Additionally, applicants with more substantial assets, encompassing both movable and immovable holdings, are more likely to secure loan approval. Furthermore, individuals requesting higher loan amounts with shorter tenures exhibit greater odds of approval. The research employs machine learning models, including the Decision Tree Classifier and Random Forest Classifier, to forecast loan approval outcomes. These models yield impressive accuracies of 92.98% and 90.98%, respectively, with the Decision Tree Classifier outperforming the Random Forest Classifier within this context.

Keywords: Loan Approval Prediction; Credit Risk Assessment; Machine Learning Models; Financial Decision-Making; Lending Institutions

1. INTRODUCTION

In the contemporary financial landscape, the efficient and accurate evaluation of loan applications is of paramount importance to lending institutions. A number of factors connected to the applicant, including credit scores, income, loan terms, and asset holdings, interact in a complicated way while deciding whether to accept or reject a loan application. Accurate forecasting of loan approval results not only reduces credit risk but also guarantees that financial resources are utilized in the best possible way. Due to this, the current study aims to address this important problem by utilizing cutting-edge data analysis methods and machine learning models to provide a predictive framework for loan acceptance.

The primary objective of this work is to develop predictive models that help lending institutions assess the probability of loan acceptance using a large dataset that includes a variety of

applicant-related information. This research intends to improve the decision-making processes of banks and financial institutions in order to enable them to simplify operations, decrease human labour, and give priority services to applicants with a higher likelihood of loan acceptance. In order to achieve this goal, the study also aims to pinpoint important elements that have a substantial impact on loan approval choices, illuminating the crucial elements that lenders should consider when assessing loan applications. Researchers and financial professionals have given the creation of predictive models for loan acceptance a lot of attention. Based on application characteristics, these algorithms calculate the likelihood of loan acceptance using past data. In order to develop precise prediction models, a number of machine learning approaches, such as Decision Trees, Random Forests, Logistic Regression, and Neural Networks, have been used (Jiang & Wei, 2018; Thomas & Indirubin, 2019). These models have proven to have the ability to considerably increase the effectiveness of the loan approval process and lower the risk of defaults. A well-established factor in loan acceptance is creditworthiness as determined by credit scores (Agarwal & Tufano, 2018). Higher credit scores are often viewed as less hazardous and increase the likelihood that loan applications will be accepted. Also crucial in loan acceptance choices are income and work status (Mester & Nakamura, 2018). Applicants with steady job and enough money to cover their repayment commitments often receive preference from lenders. The value of applicants' assets has been acknowledged as a significant determinant in loan acceptance decisions in addition to conventional criteria (Barr, 2020). Applicants with significant assets, such as real estate holdings and liquid assets, are frequently viewed as being in a more solid financial situation and may be granted loans with more advantageous conditions. The accuracy of loan approval projections has shown incredible potential when using machine learning approaches. Widely used in this setting are decision tree models, which are renowned for being easy to understand and utilize (Mishra et al., 2017). Due to its capacity to manage complicated data patterns, Random Forests, an ensemble learning approach, have also grown in favor (Huang et al., 2018). These machine learning models provide an efficient way to combine several factors in order to make complex and informed loan approval choices.

A machine learning technique called a decision tree classifier is utilized for both classification and regression tasks. It creates a model in the shape of a tree-like structure, where a leaf node represents the result (a class label in classification or a numeric value in regression), an edge indicates a decision rule, and an inside node represents a feature or attribute. A decision tree classifier, when used for classification tasks, recursively divides the dataset into subsets based on the values of input features until it reaches leaf nodes, where the final class label is assigned based on the majority class of the instances within that leaf (Breiman et al., 1984).

2. RESEARCH METHODOLOGY

1. Data Collection: The thorough data gathering is the initial phase in this study process. A dataset will be created that contains numerous applicant-related factors, such as loan terms, credit ratings, educational background, and asset holdings. This dataset will be derived from historical records kept by lending institutions, guaranteeing that it includes a representative sample of loan applications and results.

2. Data Pre-processing: Pre-processing will be used to tidy up and get the acquired data ready for analysis. This process comprises dealing with missing values, outliers, and, if necessary, data encoding. Techniques for standardization and normalization will be used to guarantee the dataset's consistency.

3. Exploratory Data Analysis (EDA) To learn more about the dataset, exploratory data analysis will be done. To comprehend the distribution of the variables, spot patterns, and evaluate the links between the variables, descriptive statistics, visualizations, and correlation analysis will be employed. EDA will be extremely important in locating possible influencing elements.

4. Feature Selection: In order to pinpoint the most pertinent elements that substantially affect loan approval decisions, feature selection approaches will be used. To choose a subset of features for model development, methods such feature importance from machine learning models or statistical tests will be applied.

5. Model Development: Predictive models will be created using cutting-edge machine learning methods, notably the Decision Tree Classifier and Random Forest Classifier. The pre-processed dataset will be used to train these models, and hyperparameter adjustment will be done to enhance their performance.

6. Model Evaluation: The accuracy, precision, recall, F1-score, and support of the assessment metrics used to evaluate the performance of the prediction models will be used. To make certain that the models generalize effectively to new data, cross-validation techniques will be used.

7. Interpretation of Findings: Key findings, such as the impact of variables on loan approval decisions, will be interpreted. Insights gained from the models will be used to understand which factors influence approval probabilities and how they interact with each other.

8. Ethical Considerations: Ethical considerations will be addressed, including data privacy, fairness, and bias. Steps will be taken to ensure that the research and its applications do not perpetuate discrimination or unfair practices in lending.

9. Practical Application: The research findings and predictive models will be practically applied to lending institutions. Guidelines for using the models to assess loan approval probabilities will be developed, and recommendations for prioritizing services to applicants with higher approval probabilities will be provided.

Step 1: Obtain the dataset and load the data using 'Python' tool.

Step 2: Explore, clean and pre-process the data.

Attributes Name and their Description

- loan_id: A unique identifier for each loan application.
- no_of_dependents: The number of dependents of the applicant.
- education: The education level of the applicant.
- self_employed: A binary indicator of whether the applicant is self-employed (yes/no).

- `income_annum`: The annual income of the applicant.
- `loan_amount`: The loan amount requested by the applicant.
- `loan_tenure`: The tenure of the loan requested by the applicant, measured in years.
- `cibil_score`: The CIBIL score of the applicant, a credit score used for assessing creditworthiness.
- `residential_asset_value`: The value of the residential asset owned by the applicant.
- `commercial_asset_value`: The value of the commercial asset owned by the applicant.
- `luxury_asset_value`: The value of the luxury asset owned by the applicant.
- `bank_assets_value`: The value of the bank assets owned by the applicant.
- `loan_status`: The status of the loan application, which can be either "Approved" or "Rejected."

Step 3: Data Pre-processing

```
In [3]: # Checking the shape of the dataset
df.shape
```

```
Out[3]: (4269, 13)
```

The dataset consists of 4,269 rows and 13 columns, with a total of 55,497 records. To streamline the data for analysis, the unnecessary "loan_id" column, which serves as an identifier, will be removed.

```
df.drop(columns='loan_id', inplace=True)
```

```
# Checking for null/missing values
df.isnull().sum()
```

```
no_of_dependents      0
education              0
self_employed         0
income_annum          0
loan_amount           0
loan_term             0
cibil_score           0
residential_assets_value 0
commercial_assets_value 0
luxury_assets_value   0
bank_asset_value      0
loan_status           0
dtype: int64
```

Checking the data types of the columns

```
# Checking the data types of the columns
df.dtypes
```

```
no_of_dependents      int64
education             object
self_employed         object
income_annum          int64
loan_amount           int64
loan_term             int64
cibil_score           int64
residential_assets_value int64
commercial_assets_value int64
luxury_assets_value   int64
bank_asset_value      int64
loan_status           object
dtype: object
```

The dataset includes four types of assets: Residential, Commercial, Luxury, and Bank. These assets are being categorized into two groups: Movable assets and Immovable assets.

Specifically, Residential and Commercial assets are classified as Immovable assets, while Luxury and Bank assets are categorized as Movable assets.

Step 4: Descriptive Statistics provide a summary of key characteristics for each variable in a dataset. These descriptive statistics offer a snapshot of the central tendencies and variability of the specified variables in the dataset. They provide valuable insights into the characteristics and distributions of the data.

	no_of_dependents	income_annum	loan_amount	loan_term	cibil_score	Movable_assets	Immovable_assets
count	4269.000000	4.269000e+03	4.269000e+03	4269.000000	4269.000000	4.269000e+03	4.269000e+03
mean	2.498712	5.059124e+06	1.513345e+07	10.900445	599.936051	2.010300e+07	1.244577e+07
std	1.695910	2.806840e+06	9.043363e+06	5.709187	172.430401	1.183658e+07	9.232541e+06
min	0.000000	2.000000e+05	3.000000e+05	2.000000	300.000000	3.000000e+05	-1.000000e+05
25%	1.000000	2.700000e+06	7.700000e+06	6.000000	453.000000	1.000000e+07	4.900000e+06
50%	3.000000	5.100000e+06	1.450000e+07	10.000000	600.000000	1.960000e+07	1.060000e+07
75%	4.000000	7.500000e+06	2.150000e+07	16.000000	748.000000	2.910000e+07	1.820000e+07
max	5.000000	9.900000e+06	3.950000e+07	20.000000	900.000000	5.380000e+07	4.660000e+07

Figure 1: Descriptive Statistics

Step 5: Exploratory data analysis: During the exploratory data analysis phase, we'll concentrate on a few crucial elements. In order to understand how the data is distributed and its central trends, we will first look at how the data is distributed across the variables. The correlations between the independent variables and the target variable will next be examined in order to better understand how the predictors affect the desired outcome. We'll also examine the correlations between the variables to look for any patterns or dependencies. I will depict the dataset visually using data visualization tools so that I may look for potential trends and patterns in the data. These visualizations will be an effective tool for uncovering obscure information and developing a better comprehension of the traits and behavior of the dataset.

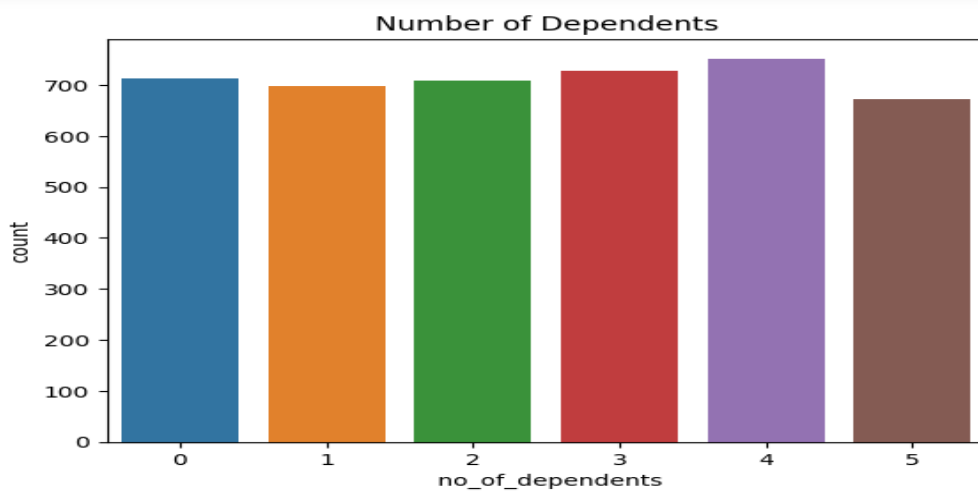


Figure 2: Number of Dependents

The distribution of dependent people connected to loan applications is shown in the graph. A noteworthy finding from the data is that dependents are distributed in a manner that is generally

consistent, with applicants who have 4 and 3 dependents having a little larger concentration than those in other categories. It is crucial to keep in mind that the applicant's discretionary income tends to decline as the number of dependents grows. Consequently, it is reasonable to hypothesize that applicants with 0 or 1 dependent may have a higher likelihood of loan approval, given their potentially higher disposable income.

Box-plot and violin plot between Education and Income:

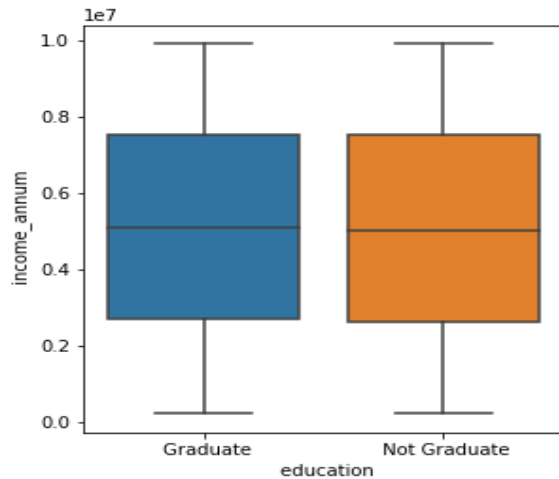


Figure 3a: Box-Plot

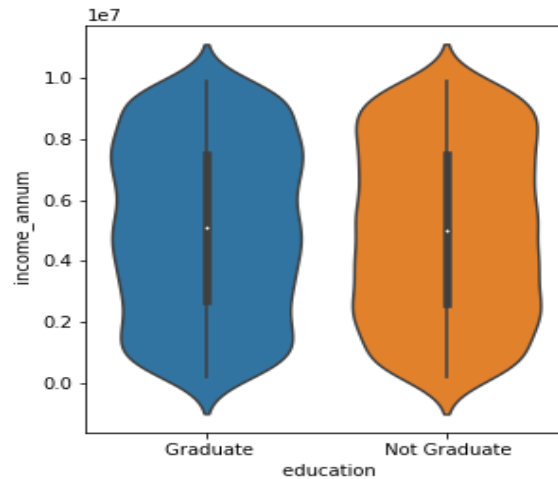


Figure 3b: Violin-Plot

The pair of visualizations, comprising both a boxplot and a violin plot, offers an insightful portrayal of the relationship between the education levels of loan applicants and their annual income. Examining the boxplot, a notable observation emerges: both graduates and non-graduates exhibit nearly identical median incomes, with only a marginal increase in income among the graduates. Furthermore, the violin plot illustrates the income distribution among these two groups. It becomes apparent that non-graduate applicants display a relatively even distribution of income, spanning the range from 2,000,000 to 8,000,000. In contrast, among the graduate applicants, the distribution is more skewed, with a higher concentration falling within the income range of 6,000,000 to 8,000,000. Given the limited disparity in annual income between graduates and non-graduates, it is reasonable to infer that education level may not exert a significant influence on loan approval decisions.

Line Graph for Loan Amount and Tenure: The presented line plot effectively illustrates the relationship between loan amount and loan tenure. Notably, it reveals that for loan tenures ranging from 2.5 to 7.5 years, the loan amount tends to fall within the range of 1,400,000 to 15,500,000. However, a notable departure from this trend is observed for loan tenures of 10 years, where the loan amount experiences a significant increase, indicating a distinct lending pattern for this specific tenure duration.

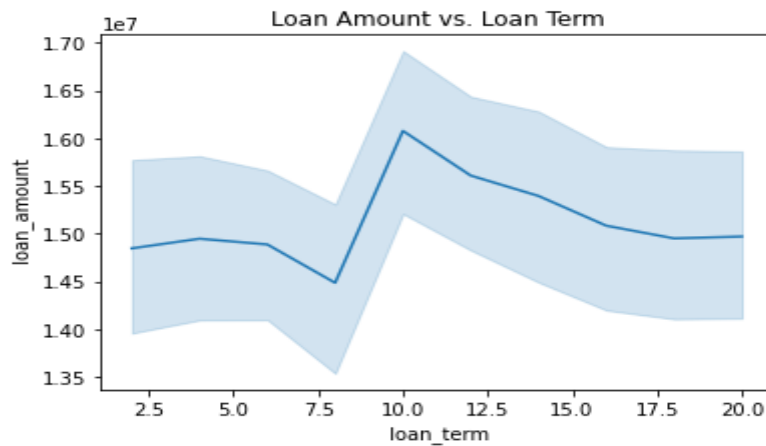


Figure 4: Line Graph between loan amount and tenure

CIBIL Score Distribution:

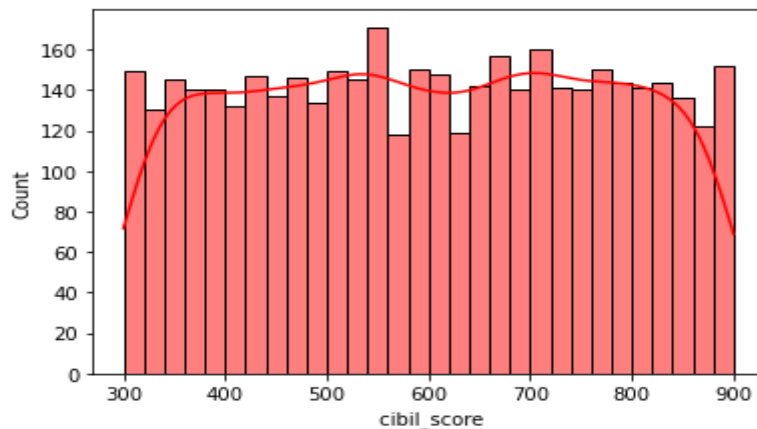


Figure 5: CIBIL Score Distribution

Before delving into an analysis of individual CIBIL scores, it is essential to understand the CIBIL score ranges and their corresponding meanings. The CIBIL score, a numerical indicator, is categorized as follows:

- 300-549: This range is associated with a "Poor" credit score, indicating a higher risk profile for the individual.
- 550-649: Falling within this range suggests a "Fair" credit score, reflecting a somewhat improved but still relatively risky credit history.
- 650-749: A credit score within this range is considered "Good," indicating a more stable and reliable credit profile.
- 750-799: CIBIL scores in this range are labelled as "Very Good," signifying a strong credit history and lower credit risk.
- 800-900: The highest range, from 800 to 900, is categorized as "Excellent," indicating an exceptional credit history and the lowest credit risk.

Source: <https://www.godigit.com/finance/credit-score/ranges-of-credit-score>

These score ranges provide a standardized framework for evaluating an individual's creditworthiness, helping lenders make informed decisions regarding loan approvals and interest rates.

Referring to the table outlining CIBIL score categories, it becomes evident that a significant portion of customers possesses CIBIL scores below 649, a factor that can potentially hinder the approval of their loan applications. Conversely, there is a notable presence of applicants with CIBIL scores exceeding 649, a positive indicator for the bank. This specific segment of customers presents an opportunity for the bank to target and offer priority services. Additionally, the bank can consider extending special offers and discounts to incentivize these individuals to choose the bank for their loan needs. Based on this observation, a hypothesis can be formulated: Customers with CIBIL scores above 649 are more likely to have their loan applications approved. This hypothesis reflects the potential correlation between a higher credit score and a greater likelihood of loan approval, serving as a valuable insight for the bank's lending strategies.

Line Graph between Loan amount & Loan Term Vs Loan Status:

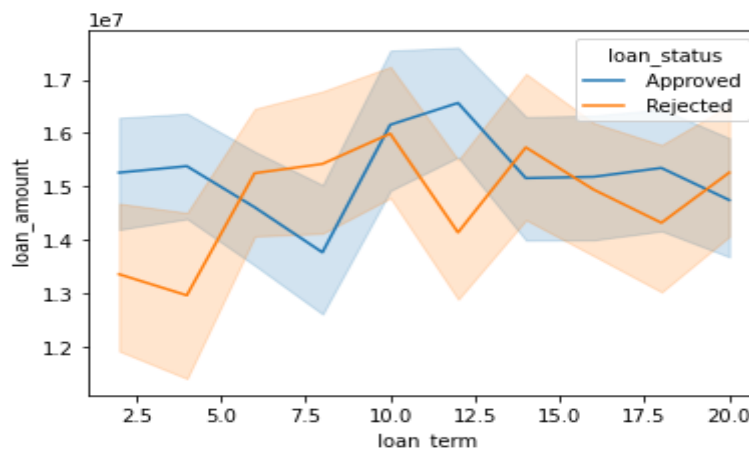


Figure 6: Line Graph between Loan amount & Loan Term Vs Loan Status

The depicted graph effectively illustrates the interplay between loan amount, loan tenure, and loan status. A notable trend emerges as approved loans typically exhibit higher loan amounts paired with shorter repayment tenures. Conversely, rejected loans often feature lower loan amounts coupled with longer repayment tenures. This pattern could potentially stem from the bank's lending policies, which might incline towards rejecting loans with extended repayment durations. Additionally, loans with lower amounts may be subject to rejection, possibly because they may not align with the bank's profitability criteria.

Correlations Matrix Heatmap:

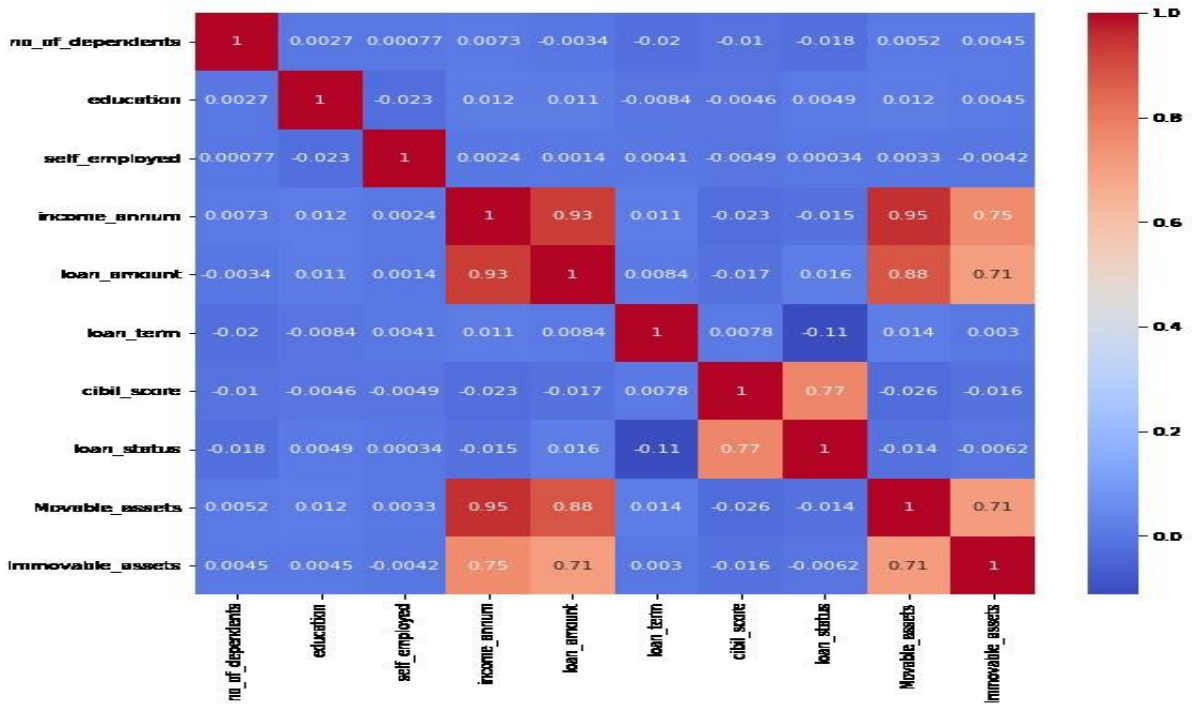


Figure 7: Correlations Matrix Heatmap

The correlation matrix heatmap reveals several notable strong correlations within the dataset:

- **Movable Assets and Immovable Assets:** These two variables exhibit a strong positive correlation, which is logical since both belong to the category of assets. It's expected that individuals with higher movable assets may also possess higher immovable assets and vice versa.
- **Income and Movable Assets:** There is a strong positive correlation between income and movable assets, which is reasonable because individuals with greater income tend to accumulate more assets.
- **Income and Immovable Assets:** Similarly, income and immovable assets show a strong positive correlation, indicating that higher income is associated with higher immovable assets.
- **Movable Assets and Loan Amount:** Movable assets and loan amount are positively correlated, suggesting that applicants with more movable assets may request higher loan amounts.
- **Immovable Assets and Loan Amount:** Similarly, immovable assets and loan amount also exhibit a positive correlation, indicating that individuals with substantial immovable assets may seek larger loans.
- **Loan Status and CIBIL Score:** The correlation between loan status and CIBIL score highlights that a higher CIBIL score is positively associated with loan approval, which aligns with expectations.
- **Loan Amount and Income:** There is a correlation between loan amount and income, suggesting that applicants with higher incomes may request larger loan amounts.

The strong correlation between assets and income is logical, as individuals with higher incomes often accumulate more assets. Further exploration will focus on the relationships between assets and loan amounts, as well as income and loan amounts. The analysis of the correlation between loan status and CIBIL score has already been addressed in the previous section.

Step 6 and 7: Feature Selection and Model Building

For model building, I will employ two machine learning models to predict loan approval status:

- Decision Tree Classifier
- Random Forest Classifier

These models will be instrumental in evaluating and forecasting the outcomes of loan approval based on the dataset's features and patterns.

To facilitate model training and evaluation, we performed a train-test split using the `train_test_split` function. The dataset was divided into two subsets:

- `X_train`: The training set, containing the predictor variables (excluding the 'loan_status' column).
- `X_test`: The testing set, also comprising predictor variables.

Additionally, two corresponding sets were created to store the target variable, 'loan_status':

- `y_train`: The target values for the training set.
- `y_test`: The target values for the testing set.

The split allocated 20% of the data to the testing set, ensuring that model evaluation can be conducted independently on this portion. A random seed value of 42 was used for reproducibility.

Step 8: Model Evaluation:

Confusion Matrix: The confusion matrix is a table that is commonly used to evaluate the performance of a classification model. It provides a breakdown of the predicted and actual class labels for a classification problem. In a binary classification scenario (two classes: positive and negative), the confusion matrix typically consists of four values:

- **True Positive (TP):** This refers to the count of instances that the model correctly predicted as positive. In other words, it represents the number of cases where the model made a positive prediction, and the actual outcome was indeed positive.
- **True Negative (TN):** This signifies the count of instances that the model correctly predicted as negative. It corresponds to the number of cases where the model accurately predicted a negative outcome, and the actual result was indeed negative.
- **False Positive (FP):** This represents the number of instances that the model incorrectly predicted as positive when, in reality, they were negative. It's also commonly referred to as a Type I error, indicating the model's tendency to generate false positive predictions.

- **False Negative (FN):** This denotes the count of instances that the model inaccurately predicted as negative when, in fact, they were positive. It's often referred to as a Type II error, indicating the model's failure to identify positive cases correctly.

Mathematically, the confusion matrix can be represented as follows:

		Predicted	
		Negative (N) -	Positive (P) +
Actual	Negative -	True Negative (TN)	False Positive (FP) Type I Error
	Positive +	False Negative (FN) Type II Error	True Positive (TP)

Figure 8: Confusion Matrix

Source: <https://medium.com/analytics-vidhya/what-is-a-confusion-matrix-d1c0f8feda5>

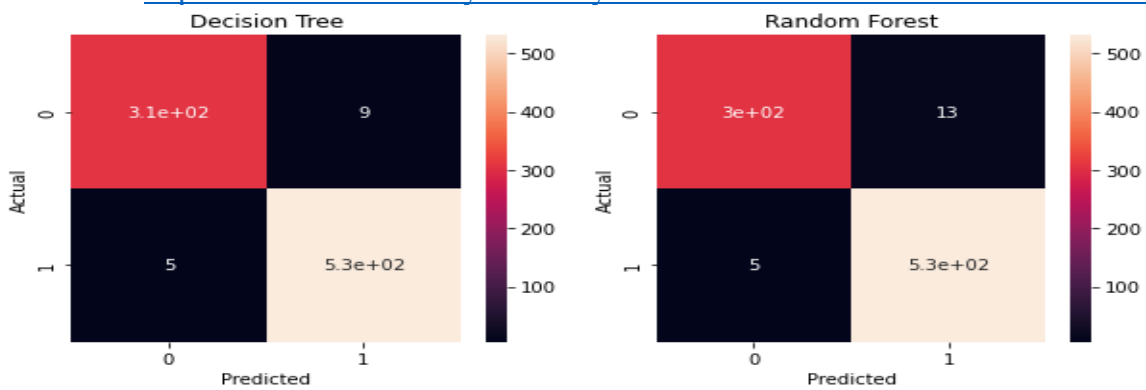


Figure 9: Confusion Matrix for Decision Tree and Random Forest Classifier

The presented confusion matrix heatmap provides a visual representation of the true positive (TP) and true negative (TN) value counts for both machine learning models. In the case of the Decision Tree Classifier, there are only 14 instances of false positives and false negatives combined. Conversely, the Random Forest Classifier exhibits 18 false positive and false negative values. This observation indicates that the Decision Tree Classifier demonstrates a superior accuracy rate compared to the Random Forest Classifier, as it has a lower combined count of misclassifications.

Distribution Plot:

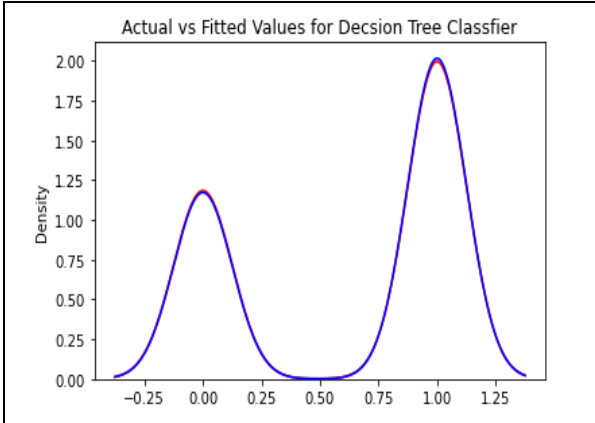


Figure 10a: Actual vs Fitted Values for Decision Tree Classifier

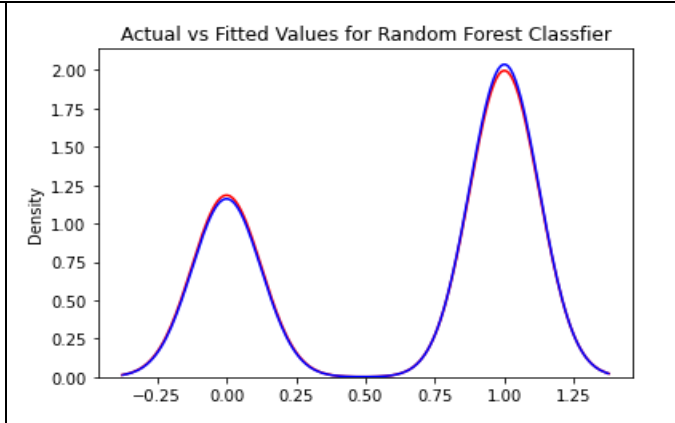


Figure 10b: Actual vs Fitted Values for Random Forest Classifier

The distribution plots of both machine learning models exhibit a striking similarity, with nearly identical distribution densities of predicted and actual values in the Random Forest Classifier. However, a distinctive observation emerges in the case of the Decision Tree Classifier, where the distribution density of predicted values visibly overlaps with the distribution of actual values. Based on this analysis, it can be reasonably concluded that the Decision Tree Classifier outperforms the Random Forest Classifier for this dataset, as it closely aligns with the actual distribution of values, indicating a better fit and predictive accuracy.

Classification Report

Table 1: Classification Report

	Precision	Recall	f1-score	Support
0	0.98	0.97	0.98	318
1	0.98	0.99	0.99	536
accuracy			0.98	854
macro average	0.98	0.98	0.98	854
weighted average	0.98	0.98	0.98	854
	Precision	Recall	f1-score	Support
0	0.98	0.96	0.97	318
1	0.98	0.99	0.98	536
accuracy			0.98	854
macro average	0.98	0.97	0.98	854
weighted average	0.98	0.98	0.98	854

Decision Tree Classifier Accuracy:

R2 score: 0.9299

The coefficient of determination, often known as the R2 score, quantifies the percentage of the dependent variable's variation that can be predicted from the model's independent variables. A score of 0.9299 means that a significant portion of the variance in the data is explained by the

model, which is 92.99%, which is a high percentage. This may indicate that the model accurately represents the data.

Mean Squared Error (MSE): 0.0164

The average squared difference between expected and actual values is measured by MSE. An MSE of 0.0164 in this instance indicates that the squared difference between the anticipated and actual values is, on average, relatively tiny.

Mean Absolute Error (MAE): 0.0164

The average absolute difference between expected and actual values is measured by MAE. The model's predictions on average agree with the actual values, as shown by the MAE of 0.0164.

Random Forest Classifier:

R2 score: 0.9098

The R2 score for this model is 0.9098, indicating that it explains approximately 90.98% of the variance in the data. While slightly lower than the R2 score of Decision Tree, it's still a good fit for the data.

Mean Squared Error (MSE): 0.0211

The MSE for random forest is 0.0211, suggesting that, on average, the squared difference between predicted and actual values is slightly larger than in Decision Tree.

Mean Absolute Error (MAE): 0.0211

In comparison to Decision Tree, the MAE for Random Forest is 0.0211, suggesting that, on average, the model's predictions have a somewhat higher absolute deviation from the actual values.

In conclusion, both models seem to work well, with Decision Tree having a marginally higher R2 score and marginally lower MSE and MAE, suggesting it could be a little better fit for the data. The precise objectives of the research and any trade-offs between model complexity and interpretability should be considered while deciding between the two models, though.

3. RESULTS AND DISCUSSION

In conclusion, the exploratory data analysis has shed light on key factors influencing loan approval decisions. Based on our findings: CIBIL Score: Individuals with higher CIBIL scores are more likely to have their loan applications approved. Number of Dependents: Those with a greater number of dependents face reduced chances of loan approval. Assets: Applicants with a higher quantity of assets, including both movable and immovable assets, have an increased likelihood of loan approval. Loan Amount and Tenure: Those requesting higher loan amounts with shorter tenures tend to have greater odds of loan approval. Regarding the machine learning models employed, we utilized both the Decision Tree

Classifier and Random Forest Classifier. Both models exhibited excellent performance, achieving accuracies of 92.99% and 90.98%, respectively. However, it is noteworthy that the Decision Tree Classifier has yielded better results than the Random Forest Classifier in this context. These insights and model results provide valuable guidance to lending institutions, enabling them to enhance their loan approval processes and prioritize services for applicants with a higher likelihood of approval.

REFERENCES

- Agarwal, S., & Tufano, P. (2018). Credit market consequences of credit scores. *Journal of Financial Economics*, 130(3), 537-558.
- Atisattapong, W., Samaimai, C., Kaewdulduk, S., & Duangdum, R. (2018). Data mining for automated assessment of home loan approval. In *Communications in Computer and Information Science* (pp. 11–21). Cham: Springer International Publishing.
- Barr, M. S. (2020). Banking the Poor: Overdraft versus Asset-Based Credit. *Journal of Consumer Affairs*, 54(1), 118-148.
- Breiman, L., Friedman, J. H., Olshen, R. A., & Stone, C. J. (1984). *Classification and Regression Trees*. CRC Press.
- Blessie, D. E. C., Department of MCA, Nehru College of Management, Coimbatore, Tamilnadu, India, Rekha*, R., & Department of MCA, Nehru College of Management, Coimbatore, Tamilnadu, India. (2019). Exploring the machine learning algorithm for prediction the loan sanctioning process. *International Journal of Innovative Technology and Exploring Engineering*, 9(1), 2714–2719. doi:10.35940/ijitee.a4881.119119
- Jiang, B., & Wei, J. (2018). Personal Loan Risk Prediction. In *2018 IEEE International Conference on Data Mining (ICDM)* (pp. 867-872). IEEE.
- Hastie, T., Tibshirani, R., & Friedman, J. (2009). *The Elements of Statistical Learning: Data Mining, Inference, and Prediction*. Springer.
- Huang, Y., Lee, C., & Huang, W. (2018). Loan Approval Prediction Using Random Forest. In *Proceedings of the 10th International Conference on Ubiquitous Information Management and Communication* (p. 26). ACM.
- Mester, L. J., & Nakamura, L. I. (2018). Supervisory actions on banks and the severity of the financial crisis: Do capital requirements matter?. *Journal of Financial Intermediation*, 35, 45-59.
- Mishra, A., Nigam, A., & Chawla, K. (2017). Predictive Modeling in Banking: Predicting Loan Approval for Home Loans using various Machine Learning Techniques. *Procedia Computer Science*, 132, 1075-1082.
- Mridha, K., Barua, D., Shorna, M. M., Nouman, H. N., Kabir, M. H., & Singh, A. V. (2022). Credit approval decision using machine learning algorithms. *2022 10th International Conference on Reliability, Infocom Technologies and Optimization (Trends and Future Directions) (ICRITO)*. IEEE.
- Ndanusa, I. H., Adepoju, S. A., & Ojerinde, A. O. (2022). Consensus based bank loan prediction model using aggregated decision making and cross fold validation

techniques. 2022 5th Information Technology for Education and Development (ITED). IEEE.

- Thomas, K., & Indirubin, J. (2019). Predicting Loan Defaulters Using Machine Learning Techniques. In 2019 International Conference on Advances in Computing and Communication Engineering (ICACCE) (pp. 1-6). IEEE.
- Tumuluru, P., Burra, L. R., Loukya, M., Bhavana, S., CSaiBaba, H. M. H., & Sunanda, N. (2022). Comparative analysis of customer loan approval prediction using machine learning algorithms. 2022 Second International Conference on Artificial Intelligence and Smart Energy (ICAIS). IEEE.

MESLEK MENSUBU OLMA YOLUNDA, MUHASEBE STAJYERLERİNİN STAJYERLİK SÜRECİNE BAKIŞI: HATAY ÖRNEĞİ¹

Prof. Dr., Seyfettin ÜNAL

Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, - 0000-0002-6248-4317

SMMM, Şükran ELİTAŞ

DPÜ, İşletme Tezsiz YL Programı, - 0009-0005-8129-0365

ÖZET

Sanayi devriminin başlangıcından yaklaşık 200 yıl sonra, özellikle bu süreci tamamlayan gelişmiş ülkelerde iş ve ekonomi hayatı yeni bir noktaya evrilmiştir. Sanayi ürünü ağır makinelerin tasarım, üretim ve işletilmesi de dahi olmak üzere, hizmetler sektörü ekonominin büyük bölümünü oluşturmaya başlamıştır. Bilhassa son 30 yılda, bilgi-iletişim (bilişim) teknolojilerindeki hızlı gelişmeyle birlikte, nitelikli işgücüne olan ihtiyaç artmıştır. Bu bağlamda, teorik ağırlıklı eğitim hayatının eksik kalan pratik kısmını tamamlama noktasında stajyerlik müessesesi önem kazanmıştır. Muhasebe mesleğinde staj, aday meslek mensuplarını mesleğe hazırlamak, bilgi ve becerilerini geliştirmek, meslek bilinci oluşturmak amacıyla, adaylara bu değerlerin kazandırıldığı bir süreçtir. Bu çalışmanın amacı, profesyonel muhasebe mesleğine adım atmadan önce geçen stajyerlik sürecine ilişkin adayların bakışını değerlendirerek, süreçte yaşanan sorunları saptamak ve çözüm önerileri sunmaktır. Bu amaç doğrultusunda, stajyer meslek mensuplarına yönelik bir anket uygulaması gerçekleştirilmiştir. Söz konusu uygulama Hatay ilindeki SMMM odasına kayıtlı stajyer meslek mensuplarını kapsamakta olup; katılımcıların demografik, mesleki tatmin ve mesleğe yönelik düşüncelerini tespit etmeye yönelik anket soruları yöneltilmiştir. Ayrıca, katılımcıların mesleki mutlulukları ile mesleğe yönelik düşünceleri arasındaki ilişki de analize tabi tutulmuştur. Araştırma bulgularına göre, Hatay ilindeki stajyer meslek mensuplarında muhasebe mesleğini seçtiği için mutlu olanların oranı yüksektir. Katılımcılar, bir takım zorluklara rağmen, mesleğin geleceğini çok parlak görmekte ve staj sonrasında kariyerlerine SMMM olarak devam etmek istemektedirler.

Anahtar Kelimeler: Stajyer, Muhasebeci, Mesleki tatmin

1. GİRİŞ

Bir ülkedeki tüm ekonomik birimlerin faaliyetlerinin kayıt altında olmasına ihtiyaç duyulmaktadır. Söz konusu gereklilik, mikro anlamda her bir ekonomik birimin kendi faaliyetlerini etkin ve verimli bir biçimde yürütmesi adına elzem olduğu kadar; ülkenin

¹ Ülkemizin 6 Şubat 2023'te yaşadığı deprem felaketi öncesinde hazırlamaya başladığımız bu çalışmayı, depremde hayatını kaybeden ve yaralananlar başta olmak üzere, tüm depremzede insanlarımıza ithaf ediyoruz. Hayatını kaybedenlere rahmet, geride kalanlara sağlıklı bir ömür dileriz.

makroekonomik kalkınması ve gelişmenin sağlıklı bir biçimde sağlanabilmesi adına da oldukça önemlidir. İnsanoğlu çok eski çağlardan bu yana pek çok veriyi kayıt altına almayı sürdürülmüştür. Günümüzde, gelişmiş ülkelerin diğerleriyle aralarındaki farklılığı yaratan önemli unsurlardan birisinin, sağlıklı veri kayıtları ve bunlara dayalı yürütülen istatistiksel analizler sayesinde, her hangi bir alandaki tüm süreçlerin doğru yönetilmesi, yönlendirilmesi ve yanlışlıkların daha hızlı ve etkin çözümler geliştirilerek düzeltilmesine imkân sağlanması olduğu iddia edilebilir. Bu bağlamda, gerek ekonomik altyapının kaynakların daha etkin tahsisine olanak verecek şekilde yönetilmesi gerekse ekonomik birimlerin etik olarak doğru biçimde faaliyet göstermesine yönelik olarak, otoritenin denetim ve gözetim görevlerini daha etkin ve sağlıklı gerçekleştirmesinin sağlanması adına, veri kayıtları bir hayli önem taşımaktadır.

Muhasebe, ekonomik faaliyet yürüten işletmelerin finansal nitelikteki her türlü işlemlerini sınıflayan, kaydeden, özetleyerek raporlar halinde sunan ve sonuçlarını analiz eden bir bilim dalıdır. Geçmiş çok eskilere dayanan muhasebe mesleği, yıllar boyunca mesleki, hukuki ve uygulama açısından pek çok değişime uğramıştır. Dolayısıyla, Türkiye’de de gerek muhasebe mesleği gerekse meslek mensubu söz konusu gelişmelerden etkilenmiştir. Ülkemizde, muhasebe mesleği kendine özgü yasaya 34 yıl önce kavuşmuştur. Geçen sürede muhasebe mesleğinin kökleşmesi adına tüm paydaşlar tarafından sağlanan katkılarla önemli adımlar atılmıştır. Bütün bunların sonucunda, muhasebe mesleğine yönelik ilgide önemli bir artış gözlenmiştir.

Stajyerlik, bir mesleki kariyere adım atmanın ilk aşaması olarak değerlendirilebilir. Zira teorik eğitimin, uygulamalı olarak yerinde ve bizzat tecrübe edilerek tamamlanması bir hayli önem taşımaktadır. Pek çok meslekte bu bir zorunluluk olmamakla birlikte; bazı mesleklerde ise stajyerlik zorunlu bir aşama olarak karşımıza çıkmaktadır. Muhasebe stajyerliği, söz konusu zorunlu alanlardan birisini teşkil etmektedir. Araştırmada, Hatay ilindeki SMMM odasına kayıtlı stajyer meslek mensuplarını yönelik anket uygulaması yürütülmüştür. Katılımcıların demografik, mesleki tatmin ve mesleğe yönelik düşüncelerini tespit etmeye yönelik anket soruları yöneltilmiştir. Ayrıca, katılımcıların mesleki mutlulukları ile mesleğe yönelik düşünceleri arasındaki ilişki de analize tabi tutulmuştur. Çalışmanın takibeden bölümünde literatüre değinildikten sonra alt başlıklar halinde deneysel uygulamaya ilişkin bulgular sunulacaktır. Sonuçlar ve değerlendirmenin ardından genel değerlendirme ve sonuçlar başlığı ile çalışma sonlanmaktadır.

2. LİTERATÜR

Pek çok iş kolunda ve mesleki kariyerde staj konusu isteğe bağlı bir durum teşkil etmektedir. Fakat özellikle kritik ve geniş kitleleri hayati biçimde etkileme durumu söz konusu olan bazı meslek dallarında staj uygulaması kamu otoritesi tarafından bir zorunluluk olarak getirilmektedir. Yazıt’a (2013) göre, eğitimin tamamlanmasından sonraki en önemli süreç olarak nitelendirilebilecek olan stajdan hedeflenen, gelecekte ilgili sektörde görev alacak olan meslek adaylarının bilinçlendirilmesi ve adaylara gerekli bir takım alışkanlıkların kazandırılmasıdır. Eğitim sırasında veya mezuniyet sonrasında öğrencilerin edindikleri bilgileri uygulamaya geçirmeleri ve kendilerini geliştirmeleri ancak staj ile mümkün olabilmektedir.

Demir'in (2001) ifade ettiği üzere, eğitimi tamamlayan öğrencilerin, uygulama bilgilerinin olmaması, işe yönelik bir korku ve endişe yaşamalarına neden olmaktadır.

Dünyadaki stajyerlik uygulamaları incelendiğinde Avrupa Birliği, Avustralya, Japonya, ABD gibi bazı gelişmiş ülkeler arasında farklılıklar olduğu gözlemlenmektedir. Avrupa Birliği ve İngiltere arasındaki farklılıkların yanı sıra, Birlik içerisinde yer alan ülkelere örnek, Fransa ve Almanya arasında dahi önemli farklılıklar olduğu görülmektedir. Uçar ve Özerbaş'a (2013) göre, Avrupa Birliği'nin büyük ekonomik güçlerinden olan Almanya'nın mesleki eğitim sistemi incelendiğinde, çıraklık okullarının diğer ülkelere göre daha yaygın olduğu dikkati çekmektedir. Japonya, İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra mesleki eğitim sistemini, Almanya'nın eğitim sistemini örnek alarak oluşturmuştur. Günümüzde, dünyada en başarılı mesleki eğitim sistemi olarak, bu iki mesleki eğitim sistemi ön plana çıkmaktadır.

Muhasebe mesleğini icra etme hakkını elde ederek mesleğe adım atmadan önce, şartları ve prosedürleriyle aday bekleyen hayli zorlu bir süreç söz konusudur. Eğitim ile ilgili temel şartları sağlayan aday; staj başlatma sınavı başvurusundan, stajını tamamlayarak yeterlilik sınavını başarıyla geçmeye kadar uzanan oldukça uzun ve çaba gerektiren aşamalar beklemektedir. Tüm bu uzun ve zorlu süreçte adayların maddi ve manevi anlamda yaşadıkları tecrübelerin incelenmesinin önemli olduğu değerlendirilmektedir. Zira adayların stajyerlik süreci başta olmak üzere, öncesi ve sonrasındaki deneyimlerinin kariyerlerinde etkili olması beklenebilecektir. Mesleklerine yönelik yaklaşımlarını şekillendirme noktasında kritik öneme sahip olan bu sürecin, mesleklerini etkin ve sağlıklı biçimde icra etmelerine yönelik olarak atılabilecek adımlara dair işaretler sunması söz konusudur. Böylelikle, gerek mesleki birlikleri oluşturan STK'ların gerekse politika yapıcısı olan kamu otoritelerinin mesleğe dönük şekillendirici politika ve uygulamalarına yön gösterici olabileceği değerlendirilmektedir.

Pek çok farklı mesleğe yönelik olarak, iş ve yaşam tatmini bağlamında gerçekleştirilen çok geniş bir literatür olduğu görülmektedir. Yaşam tatmini kavramı ele alındığında, kavramın pek çok faktörle etkileşiminin bulunduğu görülmektedir. Zira aileden işe, ekonomi veya finanstan öz-benliğe kadar farklı değişkenlerin yaşam tatmini ile ilişkisine rastlamak mümkündür. Öncü niteliği taşıyan araştırmasında Schultz (1975), ekonomi fakültesinden 238 öğretim üyesinin kendileri, işleri ve yaşamla ilgili tutumlarını incelemektedir. Bu amaca yönelik olarak, öğretim üyelerinin seçili karakteristikleri ile öz-benlikleri, iş ve yaşam tatmin düzeyleri arasındaki ilişkiyi araştırmaktadır. Araştırma bulguları, akademisyenlerin incelenen her üç tatmin değişkeni için de genel olarak tatmin olduklarını gösterirken; üç değişkenin de kendi aralarındaki ilişkinin varlığına işaret etmektedir.

Özdevecioğlu ve Aktaş (2007) bireyin yaşam tatmininin, mesleki bağlılık, kariyer bağlılığı ve örgütsel bağlılıktan nasıl etkilendiğini ölçerek; söz konusu etkileşimde, aile ve iş arasındaki çatışmanın aracılık rolünü araştırmaktadır. Turizm sektörü çalışanları üzerinde gerçekleştirdikleri araştırmanın sonuçları, incelenen üç bağlılık türü ile yaşam tatmini arasında pozitif bir ilişkinin var olduğunu yansıtmaktadır.

Polatçı (2015), evli akademik çalışanlar üzerinde yürüttüğü çalışmada, algılanan örgütsel ve sosyal desteğin yaşam tatmini üzerindeki etkisini ve olası etkide, iş tatmini ve evlilik düzeylerinin aracılık rolünü incelemektedir. Kullanılan verilerin yapısal eşitlik ve hiyerarşik

regresyon yöntemleri kullanılarak analiz edilmesi sonucunda elde edilen sonuçlar, evlilik tatminine kıyasla, iş tatmininin yaşam tatmini üzerinde daha büyük bir etkiye sahip olduğu gibi oldukça çarpıcı ve kayda değer bir durumu ortaya koymaktadır.

Bekmezci ve Mert (2018) öz-benlik anlamında iyi olma halinin ölçümünde, Diener vd. (1985) tarafından geliştirilen ve yaygın bir biçimde kullanılan Yaşam Tatmini Ölçeği (YTÖ)'nün Türkçe uyarlamasının geçerlik ve güvenilirliğini analiz etmektedir. Araştırma sonucunda, çalışanların tatmininin ölçülmesinde YTÖ'nün yeterli geçerlik ve güvenilirliğe sahip olduğu rapor edilmektedir.

Ünal ve Koyun (2020), finansal tutum ve yaşam tatmini ölçeklerinin, yaş, cinsiyet ve eğitim durumu gibi demografik faktörlerle olan ilişkisini araştırmıştır. Analizler, Bursa'daki KOBİ niteliğindeki bir imalat işletmesinin çalışanları üzerinde yürütülmüştür. Araştırma sonucunda, yaşam tatmini ölçeği ile yaş ve cinsiyet değişkenleri arasında ve finansal tutum ölçeği ile eğitim düzeyi ve cinsiyet değişkenleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkinin varlığına ulaşıldığı rapor edilmiştir.

3. DENEYSEL UYGULAMALAR

Çalışmada, stajyer meslek mensuplarının mesleğe hazırlık sürecindeki deneyimlerine ilişkin bilgi toplamak, mesleğe bakışlarını ve mesleğin geleceğine yönelik düşüncelerini tespit etmek amaçlanmıştır. Böylelikle, mesleğin yapı taşlarını oluşturan stajyerlerin geçirdikleri zorlu süreci daha yakından incelemek hedeflenmiştir. Bu amaçla, Hatay Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler Odasına kayıtlı Stajyer SMMM ve YMM'lere yönelik anket uygulaması gerçekleştirilmiştir. Anket çalışması, stajyer meslek mensupları arasından tesadüfi örneklem yoluyla seçilen 55 kişilik bir örneklem üzerinde yürütülmüştür. Anket sorularının hazırlanmasında Uzay (2005) ve Şen'in (2021) çalışmalarından faydalanılmıştır. Verilerin analizi SPSS 21.0 programı ile yapılmıştır ve %95 güven düzeyinde çalışılmıştır. Uygulamada, kategorik değişkenler için frekans ve yüzde değerleri hesaplanmış ve değişkenler arasındaki ilişki Ki-kare testi ile analiz edilmiştir. Analiz bulguları aşağıda sunulan sekiz alt başlık altında verilmiştir.

3.1. Demografik Özellikler

Örnekleme oluşturan katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin veriler aşağıda Çizelge 1'de sunulmaktadır.

Çizelge 1. Demografik Özellikler

		n	%
Stajın yapıldığı meslek mensubunun unvanı	SMMM	54	98,2
	YMM	1	1,8
Cinsiyet	Kadın	30	54,5
	Erkek	25	45,5
Yaş	30 yaş ve altı	33	60,0
	31 yaş ve üstü	22	40,0
Meslekteki deneyim yılı	1-5	39	70,9

	6-10	9	16,4
	11-15	4	7,3
	16 yıldan fazla	3	5,5
Eğitim düzeyi	Lisans	45	81,8
	Lisansüstü	10	18,2

Çizelge 1’de görüldüğü üzere, katılımcılardan SMMM yanında staj yapanların oranı %98,2; kadınların oranı %54,5; 30 yaş ve altı olanların oranı %60; mesleki tecrübesi 1-5 yıl olanların oranı %70,9; lisans mezunu olanların oranı %81,8’dir.

3.2. Mesleki Tatmin

Araştırmanın bu başlığı altında, katılımcıların mesleğe ilişkin düşüncelerini öğrenmeye yönelik sorular yöneltilmiştir. Çizelge 2’de katılımcıların söz konusu sorulara verdikleri cevaplar yer almaktadır.

Çizelge 2. Mesleki Tatmin

		n	%
Bu mesleği seçtiğim için	Mutluyum	43	78,2
	Mutsuzum	12	21,8
e-USE eğitimlerini izliyor musunuz?	Evet	44	80,0
	Hayır	11	20,0
Bu eğitimleri ne kadar faydalı buluyorsunuz?	Çok faydalı	6	10,9
	Faydalı	24	43,6
	Faydasız	25	45,5
Kazandırdıkları bakımından, okuldaki muhasebe eğitimi ve staj karşılaştırıldığında, hangisinin katkısı fazladır?	Okul	2	3,6
	Staj	43	78,2
	Eşit	10	18,2
TESMER’ in gönderdiği mailleri takip ediyor musunuz?	Evet	38	69,1
	Hayır	17	30,9
Günümüz şartlarında stajyer meslek mensuplarının en çok hangi alanda kendilerini geliştirmeleri gerektiğini düşünüyorsunuz?	Mevzuat	29	52,7
	Muhasebe Standartları	9	16,4
	Bilgisayar	15	27,3
Muhasebe mesleğini tercih ederken etkili olan kişi veya grup hangisiydi?	Yabancı dil	2	3,6
	Tamamen kendi kararım ve mesleki araştırmam	31	56,4
	Mesleğin içinde bulunan yakın çevremın telkinleri	14	25,5
	Aile bireylerinin telkinleri	3	5,5
Stajım süresince mesleği öğrenmek adına kendimi geliştirebiliyorum	Diğer	7	12,7
	Evet	53	96,4
	Hayır	2	3,6

Staj sürenizi yeterli buluyor musunuz?	Evet	52	94,5
	Hayır	3	5,5
Okuldaki muhasebe eğitimini yeterli buluyor musunuz?	Evet	17	30,9
	Hayır	38	69,1

Çizelge 2’de önplana çıkan bazı noktalar şöylece özetlenebilir. Stajyer meslek mensuplarının büyük bölümünün mesleği seçmekten mutlu oldukları görülmektedir. Diğer taraftan, iki farklı soruya verilen cevaplar bir birini teyit eder nitelikte olup; gerek okuldaki muhasebe eğitimini yeterli bulmayanların gerekse kazandırdıkları bakımından stajın katkısını okuldaki eğitimden daha fazla bulanların oranları hayli yüksektir.

3.3. Mesleğe Yönelik Düşünceler

Bu bölümde katılımcılara, mesleğe ve mesleğin geleceğine ilişkin sorular yöneltilmiş olup; sonuçlar Çizelge 3’de sunulmuştur.

Çizelge 3. Mesleğe Yönelik Düşünceler

	Kesinlikle katılıyorum		Katılıyorum		Kararsızım		Katılmıyorum		Kesinlikle katılmıyorum	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Mesleğin geleceği çok parlak	13	23,6	23	41,8	13	23,6	4	7,3	2	3,6
Mesleğin geleceği belirsiz	3	5,5	14	25,5	9	16,4	21	38,2	8	14,5
Muhasebe mesleğinde üretkenlik ve yaratıcılık bulunmamaktadır	3	5,5	13	23,6	9	16,4	22	40,0	8	14,5
Meslek mensubunun stajyerler üzerinde yaptırım gücü fazladır.	21	38,2	28	50,9	2	3,6	1	1,8	3	5,5

Çizelge 3’de görüldüğü üzere, katılımcılardan mesleğe yönelik olumlu bakış açısı taşıyanların oranı daha yüksek görünmektedir. Yanı sıra, meslek mensuplarının stajyerler üzerindeki yaptırım gücünü fazla görenlerin oranının bir hayli yüksek olması dikkat çekicidir.

3.4. Staj Sonrası Kariyer Düşüncesi

Staj sonrasına ilişkin kariyer düşüncelerini ortaya koymaya dönük olarak yöneltilen soruya katılımcıların verdikleri cevaplar Çizelge 4’te sunulmaktadır.

Çizelge 4. Staj Sonrası Kariyer Düşüncesi

	n	%	
Stajım bittikten sonra kariyerime	SMMM olarak devam etmek istiyorum	36	65,5
	Bağımsız Denetçi olmak istiyorum	6	10,9
	YMM olmak istiyorum	9	16,4
	Kararsızım	4	7,3

Çizelge 4’te görüleceği üzere, stajını tamamladıktan sonra aynı alanda mesleki kariyerini sürdürmek isteyenler çoğunluğu oluşturmaktadır.

3.5. Mesleki Mutluluk ile Mesleğe Yönelik Düşünceler Arasındaki İlişki

Bu bölümde, katılımcıların muhasebecilik mesleğini seçtikleri için mutlu olma durumları ile mesleğe ilişkin düşünceleri arasındaki ilişki incelenmiştir. Analiz bulgularına Çizelge 5’te yer verilmektedir.

Çizelge 5. Mesleki Mutluluk ile Mesleğe Yönelik Düşünceler Arasındaki İlişki

		Bu mesleği seçtiğim için				Ki-kare	p
		Mutluyum		Mutsuzum			
		n	%	n	%		
Mesleğin geleceği çok parlak	Kesinlikle katılıyorum	13	30,2	0	0,0	16,878	,001*
	Katılıyorum	21	48,8	2	16,7		
	Kararsızım	7	16,3	6	50,0		
	Katılmıyorum	1	2,3	3	25,0		
	Kesinlikle katılmıyorum	1	2,3	1	8,3		
Mesleğin geleceği belirsiz	Kesinlikle katılıyorum	1	2,3	2	16,7	9,329	,030*
	Katılıyorum	9	20,9	5	41,7		
	Kararsızım	6	14,0	3	25,0		
	Katılmıyorum	19	44,2	2	16,7		
	Kesinlikle katılmıyorum	8	18,6	0	0,0		
Muhasebe mesleğinde üretkenlik ve yaratıcılık bulunmamaktadır	Kesinlikle katılıyorum	1	2,3	2	16,7	4,966	,260
	Katılıyorum	9	20,9	4	33,3		
	Kararsızım	7	16,3	2	16,7		
	Katılmıyorum	19	44,2	3	25,0		
	Kesinlikle katılmıyorum	7	16,3	1	8,3		
Meslek mensubunun stajyerler üzerinde yaptırım gücü fazladır.	Kesinlikle katılıyorum	17	39,5	4	33,3	2,427	,684
	Katılıyorum	21	48,8	7	58,3		
	Kararsızım	1	2,3	1	8,3		
	Katılmıyorum	1	2,3	0	0,0		
	Kesinlikle katılmıyorum	3	7,0	0	0,0		
Stajım bittikten sonra kariyerime	SMMM olarak devam etmek istiyorum	28	65,1	8	66,7	7,648	,028*
	Bağımsız Denetçi olmak istiyorum	5	11,6	1	8,3		
	YMM olmak istiyorum	9	20,9	0	0,0		
	Kararsızım	1	2,3	3	25,0		

*p<0,05

Muhasebecilik mesleğini seçtiği için mutlu olma durumu ile mesleğin geleceği çok parlak ifadesine katılım arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır (p<0,05). Ayrıca, meslek seçiminden

dolayı mutlu olma durumu ile mesleğin geleceği belirsiz ifadesine katılım arasında anlamlı bir ilişkiye rastlanmıştır ($p<0,05$). Benzer şekilde, mesleği seçtiği için mutlu olma durumu ile staj sonrası kariyeri sürdürme arasında anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir ($p<0,05$).

3.6. Eğitim Düzeyi ile Mesleğe Yönelik Düşünceler Arasındaki İlişki

Çizelge 6’da, anket katılımcılarının eğitim düzeyi ile mesleğe yönelik düşünceleri arasındaki ilişkinin inceleme sonuçları sunulmaktadır.

Çizelge 6. Eğitim Düzeyi ile Mesleğe Yönelik Düşünceler Arasındaki İlişki

		Eğitim düzeyi				Ki-kare	p
		Lisans		Lisansüstü			
		n	%	n	%		
Mesleğin geleceği çok parlak	Kesinlikle katılıyorum	11	24,4	2	20,0	1,258	,918
	Katılıyorum	18	40,0	5	50,0		
	Kararsızım	10	22,2	3	30,0		
	Katılmıyorum	4	8,9	0	0,0		
	Kesinlikle katılmıyorum	2	4,4	0	0,0		
Mesleğin geleceği belirsiz	Kesinlikle katılıyorum	3	6,7	0	0,0	0,903	1,000
	Katılıyorum	11	24,4	3	30,0		
	Kararsızım	7	15,6	2	20,0		
	Katılmıyorum	17	37,8	4	40,0		
	Kesinlikle katılmıyorum	7	15,6	1	10,0		
Muhasebe mesleğinde üretkenlik ve yaratıcılık bulunmamaktadır	Kesinlikle katılıyorum	3	6,7	0	0,0	1,315	,903
	Katılıyorum	11	24,4	2	20,0		
	Kararsızım	8	17,8	1	10,0		
	Katılmıyorum	17	37,8	5	50,0		
	Kesinlikle katılmıyorum	6	13,3	2	20,0		
Meslek mensubunun stajyerler üzerinde yaptırım gücü fazladır.	Kesinlikle katılıyorum	16	35,6	5	50,0	2,414	,689
	Katılıyorum	24	53,3	4	40,0		
	Kararsızım	2	4,4	0	0,0		
	Katılmıyorum	1	2,2	0	0,0		
	Kesinlikle katılmıyorum	2	4,4	1	10,0		
Stajım bittikten sonra kariyerime	SMMM olarak devam etmek istiyorum	34	75,6	2	20,0	14,894	,001*
	Bağımsız Denetçi olmak istiyorum	3	6,7	3	30,0		
	YMM olmak istiyorum	4	8,9	5	50,0		
	Kararsızım	4	8,9	0	0,0		

* $p<0,05$

Eğitim düzeyi ile mesleğe yönelik düşünceler arasındaki ilişkinin incelenmesine yönelik gerçekleştirilen ve sonuçları Çizelge 6’da sunulan Ki-kare testine göre, yalnızca bir tek

istatistiksel anlamlı ilişkiye rastlanmıştır. Buna göre, eğitim düzeyi ile stajı tamamladıktan sonra kariyeri sürdürme arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ($p<0,05$).

3.7. Okuldaki Muhasebe Eğitimi ile Mesleğe Yönelik Düşünceler Arasındaki İlişki

Okuldaki muhasebe eğitimini yeterli bulma durumu ile mesleğe yönelik düşünceler arasındaki ilişkinin inceleme sonuçları Çizelge 7’de sunulmaktadır.

Çizelge 7. Okuldaki Muhasebe Eğitimi ile Mesleğe Yönelik Düşünceler Arasındaki İlişki

		Okuldaki muhasebe eğitimini yeterli buluyor musunuz?				Ki-kare	p
		Evet		Hayır			
		n	%	n	%		
Mesleğin geleceği çok parlak	Kesinlikle katılıyorum	4	23,5	9	23,7	1,138	,971
	Katılıyorum	7	41,2	16	42,1		
	Kararsızım	5	29,4	8	21,1		
	Katılmıyorum	1	5,9	3	7,9		
	Kesinlikle katılmıyorum	0	0,0	2	5,3		
Mesleğin geleceği belirsiz	Kesinlikle katılıyorum	1	5,9	2	5,3	3,902	,414
	Katılıyorum	4	23,5	10	26,3		
	Kararsızım	4	23,5	5	13,2		
	Katılmıyorum	4	23,5	17	44,7		
	Kesinlikle katılmıyorum	4	23,5	4	10,5		
Muhasebe mesleğinde üretkenlik ve yaratıcılık bulunmamaktadır	Kesinlikle katılıyorum	1	5,9	2	5,3	3,222	,526
	Katılıyorum	3	17,6	10	26,3		
	Kararsızım	5	29,4	4	10,5		
	Katılmıyorum	6	35,3	16	42,1		
	Kesinlikle katılmıyorum	2	11,8	6	15,8		
Meslek mensubunun stajyerler üzerinde yaptırım gücü fazladır.	Kesinlikle katılıyorum	6	35,3	15	39,5	3,686	,423
	Katılıyorum	9	52,9	19	50,0		
	Kararsızım	1	5,9	1	2,6		
	Katılmıyorum	1	5,9	0	0,0		
	Kesinlikle katılmıyorum	0	0,0	3	7,9		
Stajım bittikten sonra kariyerime	SMMM olarak devam etmek istiyorum	11	64,7	25	65,8	3,478	,330
	Bağımsız Denetçi olmak istiyorum	3	17,6	3	7,9		
	YMM olmak istiyorum	1	5,9	8	21,1		
	Kararsızım	2	11,8	2	5,3		

* $p<0,05$

Çizelge 7’de sunulan analiz sonuçlarında da görüldüğü üzere, okuldaki muhasebe eğitimini yeterli bulma durumu ile mesleğe yönelik düşünceler arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır ($p>0,05$).

3.8. Yaş ile Mesleğe Yönelik Düşünceler Arasındaki İlişki

Çizelge 8’de, yaş değişkeni ile mesleğe yönelik düşünceler arasındaki ilişkinin analiz bulguları sunulmaktadır.

Çizelge 8. Yaş ile Mesleğe Yönelik Düşünceler Arasındaki İlişki

		Yaş				Ki-kare	p
		30 yaş ve altı		31 yaş ve üstü			
		n	%	n	%		
Mesleğin geleceği çok parlak	Kesinlikle katılıyorum	10	30,3	3	13,6	4,605	,328
	Katılıyorum	14	42,4	9	40,9		
	Kararsızım	7	21,2	6	27,3		
	Katılmıyorum	2	6,1	2	9,1		
	Kesinlikle katılmıyorum	0	0,0	2	9,1		
Mesleğin geleceği belirsiz	Kesinlikle katılıyorum	1	3,0	2	9,1	2,435	,710
	Katılıyorum	9	27,3	5	22,7		
	Kararsızım	6	18,2	3	13,6		
	Katılmıyorum	11	33,3	10	45,5		
	Kesinlikle katılmıyorum	6	18,2	2	9,1		
Muhasebe mesleğinde üretkenlik ve yaratıcılık bulunmamaktadır	Kesinlikle katılıyorum	1	3,0	2	9,1	9,323	,042*
	Katılıyorum	5	15,2	8	36,4		
	Kararsızım	6	18,2	3	13,6		
	Katılmıyorum	13	39,4	9	40,9		
	Kesinlikle katılmıyorum	8	24,2	0	0,0		
Meslek mensubunun stajyerler üzerinde yaptırım gücü fazladır.	Kesinlikle katılıyorum	10	30,3	11	50,0	4,086	,378
	Katılıyorum	18	54,5	10	45,5		
	Kararsızım	1	3,0	1	4,5		
	Katılmıyorum	1	3,0	0	0,0		
	Kesinlikle katılmıyorum	3	9,1	0	0,0		
Stajım bittikten sonra kariyerime	SMMM olarak devam etmek istiyorum	22	66,7	14	63,6	,869	,902
	Bağımsız Denetçi olmak istiyorum	3	9,1	3	13,6		
	YMM olmak istiyorum	5	15,2	4	18,2		
	Kararsızım	3	9,1	1	4,5		

* $p<0,05$

Çizelge 8’de sunulduğu üzere, bu bölümde yürütülen analizde, yalnızca yaş ile “meslek mensubunun stajyerler üzerinde yaptırım gücü fazladır” ifadesine katılım arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkinin varlığına rastlanmıştır ($p<0,05$).

4. SONUÇLAR VE DEĞERLENDİRME

Muhasebe alanındaki stajyer meslek mensuplarının mesleğe hazırlık sürecindeki deneyimlerine ilişkin bilgi toplayarak, mesleğe bakışlarını ve mesleğin geleceğine yönelik düşüncelerini tespit etmenin amaçlandığı araştırmada, Hatay’daki stajyer meslek mensuplarından oluşan 55 kişilik bir örneklem üzerinde anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Analiz bulgularına göre, örneklemi oluşturan stajyer muhasebe meslek mensubu adaylarının genel itibariyle, mesleki mutluluk düzeylerinin yüksek olduğu görülmektedir. Bununla birlikte, özellikle teorik eğitim aşamasında yer alan eğitimcilerin ve meslek mensubu olmaya aday olan stajyerlerin staj süreçlerini birlikte geçirdikleri hali hazırdaki meslek mensuplarının çıkarması gereken dersler olduğu görülmektedir.

5. GENEL DEĞERLENDİRME VE SONUÇLAR

Geçmiş hayli eskiye uzanan muhasebe mesleği, yıllar boyunca mesleki, hukuki ve uygulama açısından pek çok değişime uğramıştır. Geçen sürede muhasebe mesleğinin kökleşmesi adına tüm paydaşlar tarafından sağlanan katkılarla önemli adımlar atılmıştır. Bütün bunların sonucunda, muhasebe mesleğine yönelik ilgide önemli bir artış gözlenmiştir. Muhasebe mesleğinde, nitelikli meslek mensubu yetiştirilmesi adına son yıllarda önemli derecede çaba gösterilmekte ve bu çabanın sonucunda önemli mesafeler kat edilmektedir.

Pek çok meslekte bir zorunluluk olmamakla birlikte; bazı mesleklerde stajyerlik zorunlu bir aşama olarak karşımıza çıkmaktadır. Muhasebe stajyerliği, söz konusu alanlardan birisini teşkil etmektedir. Araştırmada, Hatay ilindeki SMMM odasına kayıtlı stajyer meslek mensuplarından oluşan bir örneklem üzerinde anket uygulaması yürütülmüştür. Katılımcıların demografik özelliklerinin yanı sıra, mesleki tatminini ve mesleğe yönelik düşüncelerini tespit etmeye yönelik anket soruları yöneltilmiştir. Ayrıca, katılımcıların mesleki mutlulukları ile mesleğe yönelik düşünceleri arasındaki ilişki de analize tabi tutulmuştur.

Hatay ilindeki stajyer meslek mensuplarına uygulanan anket çalışmasının sonuçlarına göre, bu mesleği seçtiği için mutlu olanların oranı yüksektir. Adaylar bir takım zorluklara rağmen mesleğin geleceğini parlak görmekte, staj sonrasında kariyerlerine bu alanda devam etmek istemektedirler. Muhasebecilik mesleğinin ülkemizde daha da sağlam bir biçimde gelişmesi ve ilerleme kaydetmesi için, mesleğe temelden başlayan stajyer adayların nitelikli bir staj sürecinden geçmesi gerekmektedir. Bu sebeptir ki, aday meslek mensuplarının staj sürecinde ve sonrasında yüksek bir meslek etiğiyle yetişmeleri, mesleği sevmeleri, meslek üzerinde kendilerini geliştirmeleri mesleğin geleceği için önem taşımaktadır.

Pozitif beklenti ve yüksek tatmin düzeyindeki meslek mensuplarından oluşan bir meslektaş kitlesinin oluşumunun sağlanması, daha mutlu ve dolayısıyla daha başarılı muhasebe meslek mensuplarının katılımıyla mümkün olabilecektir. Bu bağlamda, çalışma bulgularının politika yapıcılar başta olmak üzere, konunun tüm paydaşları açısından önemli bulgular içerdiği değerlendirilmektedir. İleriye dönük çalışmalarda, analizlerin farklı il ve bölgelerdeki

stajyerlerden oluşan daha geniş örneklem üzerinde uygulanmasının; karşılaştırma fırsatı vererek, daha net yargılara varılmasına katkı sunması beklenebilecektir. Hatta, stajyerlere ve staj sürecine bakışlarının incelenmesi adına, konunun bir diğer paydaşı olarak, hali hazırda muhasebe mesleğini icra etmekte olan meslek mensuplarının da görüşlerinin analiz edilmesinin faydalı olacağı değerlendirilmektedir.

KAYNAKÇA

Bekmezci, M. ve İ. S. Mert. (2018). Yaşam tatmini ölçeğinin Türkçe geçerlilik ve güvenilirlik çalışması, *Toros Üniversitesi İİSBF Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(8), 166-177.

Demir, M. (2001). Meslek Yüksekokullarında Staj Çalışmalarının Değerlendirilmesine Yönelik Bir Anket Uygulaması, *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 11, 71- 79.

Diener, E., R. A. Emmons, R. J. Larsen, and S. Griffin. (1985). The Satisfaction with Life Scale, *Journal of Personality Assessment*, 49(1), 71-75.

Özdevecioğlu, M. ve A. Aktaş. (2007). Kariyer bağlılığı, mesleki bağlılık ve örgütsel bağlılığın yaşam tatmini üzerindeki etkisi: İş-aile çatışmasının rolü, *Erciyes Üniversitesi İİBF Dergisi*, 28, 1-20.

Polatcı, S. (2015). Örgütsel ve sosyal destek algılarının yaşam tatmini üzerindeki etkisi: İş ve evlilik tatmininin aracılık rolü, *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11(2), 25-44.

Schultz, J. K. B. *Job satisfaction, life satisfaction, and self-concept of home economics college faculty*, Ph.D. thesis to Home Economics Education, Iowa State University, Ames, Iowa, USA, 1975.

Şen, A. *Serbest muhasebeci mali müşavir stajyerlerinin stajyerlik sürecinde karşılaştıkları sorunlar ve çözüm önerileri*, Bursa Uludağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bursa, 2021.

Uçar, C. ve Özerbaş, M.A. (2013). Mesleki ve Teknik Eğitimin Dünyadaki ve Türkiye'deki Konumu, *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 242-253.

Uzay, Ş. (2005). Muhasebe Meslek Stajyerlerinin Sorunları ve Beklentileri: Bir Araştırma, *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (25), 70-78. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/mufad/issue/35594/395236>.

Ünal, S. ve Koyun, S. (2020). Finansal Tutum ve Yaşam Tatmininin Demografik Faktörlerle İlişkisi: Örnek Olay İncelemesi, *Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(3), 26-32.

Yazıt, H., *Turizm İşletmeciliği Eğitimi Alan Lisans ve Ön lisans Öğrencilerinin Staj Konusundaki Düşünce ve Algılamaları Arasındaki Farklılıkların Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma*, Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, Sakarya, 2013.

OTOMOTİV TEDARİK ZİNCİRİNDE STOK YÖNETİMİ: TOPTAN YEDEK PARÇA SATIŞI GERÇEKLEŞTİREN BİR FİRMADA ABC ANALİZİ

Prof. Dr., Seyfettin ÜNAL

Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, - 0000-0002-6248-4317

ÖZET

Finansal yönetim kapsamında, dönen varlıkların yönetilmesi önemli bir konu başlığıdır. Dönen varlıklar içerisinde yer alan stokların yönetilmesi ise, bu bağlamda ele alınan alt başlıklardan bir tanesi olarak karşımıza çıkmaktadır. İçeriği ve dolayısıyla yönetilmesi bir birinden farklılıklar göstermekle birlikte; imalat sanayiinden perakendeye kadar her ticari işletmede stok yönetimi bir gerekliliktir. Hatta işletme bilançosunda dönen varlıklar grubunun son kalemi olan stokların yönetilmesi, gerek sahip olduğu görece nakde çevrilme zorluğu gerekse özellikle imalat sanayinde üretim faaliyetlerinin sürdürülebilirliği noktasında kritik bir öneme sahiptir. Covid-19 salgını ile başlayan ve halen etkileri devam eden süreçte, dünya genelinde otomotiv sektöründe çip (yonga/chip) üretiminde yaşanan bir kriz ortaya çıkmıştır. Söz konusu krizle birlikte, otomotiv sektöründeki arz yetersizliği, tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de önemli bir gündem maddesi haline gelmiştir. Sorunun doğal bir sonucu olarak, otomobil başta olmak üzere, tüm otomotiv ürünlerinde ciddi fiyat artışları yaşanmıştır. Pandemi ile meydana gelen arzdaki aksaklıklar, genel itibarıyla hemen her sektörde, çalışmanın konusu itibarıyla de otomotiv sektöründe üretimin kesintisiz sürdürülebilmesi adına, tedarik zincirinin ve stok yönetiminin önemini güçlü bir şekilde hatırlatmıştır. Bu çalışmada, Bursa’da toptan otomotiv yedek parça ticareti alanında faaliyet gösteren bir firmanın stok verileri üzerinde ABC analizi yürütülmüştür. Stoklar; güncel stok durumu, satış adedi, satış tutarı, kampanya ve mevsimsellik kriterlerine göre incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Stok Yönetimi, ABC Analizi, Otomotiv, Yedek Parça

1. GİRİŞ

Bir işletmede stokların yönetilmesi, satın almadan pazarlamaya, üretimden finans departmanına kadar neredeyse tüm işletme fonksiyonlarını kapsayan bir süreç olarak karşımıza çıkmaktadır. Üretim sürecinin aksamaması adına üretim birimi bol stokla çalışmayı tercih etmektedir. Fakat finansal yönetim bağlamında, dönen varlık kalemlerinin tamamı için geçerli olduğu üzere; stokların da optimal düzeyde tutulması hedeflenir. Gereğinden fazla stok bulundurmanın yol açacağı atıl yatırım sorunu kadar yetersiz stok bulundurmanın da yaratacağı kayıplar dikkate alınarak gözetilmesi gereken bir denge durumu söz konusudur. Zira stokların gerektiğinde ani talep artışlarını karşılayabilecek kadar emniyet payı olması yanında; atıl kalarak hem bozulma, çürüme, demode olma hem de fazla fon bağlamanın yol açacağı finansman sorunlarına yol açmayacak kadar aşırı bir düzeyde olmaması istenir.

Stok yönetimi tüm işletmeler için bir gereklilik olmakla birlikte; imalat sanayi, ticari ya da hizmet işletmesi olmak gibi, firmaların faaliyet gösterdiği sektörler göre stokların yönetilmesi bir birinden bir hayli farklılık gösterebilmektedir. Öyle ki, herhangi bir ana iş kolunun altındaki farklı alt sektörlerin kendine has gerçekleri konuya ilişkin oldukça farklı yaklaşımları gerekli kılabilir. Bazı sektörlerde stokların çeşitliliği yüzlerle ifade edilebilirken; bazı sektörlerde binlerle ifade edilebilmektedir. Örneğin, imalat sanayiinde yer almakla birlikte, bir çimento üreticisi ile bir otomobil üreticisinin bulundurmaları gereken stokların çeşitliliği farklılık gösterecektir. Araştırmada, Bursa’da toptan otomotiv yedek parça satışı alanında faaliyet gösteren bir firmanın stok verileri; güncel stok durumu, satış adedi, satış tutarı, kampanya ve mevsimsellik durumuna göre olmak üzere beş farklı kritere göre ABC analizine tabi tutulmuştur. Çalışmanın takibeden bölümünde literatürün ardından alt başlıklar halinde deneysel uygulamaya ilişkin bulgular sunulacaktır. Sonuçlar ve değerlendirmenin ardından genel değerlendirme ve sonuçlar başlığı ile çalışma sonlanmaktadır.

2. LİTERATÜR

Stok kontrolüyle, stoklarla ilgili bilgilerin yönetime aktarılması ve stok bulundurma giderleri ile stok bulundurmanın sunacağı yararın optimize edilmesi ve böylece işletme için ideal stok miktarının belirlenmesi amaçlanmaktadır. Stok kontrolünün önemini farkedilerek, modern anlamda stok kontrol yöntemlerinin uygulanmaya başlanmasının 1920’lere kadar gittiği görülmektedir. Bununla birlikte, literatürde 2. Dünya Savaşı öncesinde kadar stok kontrolleri ile ilgili çalışmalara pek fazla rastlanmazken; özellikle, 1950’lerden sonra bu alandaki literatürün hızla geliştiği görülmektedir.

Ng’nin (2007) ifade ettiği üzere, yüksek hacimdeki stokların etkin kontrolünde geleneksel yaklaşım stokların farklı gruplar altında sınıflandırılması biçimindedir. Syntetos vd. (2009) sınıflandırma sisteminin, stok kontrolüne yönelik olarak karar alıcıların alternatif politikaları uygulamalarına imkân verdiğinin altını çizmektedir. Bucher ve Meissner (2011) ise, uygun bir sınıflandırma yöntemi kullanılmasının, her bir gruptaki stokların kontrolü noktasında, en ideal politikanın seçilmesine önemli ölçüde katkı sağlayacağını ileri sürmektedir. Faaliyet temelli sınıflandırma yöntemi ifadesinin kısaltması olan ABC yöntemi stok yönetiminde sıklıkla başvurulan bir yöntem olarak karşımıza çıkmaktadır. Bilinirliği yüksek ve pratik bir kullanım sunan ABC analizi, Pareto prensibi üzerine kuruludur.

Liu vd. (2016) tek kriterli ABC analizlerine alternatif olarak geliştirilen çok kriterli ABC analiz yöntemlerinde mevcut olan kötü performans göstereni başka kriterlerle telafi etmenin yarattığı problemi çözmeye yönelik olarak; kümeleme analizi ve benzetimli tavlama algoritmasını bir arada kullandıkları, optimal sınıflandırmayı sağlamayı araştırdıkları bir yöntem önerisi getirmişlerdir. Yöntem önerilerini, Çin’deki bir imalat firmasında uygulamalı olarak göstermişler ve yöntemin geçerliliğini ortaya koymuşlardır.

Benzer şekilde, ABC yöntemindeki tek kriter sınırlılığına çözüm önerisi sunmak adına Chu vd. (2008), ABC-FC (bulanık sınıflandırma) yaklaşımını ortaya koymuşlardır. Söz konusu yöntemin, değişkenleri nominal veya nominal olmayan özelliklerini, yöneticilerin tecrübe ve yargılarını dikkate alabilen ve kolay uygulanır bir yaklaşım olduğu ifade edilmiştir. Önerdikleri yöntemi, Tayvan’da bulunan Keelung Port’un verileri üzerinde uygulamışlardır. Elde ettikleri

sonuçlara göre, 59 parça çok önemliler grubunda, 69 parça önemliler grubunda, 64 parça ise önemsizler grubunda yer almıştır. İşletmenin kendi orijinal veriler ile yapılan karşılaştırması sonucunda, kullanılan ABC-FC yaklaşımının sonuçlarının yüksek bir sınıflandırma doğruluğu gösterdiği ortaya konmuştur.

ABC sınıflandırma konusunu bir tür çoklu-sırt çantası sorunu (multi knapsack problem) olarak ele alan Czerniachowska vd. (2023), ticari olan ve ticari olmayan bir çömücü kullanım örneği sunmakta ve böylece, bayi/dağıtımçı (distribütör) çok çeşitli ve karmalardan oluşan muhtelif parçaları ABC yöntemi ile sınıflandırabilmektedir. Önerilen yaklaşımın, dağıtımçının mümkün olan en iyi sonuca ulaşmasına imkân verdiği belirtilmektedir. Böylelikle, günümüzde depolarda kullanılan sınıflandırma yaklaşımının geliştirilmesinin ve ABC kategorilerinin optimal ürün karışımı sağlamasının mümkün olduğu ifade edilmektedir.

Ertuğrul ve Tanrıverdi (2013) bir tekstil şirketinde ilk olarak stok kontrol yöntemlerinden ABC analizini uygulayıp; ardından, çok kriterli stok sınıflandırması için AHP yöntemini kullanmıştır. AHP ve ABC yaklaşımlarının stokların sınıflandırılmasına ilişkin sonuçları karşılaştırılmıştır. ABC analizinde elde ettikleri toplam stok tutarının, AHP yönteminde ulaştıkları stok tutarından daha yüksek olduğunu; A sınıfı oranlarının tamamında AHP klasik yaklaşımının, ABC analizine kıyasla daha düşük maliyetli sonuçlar verdiğini gözlemlemişler. Ulaştıkları çalışma bulgularına dayanarak, analizlerin uygulandığı tekstil firmasında stokların sınıflandırılmasında AHP yöntemini kullanılmasını önererek; söz konusu yöntemin, tedarikçi firmanın stok maliyetleri bağlamında daha avantajlı ve etkin olduğunu ortaya koymuşlardır.

Yalçınkaya ve Karadaş (2020) İzmir'deki bir işletmenin stok verileri üzerinde araştırma yürütmüşlerdir. Stok kalemlerini sınıflandırmak ve kritik stok kalemlerini belirlemek üzere ABC analizi uygulamışlardır. Belirlenen stok kalemleri üzerinden firmanın mevcut stok yönetim politikasını analiz etmeye yönelik olarak ARENA simülasyon programlama dili kullanılmak suretiyle, simülasyon modeli geliştirmişlerdir. Simülasyon modeli ile sipariş karşılama süresi, kalem esaslı sipariş karşılama süresi, personel faydalı kullanım oranı, satın alma faydalı kullanım oranı, personel kuyruk uzunluğu, satın alma kuyruk uzunluğu ve sipariş kaynağı açısından sipariş sayısı gibi pek çok önemli performans ölçütüne dönük güven aralıkları oluşturularak analizler gerçekleştirmişlerdir.

Jeddou (2014) Ng'nin modeline dayanan çalışmasında, Tunus'taki otomotiv toptan yedek parça satıcısı bir firmanın verileri üzerinde çok kriterli stok sınıflandırma analizi uygulamıştır. Elde ettiği bulguları geleneksel tek kriterli ABC yöntemi sonuçları ile karşılaştırmıştır. Uygulanan çok kriterli stok sınıflandırma yönteminin stokların izlenmesinde ve kontrolünde oldukça yüksek düzeyde bir sonuç yarattığı ifade edilmiştir. Söz konusu yöntemin, her bir yöneticinin ihtiyaçlarına göre değiştirilen kriterlere ya da ilave edilen yeni kriterlere karşı esnekliğini koruduğunun altı çizilmiştir.

3. DENEYSEL UYGULAMALAR

Çalışmada, Bursa'da toptan otomotiv yedek parça satışı alanında faaliyet gösteren bir firmanın stok verileri üzerinde ABC analizi yürütülmüştür. Stoklar; güncel stok durumu, satış adedi, satış tutarı, kampanya ve mevsimsellik kriterlerine göre incelenmiştir. Aşağıda söz konusu kriterlerin her birisine ilişkin elde edilen bulgular tablolar eşliğinde sunulmaktadır.

3.1. Güncel Stok Durumuna Göre Yapılan Sınıflandırmanın Bulguları

Güncel Stok durumuna göre incelendiğinde, 2.589.584 tl tutarındaki 429 çeşit parçanın 10043 kalem olan adedi 3 gruba ayrılarak, ABC analizine göre gruplandırılmıştır. Çizelge 1’de buna ilişkin sonuçlar sunulmaktadır.

Çizelge 1. Güncel Stok Durumuna Göre Yapılan Sınıflandırma Bulguları

Grup	Kalem Adedi	Oran (%)	Parça Adedi	Oran (%)	Stok Tutarı	Oran (%)
A	280	65	8687	86	2.414.581	93
B	115	27	1220	12	164.790	6
C	34	8	136	1	10.213	1
TOPLAM	429	100	10043	100	2.589.584	100

Çizelge 1’de görüldüğü üzere, A Grubu, 2.414.581 tl tutarı ile güncel stokların %93’lük oranını teşkil etmektedir. B Grubundaki parçalar 164.790 tl tutarı ile güncel stokların %6’sını oluştururken; C Grubunda yer alan parçaların güncel stok durumuna göre taşıdığı değer 10.213 tl ve ağırlığı %1 düzeyindedir.

3.2. Satış Adetlerine Göre Yapılan Sınıflandırmanın Bulguları

Satış adetlerine göre 429 çeşit parça, adet bazında incelenmiş olup; analize ilişkin bulgular Çizelge 2’de sunulmaktadır.

Çizelge 2. Satış Adetlerine Göre Yapılan Sınıflandırmanın Bulguları

Grup	Son 1 ay satış adedi	Oran (%)	Son 3 ay satış adedi	Oran (%)	Son 6 ay satış adedi	Oran (%)	Son 1 yıl satış adedi	Oran (%)	1 ayda en fazla satış adedi	Oran (%)	Ortalama satış adedi	Oran (%)
A	3.643	85	11.583	85	23.308	87	48.981	89	22.950	88	6.269	87
B	801	13	1.770	13	3.110	12	5.496	10	2.858	11	769	11
C	90	2	237	2	395	1	668	1	319	1	128	2
TOPLAM	4534	100	13.590	100	26.813	100	55.145	100	26.127	100	7.166	100

Son 12 aya ilişkin satış adetleri incelendiğinde; satışı gerçekleştirilen toplam 55145 adet parçanın %89’u A grubu parçayı; %10’u B grubu parçayı; %1’i C grubu parçayı içermektedir. Ortalama satış adetleri dikkate alındığında ise, satışı gerçekleştirilen toplam 7166 adet parçanın %87’si A grubu, %11’i B grubu, %2’si C grubu parçanın satışını göstermektedir.

3.3. Satış Tutarına Göre Yapılan Sınıflandırmanın Bulguları

Satış tutarına göre, adet bazında incelenen 429 çeşit parçanın analizine ilişkin bulgular Çizelge 3’te sunulmaktadır.

Çizelge 3. Satış Tutarına Göre Yapılan Sınıflandırmanın Bulguları

Grup	Son 1 ay satış tutarı	Oran (%)	Son 3 ay satış tutarı	Oran (%)	Son 6 ay satış tutarı	Oran (%)	Son 1 yıl satış tutarı	Oran (%)
A	1.219.447	90	4.168.859	92	8.352.154	94	16.636.082	95
B	120.865	9	293.255	7	467.245	5	782.364	4
C	7.509	1	20.296	1	31.625	1	47.251	1
TOPLAM	1.347.821	100	4.482.410	100	8.851.024	100	17.465.697	100

Son üç aylık dönemde, toplam 4.482.410 tl tutarında parça satılmış olup; bunun %92'ini A grubu parçalar, %7'ünü B grubu parçalar, %1'ini ise C grubu parçalar oluşturmaktadır. Son bir yıllık dönem incelendiğinde, toplam 17.465.697 tl tutarında parça satışı gerçekleştirilmiş olup; bunun %95'ini A grubu parçalar, %4'ünü B grubu parçalar, %1'ini ise C grubu parçalar oluşturmaktadır.

3.4. Kampanya Durumuna Göre Yapılan Sınıflandırmanın Bulguları

Kampanyalı olup olmama durumuna göre analiz edilen 429 çeşit parçanın ABC analizi bulgularına Çizelge 4'te yer verilmektedir.

Çizelge 4. Kampanya Durumuna Göre Yapılan Sınıflandırmanın Bulguları

Grup	Kampanyalı	Oran (%)	Kampanyasız	Oran (%)
A	255	75	25	28
B	72	21	43	48
C	13	4	21	24
TOPLAM	340	100	89	100
Kampanyalı satış	%79			
Kampanyasız satış	%21			

Çizelge 4'te görüleceği üzere, A grubu parçaların 255 kalem (%75) kampanyalı, 25 kalem (%25) kampanyasız olarak satış gerçekleşmiş parçalardır. B grubu parçalardan 72 kalem %21 oranında kampanyalı, 43 kalem %48 oranında kampanyasız olarak satış gerçekleşmiş parçalardır. C grubu parçalardan 13 kalem %4 oranında kampanyalı, 21 kalem %24 oranında kampanyasız olarak satışı gerçekleşmiş parçalardır. Toplam 429 parçanın kampanya durumuna göre yürütülen analiz bulguları, 340 kalemin %79 oranla kampanyalı, 89 kalemin ise %21 oranla kampanyasız olarak satışının gerçekleştiğini ortaya koymaktadır.

3.5. Mevsimsellik Durumuna Göre Yapılan Sınıflandırmanın Bulguları

Mevsimsellik durumuna göre satışları incelenen 429 türdeki yedek parçanın ABC analizi bulgularına Çizelge 5'te yer verilmektedir.

Çizelge 5. Mevsimsellik Durumuna Göre Yapılan Sınıflandırmanın Bulguları

Grup	Her mevsim satışı olan	Oran (%)	Kışın Yaza göre 1.5 kattan fazla satan	Oran (%)	Kışın Yaza göre 3 kattan fazla satan	Oran (%)	Yazın Kışa göre 1.5 kattan fazla satan	Oran (%)	Yazın Kışa göre 3 kattan fazla satan	Oran (%)
A	246	66	22	55	2	50	9	64	1	100
B	95	26	15	38	2	50	3	22	0	0
C	29	8	3	7	0	0	2	14	0	0
TOPLAM	370	100	40	100	4	100	14	100	1	100

Mevsimsel olarak parça bazlı satışlar incelendiğinde; 429 kalem parçadan 370 adedi her mevsim satış olan parçalar kategorisinde, 40 adedi kışın yaza göre 1.5 kattan fazla satan parçalar kategorisinde, 4 adedi kışın yaza göre 3 kattan fazla satan parçalar kategorisinde 14 adedi yazın kışa göre 1.5 kattan fazla satan parçalar kategorisinde, 1 adedi yazın kışa göre 3 kattan fazla satan parçalar kategorisinde satışı gerçekleşen parçalar kategorisinde yer aldığı görülmektedir.

Her mevsim satışı olan parçalar kategorisinde, A grubu parçaların satış oranı %66, B grubu parçaların satış oranı %26, C grubu parçaların satış oranı %8 düzeyindedir. Kışın yaza göre 1.5 kattan fazla satan parçalar kategorisinde, A grubu parçaların satış oranı %55, B grubu parçaların satış oranı %38, C grubu parçaların satış oranı %7 düzeyindedir. Kışın yaza göre 3 kattan fazla satan parçalar kategorisinde, A grubu parçaların satış oranı %50, B grubu parçaların satış oranı %50, C grubu parçaların ise %0 düzeyindedir. Yazın kışa göre 1.5 kattan fazla satan parçalar kategorisinde, A grubu parçaların satış oranı %64, B grubu parçaların satış oranı %22, C grubu parçaların satış oranı %14 düzeyinde gerçekleşmiştir. Yazın kışa göre 3 kattan fazla satan parçalar kategorisinde, %100 ile tüm parçaların satışı A grubu parçalardan oluşurken; B ve C grubu parçaların satış oranı %0 düzeyindedir.

4. SONUÇLAR VE DEĞERLENDİRME

İncelemeye konu olan toptan otomotiv yedek parça satışı gerçekleştiren firmanın stok verileri; güncel stok durumu, satış adedi, satış tutarı, kampanya ve mevsimsellik durumuna göre olmak üzere beş farklı kritere göre ABC analizine tabi tutulmuştur. Söz konusu kategorilerin, otomotiv sektörü firmaları için bir hayli önem taşıyan belli başlı sınıflandırma kriterleri olduğu değerlendirilmektedir. İncelenen yedek parçalar, 429 kalemden oluşmaktadır. Genel itibariyle, ele alınan beş farklı kriter incelemesinde, yedek parça kalemlerinin ortalama yaklaşık %85-90'lık bölümünün A grubu parçalar kategorisinde yer aldığı görülmektedir.

5. GENEL DEĞERLENDİRME VE SONUÇLAR

Stok kontrolü ve optimal stok düzeyi, yalnızca finans yöneticisinin görev ve sorumluluk alanında olmayıp; üretimden pazarlamaya kadar pek çok işletme biriminin birlikte planlama yapmasını ve koordinasyon içerisinde hareket etmesini gerekli kılan bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Günümüz teknolojilerinin sağladığı modern elektronik kayıt-kontrol sistemleri elbette vazgeçilmez araçlar olarak başvuru imkânlarıdır. Ne var ki, işlemlerin sadece dijital ortamda takibi yeterli olmayıp; ihmal edilmeksizin, periyodik olarak fiziki kontrollerin de gerçekleştirilmesine ihtiyaç duyulmaktadır.

Çalışmada, Bursa'da toptan otomotiv yedek parça satışı alanında faaliyet gösteren bir firmanın stok verileri; güncel stok durumu, satış adedi, satış tutarı, kampanya ve mevsimsellik durumuna göre olmak üzere beş farklı kritere göre ABC analizine tabi tutulmuştur. Söz konusu kategorilerin, otomotiv sektörü firmaları için bir hayli önem taşıyan belli başlı sınıflandırma kriterleri olduğu değerlendirilmektedir. İncelenen yedek parçalar, 429 kalemden oluşmaktadır. Ele alınan beş farklı kriter incelemesinde, genel itibariyle, yedek parça kalemlerinin ortalama yaklaşık %85-90'lık bölümünün A grubu parçalar kategorisinde yer aldığı görülmektedir. İleriye dönük çalışmalarda, analizlerin benzer firmalar üzerinde uygulanmasının karşılaştırma fırsatı vererek, daha net yargılara varılmasına katkı sunması beklenebilecektir. Farklı kriterler ve farklı analiz yöntemleri ile yürütülecek analizlerin de ayrıca faydalı olacağı değerlendirilmektedir.

KAYNAKÇA

- Bucher, D., & Meissner, J., *Configuring single-echelon systems using demand categorization*, Service parts management (pp.203–219). Springer, London, 2011.
- Chu, C-W., Liang, G-H. & Liao, C-T. (2008). Controlling inventory by combining ABC analysis and fuzzy classification, *Computers & Industrial Engineering*, 55, 841-851. doi:10.1016/j.cie.2008.03.006.
- Czerniachowska, K., Hernes, M. & Subbotin, S. (2023). Assortment ABC Classification Problem at the Warehouse Modelled as a Multi-Knapsack, *Zeszyty Naukowe Politechniki Śląskiej. Organizacja i Zarządzanie*, Wydawnictwo Politechniki Śląskiej, 172, 109-131, DOI:10.29119/1641-3466.2023.172.7.
- Ertuğrul, İ. & Tanrıverdi, Y. (2013). Stok Kontrolde ABC Yöntemi ve AHP Analizlerinin İplik İşletmesine Uygulanması, *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 5(1), 41-52. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/uaifd/issue/21596/231900>.
- Jeddou, M.B. (2014). Multi-criteria ABC inventory classification- A case of vehicles spare parts items, 2(3), 181-185. doi: 10.12720/joams.2.3.181-185.
- Liu, J., Liao, X., Zhao, W. & Yang, N. (2016). A classification approach based on the outranking model for multiple criteria ABC analysis, *Omega*, 61, 19-34. <http://dx.doi.org/10.1016/j.omega.2015.07.004>.
- Ng, W. L. (2007). A simple classifier for multiple criteria ABC analysis, *European Journal of Operational Research*, 177(1), 344-353.
- Syntetos, A., Keyes, M., & Babai, M. (2009). Demand categorisation in a European spare parts logistics network, *International Journal of Operations & Production Management*, 29(3), 292–316. <https://doi.org/10.1108/01443570910939005>.
- Yalçınkaya, Ö. & Karadaş, Y. (2020). Bir Otomotiv Yedek Parça Şirketinde ABC Analizi ve Sipariş Sürecinin Simülasyonla Modellenmesi, *DEUFMD*, 22(64), 287-300. DOI: 10.21205/deufmd.2020226428.

FINANS SEKTÖRÜNDE YEŞİL DÖNÜŞÜM: TÜRKİYE'DE YEŞİL TAHVİL UYGULAMALARI

Arş. Gör., Rumeysa GEVHER

Selçuk Üniversitesi, - 0000-0001-5741-3111

Prof. Dr., Zeynep KARAÇOR

Selçuk Üniversitesi, - 0000-0003-2050-644X

Prof. Dr., Burcu GÜVENEK

Selçuk Üniversitesi, - 0000-0002-7159-2555

ÖZET

Çevresel sorunlar ve iklim değişikliği son yıllarda dünyada önemli derecede tartışılan konulardan biridir. Özellikle 1970'li yıllar itibarıyla ekonomik aktivitelerin çevresel sorunları meydana getirdiği ve doğal kaynakların hızla tüketildiğine dair çalışmalar yapılmıştır. Nitekim 1980'li yıllarda çevreye zarar vermeden veya en az zararla ekonomik büyümenin gerçekleştirilmesi ve kalkınmanın sürdürülebilirliği tartışmaları, sürdürülebilir kalkınma kavramının oluşmasını sağlamıştır. Bu süreçte dünya ekonomileri açısından önemli gelişmeler yaşanmıştır. 2008 yılında meydana gelen küresel finansal kriz yeni bir sürecin başlangıcını oluşturmuş, krizin olumsuz etkilerinin ortadan kaldırılması amacıyla ekonomiye çevreci bir bakış açısının kazandırılması ve uygulanacak ekonomi politikalarının çevre yanlısı olması gerekliliğiyle yeşil ekonomi kavramı gündeme gelmiştir. Bununla birlikte ekonominin tüm sektörlerinin yeşil bir perspektifle dönüştürülmesi üzerine çalışmalar yapılmıştır. Bu sektörlerden biri olan finans sektörü, sürdürülebilir kalkınmanın ve yeşil ekonominin önemli bir aracı olarak görülmekte ve yeşil ekonomi için yapılacak yatırımların yeşil finansal araçlar kullanılarak yapılmasını içermektedir. Bu çalışmada, yeşil ekonomiye geçişte finansmanın önemi vurgulanarak, iklim değişikliği ile mücadelede kullanılan yeşil tahviller incelenmektedir. Bu kapsamda ilk olarak yeşil finansın gelişimi ve yeşil finansal araçlar, sonrasında ise Türkiye'de yeşil tahvil uygulamaları açıklanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Yeşil Ekonomi, Yeşil Finans, Yeşil Tahviller.

1. GİRİŞ

Toplumların üretim ve tüketim faaliyetleri zamanla doğal kaynaklar ve tabiat üzerinde etkiler yaratmıştır. Çevreyi göz ardı ederek yapılan bu faaliyetler canlı yaşamını ve doğayı tahrip etmiş, doğal kaynaklar tükenmeye ve çevresel sorunlar artmaya başlamıştır. Bunun bir neticesi olarak, küresel ısınma ve iklim değişikliği gibi sorunlara karşı uluslararası kuruluşlar ve ülkeler tarafından önlem alınması zorunluluğu ortaya çıkmıştır. Bu zorunluluk beraberinde insan faaliyetlerinin çevre üzerindeki etkilerinin azaltılması ve kalkınmanın sürdürülebilir şekilde devam ettirilmesi için sürdürülebilir kalkınma düşüncesini ortaya çıkarmıştır.

Uluslararası kuruluşlar özellikle de Birleşmiş Milletler öncülüğünde sürdürülebilir kalkınmaya ulaşılması gerektiği vurgulanmıştır. Böylece sürdürülebilir kalkınma hedefleri¹ belirlenmiş, sürdürülebilir kalkınmanın ülke ekonomileri açısından benimsenmesi üzerine çalışılmaya başlanmıştır. 2000’li yılların başlarında ise yeşil ekonomi kavramı gündeme gelmiştir. Yeşil ekonomi ile birlikte ekonominin temel sektörlerinden olan tarım, sanayi ve hizmet sektörlerinde karbon yoğun üretim faaliyetleri yerine, sürdürülebilir tarım uygulamaları, yenilenebilir enerji, enerji verimliliği, enerji verimli binalar, yeşil ulaşım gibi birçok konuda çalışma yapılmış, yatırım alanları belirlenmiş ve politikalar oluşturulmuştur.

Yeşil ekonomiye geçiş için ülkelerin mevcut ekonomilerini dönüştürmeleri, dönüşümün gerçekleştirilebilmesi için ise belli bir finansmana ihtiyaç duyulmaktadır. Ülkeler bu finansmanı, gayri safi yurtiçi hasıllarından ayırabilecekleri gibi belli finansal araçları kullanarak da yaratabilmektedirler. Bu hususta finans sektörünün yeşillendirilerek yeşil finansal ürünlerin belirlenmesi ve bu ürünler kullanılarak gelir elde edilmesi, elde edilen gelirlerin ise yeşil yatırımlarda kullanılması gerekmektedir. Yeşil finansal ürünlerden biri olan yeşil tahviller çalışmanın temel konusunu oluşturmaktadır. Bu sebeple yeşil tahvillerin incelenmesi ve Türkiye ekonomisi açısından değerlendirilmesi önemli olmaktadır.

2. Yeşil Finans Kavramı ve Yeşil Tahviller

Yeşil ekonominin gelişmesiyle birlikte ekonomik sektörlerin yeşillendirilmesi gerekliliği doğmuştur. Bu kapsamda enerji, tarım, bankacılık, hizmet ve iş sektörü gibi birçok sektörde dönüşüm yaşanmaya başlamıştır. Finans sektörü de yeşillendirilmesi gereken sektörlerden biridir. Bunun nedeni finans sektörünün doğal kaynak tükenmesi, iklim değişikliği ve kirlilik gibi çevresel sorunları göz ardı etmesidir (Saeed Meo ve Karim, 2022, s.1).

Scholtens (2017) finansal kurumlar ve piyasaların doğa üzerinde önemli derecede etkisi olduğunu vurgulayarak çevreye çok fazla zarar verdiklerini ileri sürmüştür. Sürdürülebilir kalkınma ve devamında yeşil ekonomi ile birlikte finans sektörü de çevrenin korunmasını esas politika olarak görerek, finansal işlemlerle çevreyi birleştirmeye başlamıştır (Wang vd., 2019, s. 1).

1992 yılında UNEP öncülüğünde bankacılık sektöründe çevre bilincinin teşvik edilmesi amacıyla Birleşmiş Milletler Çevre Programı Finans Girişimi (UNEP FI) başlatılmıştır. UNEP tarafından başlatılan bu girişimin yeşil finansın çıkış noktası olabileceği düşünülmektedir (Mohd ve Kaushal, 2018, s. 64). Kavram olarak ise genel bir tanımlama olmamasına rağmen yeşil finans, iklim finansmanı ve sürdürülebilir finans gibi kavramlarla ilişkili (Kahlenborn vd., 2017, s. 2), yeşil ekonomik dönüşümün ve iklim değişikliğine uyumun sağlanmasında finans sektörünün de dâhil edilmesine yönelik stratejik bir yaklaşımdır (Soundarrajan ve Vivek, 2016, s. 36).

G20 Green Finance Study Group (2016) tarafından yeşil finans, sürdürülebilir kalkınmanın daha geniş bir şekilde toprak kirliliğinin azaltılması, enerji verimliliğinin artırılması, sera gazı

¹ Ayrıntılı bilgi için bkz. Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri, <https://sdgs.un.org/goals>

emisyollarının azaltılması, iklim değişikliğine uyumun sağlanması gibi çevresel fayda sağlayan yatırımların finansmanı olarak ifade edilmiştir.

UNEP (2016) yeşil finansı, çevresel hedefleri ve riskleri ele alan kamu ve özel sektör yatırımlarının yeşillendirilmesi olarak ele almaktadır.

Wang ve Zhi (2016) yeşil finansın, iş dünyası ve finansı çevre dostu davranışlarla birleştirdiğini, geleneksel finansal faaliyetlerin tersine çevreyi ve çevre korumayı öncellediğini ifade etmiştir.

Scholtens (2017) yeşil finansı, çevre dostu davranışlarla finans ve iş dünyası arasında bir kesişme olarak ifade etmiştir.

Wang vd. (2019) yeşil finansı, çevre korumayı ekonomik karla birleştiren ve tartışmalı konular olan yeşili ve finansı vurgulayan yeni bir finansal model olarak açıklamıştır

Wang, Li ve Wang (2021) ise yeşil finansı, finansal kurumların enerji tasarrufu ve çevre koruma gibi projelerinin finansmanını destekleme davranışları olarak açıklamıştır.

Temel amacı çevresel dışsallıkları içselleştirmek ve risk algılarını azaltmak olan yeşil finans, yeşil finansmanın teşvik edilerek sürdürülemez iş yatırımları yerine yeşil yatırımlara öncelik verilmesini sağlamaya yardımcı olmaktadır. Aynı zamanda çevresel amaçlara ait yatırımlarda hem şeffaflığı hem de uzun vadeli düşünmeyi teşvik eder ve tüm sürdürülebilir kalkınma ölçütlerini içermektedir (Green Finance Platform, t.y.)

Yeşil finans sisteminde bankalar, kurumsal yatırımcılar ve merkez bankaları gibi birçok mali aracı ve kurum etkin rol oynamaktadır. Yasal ve finansal sistemin sınırları devletler ve otoriteler tarafından çizilirken, merkez bankaları ve düzenleyici-denetleyici kuruluşlar ise yeşil finans sisteminin unsurlarının bir araya getirilmesine öncülük etmektedir (Yılmaz, 2019, s. 145).

Ekonomik büyüme, çevresel iyileştirme ve finans piyasasının bir araya getirilmesinden oluşan yeşil finans (Noh, 2010, s. 2);

- Yeşil işletmeler ve teknolojilerin finansmanı,
- Yeşil finansal ürünlerin ve yeşil yatırımcıların geliştirilmesi,
- Borç verme kararlarında çevresel risklerin hesaplanması ve
- Emisyon ticaret piyasasının etkin çalışmasını içermektedir.

Mevcut ekonomilerde yapılan yatırımların yeşile yönlendirilerek kamu ve özel sektör işbirliği çerçevesinde finansmanın sağlanması gerekmektedir. Yeşil finansal ürünler kullanılarak, çevreci projelere mali kaynak oluşturulması ve iklim değişikliğine karşı önlem alınması amaçlanmaktadır. Burada bahsedilen yeşil finansal ürünler Çizelge 1’de gösterilmektedir.

Çizelge 1: Yeşil Finansal Ürünler

Bireysel Bankacılık	<ul style="list-style-type: none">• Yeşil İpotek• Yeşil Konut Sermayesi Kredisi• Yeşil Ticari Bina Kredisi• Yeşil Araç Kredisi• Yeşil Kredi Kartı
---------------------	---

Kurumsal Bankacılık ve Yatırım Bankacılığı	<ul style="list-style-type: none">• Yeşil Proje Finansmanı• Yeşil Menkul kıymetleştirme• Yeşil Risk Sermayesi ve Özel Sermaye• Teknoloji Kiralama• Karbon Finansmanı• Yeşil Tahviller
Varlık Yönetimi	<ul style="list-style-type: none">• Yeşil Mali Fonlar• Yeşil Yatırım Fonları• Karbon Fonları• Doğal Afet Fonları• Borsa Yatırım Fonları
Sigorta	<ul style="list-style-type: none">• Araç Sigortası• Karbon Sigortası• Doğal Afet Sigortası• Yeşil Sigorta

Kaynak: UNEP FI, 2007a; Mohd ve Kaushal, 2018, s. 66; Noh, 2010, s. 10.

Bireysel Bankacılık: Temelde, hane halkı ve Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler (KOBİ) için oluşturulmuş kişisel ve ticari bankacılık ürün ve hizmetlerini içermektedir. Perakende alanındaki ürün ve hizmetlere ilave olarak krediler, ipotekler, bankamatik ve kredi kartı hizmetleri, seyahat çekleri, havaleler, nakit yönetimi hizmetleri ve sigorta gibi ürün ve hizmetlerden oluşmaktadır (UNEP FI, 2007b, s. 15).

Kurumsal Bankacılık ve Yatırım Bankacılığı: Büyük şirketlerin, kurumların, hükümetlerin ve diğer kamu kuruluşlarının bankacılık alanında yaşadıkları sıkıntılara karşı uluslararası kapsamda çözüm üretmektedir. Kurumsal ve yatırım bankacılığı hizmeti olan finansal kuruluşlar, kendi adlarına veya müşterileri adına borç ihracı gerçekleştirme, fon yönetme, kurumsal birleşme ve satın alma gibi tavsiyeler verebilmektedir. Özünde döviz, hisse senedi gibi varlıkların alım satımını yaparak sermaye toplayan finansal araçlardır (UNEP FI, 2007b, s. 24).

Varlık Yönetimi: Emlak planlaması, yatırım fonları, vergiler, uluslararası finansal planlama ve fiyat indirim komisyonculuğu gibi konularda finansal tavsiye sağlamaktadır. Varlık yöneticileri tarafından varlık ve hisse seçimi, plan uygulaması ve yatırım faaliyetlerinin düzenli bir şekilde izlenerek raporlanması gibi konularda uzmanlaşmaktadır. Ayrıca Varlık Yönetimi'nin ana sektörleri arasında yatırım fonları, emeklilik fonları ve özel müşteri varlıkları bulunmaktadır (UNEP FI, 2007b, s. 33).

Sigorta: Hayat Sigortaları ve Genel Sigortalar olarak iki gruba ayrılmaktadır. Yeşil sigorta ise Genel Sigortalar içerisinde yer almakta ve iki ürün alanını kapsamaktadır. İlki, çevreyle ilgili özelliklerine göre sigorta primi farklılaşan sigortalardır. İkincisi ise, temiz teknolojiler ve emisyon azaltıcı eylemler için özel olarak planlanan sigorta ürünleridir (UNEP FI, 2007b, s. 36).

1.1.Yeşil Tahviller

İklim değişikliğinin negatif etkilerinin azaltılması konusunda etkin finansal ürünlerden biri olan yeşil tahviller, klasik tahvillerin borçlanma ve yatırım aracı olma özelliğine sahip olmakla birlikte hem yeşil hem de finansın özelliklerini birleştirmekte ve bu şekilde diğer tahvillerden ayrılmaktadır (Wang ve Zhi, 2016, s. 314).

Yeşil tahvil ihraç eden kurum ve kuruluşlar, projeleri için kaynak tahsis ederken aynı zamanda çevresel etkileri de hesaba katarak pozitif bir etki ortaya çıkarmaktadır. Yatırımcılar tahvil ihracı sonrasında nakit akışı yaratarak fayda sağlamakta ve elde ettikleri bu nakdi ise sadece sürdürülebilirlik alanındaki projelere tahsis etmek zorundadır. Bu açıdan her hangi bir kurumun yeşil tahvil ihraç ederek elde ettiği fonlar, çevreci projelere veya düşük karbon salınımı destekleyen alanları finanse etmelidir (Erdoğan, 2022, s. 110).

Yeşil tahvil ihraç edilerek elde edilen fonlar aşağıdaki bazı yeşil projelerde kullanılabilir. Bunlar (Jun vd., 2016, s. 13; ICMA, 2021):

- Yenilenebilir enerji,
- Enerji verimliliği,
- Kirliliğin önlenmesi ve kontrol altına alınması,
- Doğal kaynakların sürdürülebilir yönetimi
- Biyolojik çeşitliliğin korunması,
- Temiz ulaşım,
- Sürdürülebilir su ve atık su yönetimi,
- Döngüsel ekonomiye uyarlanmış ürün, üretim teknolojileri ve süreçleri,
- Yeşil binalar olarak sıralanabilmektedir.

Yeşil ekonominin gelişmesi ve sürdürülebilir projelerin desteklenmesi açısından önemli bir araç olan yeşil tahviller ilk olarak 2007 yılında Avrupa Yatırım Bankası tarafından yenilenebilir enerji ve enerji verimliliği iyileştirme projelerinin finansmanında kullanılmak üzere “İklim Farkındalık Tahvili” adıyla çıkarılmıştır (Wang ve Zhi, 2016, s. 313). İlk yeşil tahvil ihracının ardından, 2008 yılında Dünya Bankası tarafından 440 milyon USD tutarında yeşil tahvil piyasaya sunulmuştur. 2010 yılında Uluslararası Finans İşbirliği, Avrupa İmar ve Kalkınma Bankası ve diğer kamu kuruluşlarının da katılımıyla toplam 4 milyar USD değerinde yeşil tahvil ihraç edilmiştir (Annica vd., 2016, s. 27). Genellikle kamu kurum ve kuruluşları tarafından ihraç edilen yeşil tahviller, Fransız bir enerji şirketi tarafından 2013 yılında ihraç edilmesinin ardından özel sektörde de yaygınlaşarak gelişmiştir (Özer, 2017, s. 74).

2015 yılında yeşil tahvil piyasasına Brezilya, Danimarka, Estonya, Çin, Hindistan ve Meksika'nın da dâhil olduğu diğer ülkelerin katılımıyla, yıllık yaklaşık 41 milyar USD tutarında yeşil tahvil ihraç edilmiştir (Annica vd., 2016, s. 28). 2017 yılında 155,5 milyar USD'ye ulaşan yeşil tahvil piyasası aynı yıl içerisinde ihraç edilen tahvillerin yaklaşık %2'sine karşılık gelmektedir (Green Finance Taskforce, 2018, s. 15). Dünya Bankası tek başına 2008 yılı ile 2022 yılları arasında yaklaşık olarak 18 milyar USD değerinde yeşil tahvil ihraç etmiştir (World Bank, 2022). Yeşil tahvil ihracı 2021 yılı sonu itibariyle 522,7 milyar USD'ye, 2022 yılında ise 487,1 milyar USD'ye ulaşmıştır (Climate Bonds Initiative, 2021).

2022 yılında Avrupa Yatırım Bankası tarafından düşük karbonlu ulaşım, enerji verimliliği ve yenilenebilir enerji projelerinde kullanılmak üzere 4,3 milyar Amerikan doları tutarında yeşil tahvil ihraç edilmiştir. Aynı yıl Çin Bankası tarafından en büyük kurumsal yeşil tahvil ihraç gerçekleştirilmiştir. 4,7 milyar Amerikan doları büyüklüğündeki tahvil, yenilenebilir enerji, düşük karbonlu ulaşım, atıkların geri dönüştürülmesi ve su projelerinde kullanılmak üzere ihraç edilmiştir (Climate Bonds İnitiation, 2021, s. 6).

Uluslararası Sermaye Piyasası Birliği (ICMA) tarafından yeşil tahvil piyasasının geliştirilmesinde şeffaflık ve açıklığı önererek bütünlüğü teşvik etmek üzere “Yeşil Tahvil İlkeleri” oluşturulmuştur. Yeşil tahvil ilkeleri, ihraççıların herhangi bir yeşil tahvilin özelliklerini anlamaları için kullanabilecekleri bir araç ve ihraççılar aracılığıyla paydaşlara bildirilecek ve raporlanacak olan bilgi şeffaflığının, doğruluğunun ve bütünlüğünün önemiyetini öne çıkarmaktadır. Bu kapsamda yeşil tahvil ilkeleri (ICMA, 2021);

- Gelir Kullanımı
- Proje değerlendirme ve belirleme süreci
- Gelirin yönetimi
- Raporlama

olmak üzere dörde ayrılmaktadır.

Gelir Kullanımı; yeşil tahvillerden elde edilen gelirler ihraççılar tarafından değerlendirilerek çevresel fayda sağlayan yeşil projelerde kullanılmalıdır. Gelirlerin hangi projelerde kullanılacağı önemli olup yenilenebilir enerji, enerji verimliliği, kirliliklerin önlenmesi ve kontrol altına alınması ve temiz ulaşım gibi projeler örnek verilebilir (ICMA, 2021, s. 4);

Proje Değerlendirme ve Belirleme Süreci; yeşil tahvil ihraç edenler, yatırımcılara projelerin çevresel sürdürülebilirlik konusundaki hedeflerini, yapılacak projelerin yeşil proje kapsamında değerlendirildiğine dair bilgileri, ilgili projelerle alakalı olarak muhtemel sosyal ve çevresel risklerin tanımlandığı ve yönetilen süreçlerle ilişkili bilgileri sağlamalıdır (ICMA, 2021, s. 5).

Gelirin yönetimi; yeşil tahvil ihracından elde edilen net gelir veya bu gelire eşit bir tutar, bir alt hesaba aktarılmalı, bir alt portföye taşınmalı veya ihraççı tarafından takip ve tasdik edilmelidir. Ayrıca yeşil tahvillerden elde edilen gelirler tahvil başına veya birden fazla yeşil tahvil için toplu bir şekilde yönetilebilmektedir (ICMA, 2021, s. 6).

Raporlama: İhraççılar, tamamı tahsil edilene kadar yıllık olacak şekilde yenilenecek gelirlerin nasıl kullanılacağına ilişkin güncel bilgiler hazır etmeli ve önemli ilerlemeler olması durumunda zamanında temin etmelidir. Yıllık olarak hazırlanan bu rapor, gelirlerin ayrıldığı projelerin listesini ve projelerin açıklamasını, ayrılan tutarları ve beklenen etkileri kapsamalıdır (ICMA, 2021, s. 6).

Yeşil tahviller ihraççılara, yatırımcılara ve politika yapıcılara bir takım avantajlar sunmaktadır. Bu avantajlar Çizelge 2’te açıklanmaktadır.

Çizelge 2: Yeşil Tahvillerin Avantajları

	Avantajlar
İhraççılar	<ul style="list-style-type: none">• Sürdürülebilirlik stratejisini duyurmalarına yardımcı olmak• Borç sağlayıcılarla ilişkilerin iyileştirilmesi ve yatırımcı tabanının genişletilmesi• Finans ve sürdürülebilirlik bölümleri arasındaki ilişkilerin güçlendirilmesi
Yatırımcılar	<ul style="list-style-type: none">• Daha bilinçli yatırım stratejileri geliştirmeye yardımcı olmak• Uzun vadeli iklim stratejilerinin sorunsuz şekilde uygulanmasını kolaylaştırmak• Yatırımcıların kısıtlı yatırım portföylerini genişletmelerine yardımcı olmak
Politika Yapıcılar	<ul style="list-style-type: none">• Yeşil ihraççıları ve yatırımcıları bir araya getirerek düşük karbon ekonomisine geçişin desteklenmesini sağlamak

Kaynak: Shishlov, Morel ve Cochran, 2016, s. 4.

3. Türkiye’de Yeşil Tahvil Uygulamaları

Türkiye’de ilk yeşil tahvil ihracı 2016 yılında Türkiye Sınai ve Kalkınma Bankası tarafından yedi bankanın koordinatörlüğünde gerçekleştirilmiştir. Sürdürülebilir yatırımlarda kullanmak amacıyla toplamda 300 milyon dolarlık 5 yıl vadeli olarak gerçekleştirilen ihrac, uluslararası piyasalarda 317 kurumsal yatırımcıdan 4 milyar dolar tutarında talep almıştır (Menteşe, 2021, s. 108). Yeşil tahvil ihracından elde edilen kaynak yenilenebilir enerji, sağlık, elektrik dağıtımı, enerji ve kaynak etkinliği ve liman projelerinin finansmanında kullanılmıştır. Çizelge 3, ilk yeşil tahvil ihracının hangi projelere ne oranda dağıtıldığını göstermektedir.

Çizelge 3: Yeşil Tahvil İhracından Elde Edilen Gelirin Dağılımı

Projeler	Proje Sayısı	Oran (%)
Yenilenebilir enerji	7	42.6
Sağlık	1	10.7
Elektrik Dağıtımı	5	24.9
Enerji ve Kaynak Etkinliği	2	1.8
Limanlar	4	20
Toplam	19	100

Kaynak: Türkiye Sınai ve Kalkınma Bankası, 2017, s. 14.

Türkiye Sınai ve Kalkınma Bankası'nın ilk yeşil tahvil ihracını gerçekleştirmesinin ardından bankalar ve şirketler tarafından da sürdürülebilir ve yeşil yatırımlarda kullanılmak üzere yeşil tahvil ihraç edilmiştir. Bunlardan bazıları aşağıda sıralanmıştır.

- YDA Grup, 2017 yılında yurtiçi sermaye piyasalarında nitelikli yatırımcıya yönelik olarak ihraç edilen ve “yeşil/sürdürülebilir tahvil” özelliğini taşıyan 300 milyon TL değerinde tahvil ihraç etmiştir (ESCARUS, 2017).
- Rönesans Sağlık Yatırım, 2016 yılında Elazığ Şehir Hastanesi projesinin finansmanında kullanılmak üzere 288 milyon Euro değerinde yeşil ve sosyal tahvil ihracı gerçekleştirmiştir (Rönesans Sağlık Yatırım, 2016).
- Garanti BBVA, 2019 yılında yeşil tahvil ilkeleriyle uyumlu, yenilenebilir enerji, enerji verimliliği ve atık yönetimi gibi projelerde kullanılmak üzere 5 yıl vadeli 50 milyon dolar tutarında yeşil tahvil ihraç etmiştir (Garanti BBVA, 2020).
- Yapı Kredi Bankası A.Ş., 2019 yılında yenilenebilir enerji projelerinin finansmanında kullanılmak üzere 50 milyon dolar tutarında yeşil tahvil ihraç etmiştir (Yapı Kredi, 2020).
- Vestel Elektronik Sanayi ve Ticaret A.Ş., 2020 yılında sürdürülebilirlik onaylı olan ve TL cinsinden ihraç edilen ilk yeşil tahvili Garanti BBVA aracılığıyla gerçekleştirmiştir. Doğa dostu yatırımlarda kullanılmak üzere ihraç edilen yeşil tahvil 750 milyon TL tutarındadır (Türk, 2020),
- QNB Finansbank, 2021 yılında yeşil bina projelerinde kullanılmak üzere 50 milyon dolarlık yeşil tahvil ihraç etmiş (QNB Finansbank, 2021).
- Arçelik A.Ş., 2021 yılında 5 yıl vadeli 350 milyon Euro tutarında yeşil tahvil ihraç etmiş (Arçelik A.Ş., 2022).
- AYDEM Enerji, 2021 yılında 5.5 yıl vadeyle 750 milyon dolar tutarında yeşil tahvil ihracı gerçekleştirmiştir (AYDEM Enerji, 2021).

Hazine ve Maliye Bakanlığı ise ilk yeşil tahvil ihracını 2023 yılında gerçekleştirmiştir. 2,5 milyar USD değerinde 2030 yılı vadeli olarak ihraç edilen tahvilin %31'i Birleşik Krallık, %19'u Türkiye, %18'i ABD, %16'sı Orta Doğu, %15'i diğer Avrupa ve %1'i diğer ülkelerdeki yatırımcılara satılmıştır (T.C. Hazine ve Maliye Bakanlığı, 2023).

Kandır ve Yakar (2017) yeşil tahvil piyasasının Türkiye'de geliştirilmesi amacıyla;

- Sermaye Piyasası Kurulu ve Borsa İstanbul tarafından yeşil tahvil üzerine bilgilendirme yapılması,
- Yeşil tahvil standartlarının oluşturulması,
- Tahvillerin yeşil olup olmadığının değerlendirilmesi amacıyla iç ve dış değerlendirmeye imkân sağlanması,
- Borsa İstanbul tarafından yeşil tahvil ihracına yönelik teşvik edici kararların alınması,
- Yeşil sukuk için gereken düzenlemelerin yapılması,
- Borsa İstanbul'da yeşil tahvil listelerinin veya piyasalarının oluşturulması ve
- Yeşil tahvil endeksinin oluşturulması gerektiğini belirtmişlerdir.

Türkiye ekonomisi açısından yeşil tahvil potansiyelinin özellikle enerji dönüşümü için yüksek olduğu düşünülmektedir. Bu kapsamda kamu kuruluşları, reel sektör, enerji sektörü ve finans

sektörü açısından yeşil tahvil potansiyeli değerlendirilmiştir (Dinçel, 2022). Çizelge 4, Türkiye'nin enerji dönüşümü yatırımları odaklı yeşil tahvil potansiyelini göstermektedir.

Çizelge 4: Türkiye'nin Enerji Dönüşümü Yatırımları Odaklı Yeşil Tahvil Potansiyeli (milyon dolar)

	2022-2030	Yıllık Ortalama
Kamu	5.000	556
Hazine	3.000	333
Türkiye Varlık Fonu	500	56
Elektrik Üretim A.Ş.	500	56
Türkiye Elektrik İletim A.Ş.	500	56
Diğer	500	56
Finans Sektörü	3.000	333
Bankalar	2.500	278
Diğer Finans Kuruluşları	500	56
Enerji Sektörü	2.000	222
Elektrik Üretimi	1.000	111
Elektrik Dağıtım	500	56
Diğer (Yenilenebilir Enerji Ekipmanları, Yeni Teknolojiler)	500	56
Reel Sektör	6.000	667
İmalat Sanayi	4.000	444
Büyük Sanayi Kuruluşları (İSO 500 ve İkinci 500)	3.000	333
Hizmet ve Ticaret	1.500	167
Diğer	500	56
Toplam	16.000	1.778

Kaynak: Dinçel, 2022, s. 10.

Yapılan değerlendirmeler sonucunda 2022-2030 yılları arasında toplam olarak 16 milyar USD değerinde potansiyel olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Yıllık olarak ise 1,8 milyar USD değerinde yeşil tahvil potansiyeli bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır (Dinçel, 2022, s. 10).

4. SONUÇ

Ülkeler, yeşil projelerin finansmanı için gün geçtikçe artan bir şekilde yeşil tahvil ihraç etmektedirler. Yeşil projelerin finansmanında kullanılmak üzere ihraç edilen yeşil tahviller, finans sektöründe yeşil dönüşümün gerçekleştirilmesine katkı sağlamaktadır. Bu açıdan yeşil tahvil piyasalarının oluşturulması ve geliştirilmesi gerekmektedir. Bu bağlamda Merkez bankaları yeşil tahvil yönergeleri yayımlayabilir ve yeşil tahvillere yönelik olarak belli kriterler belirleyebilir. Bu kriterler yeşil tahvillerin hangi projelerde kullanılabilceği, gelir kullanımı ve açıklama standartlarını içerebilir (T.C Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı, İklim Değişikliği Başkanlığı, 2022, s. 6).

Dünya’da ilk olarak Avrupa Yatırım Bankası tarafından 2007 yılında çıkarılan yeşil tahvil, günümüze kadar olan süreçte birçok ülke veya kurum tarafından çıkarılmış ve ihraç edilmiştir. Birçok ülke düşük karbonlu, yeşil ekonomiye geçişi hızlandırmak amacıyla mali harcamalarının bir kısmını ayırmıştır. Özellikle Avrupa Birliği üye ülkeleri yeşil geçişin finansmanını sağlamak amacıyla yeşil tahvil ihraç etmeye devam etmektedir (Climate Bonds Initiative, 2022, s. 7).

Türkiye’de ise 2016 yılında gerçekleştirilen ilk yeşil tahvil ihracının ardından, bazı özel ve kamu kuruluşları tarafından da ihraç gerçekleştirilmiştir. Bu ihraçlar genellikle enerji sektöründe gerçekleştirilecek yatırımların finansmanında kullanılsa da sağlık, atık yönetimi ve yeşil bina yatırımlarına da kaynak ayrılmıştır.

Türkiye ekonomisi açısından henüz yeni sayılabilecek yeşil tahvil piyasası, gerek kamu kurum ve kuruluşları gerekse özel sektörün bilinçli, kararlı ve tutarlı çalışmalarıyla gelişebilir. Belli düzenlemeler doğrultusunda yeşil tahviller için bilgilendirmelerin yapılması, yeşil tahvil ihracının teşvik edilmesi gerekmektedir. Belki de en önemlisi sektörlerin yeşillendirilmesi gerekliliğiyle tüm sektörlerin topyekûn yatırımlara yönelmesi, Türkiye ekonomisinde yeşil projelerin sayısının artmasına ve yeşil tahvil ihracının artarak finansmanın sağlanmasına yardımcı olabilecektir.

KAYNAKÇA

Annica, C. Glenting, C. Hogg, D. Georgiev, I. Skolina, J. Eisinger, F. Jespersen, M. Agster, R. Fawkes, S. and Chowdhury, T. (2016), Study on the potential of green bond finance for resource-efficient investments, European Commission Report.

Arçelik A.Ş. (2022). Yeşil Tahvil Alokasyon ve Etki Raporu Özeti. <https://www.arcelikglobal.com/media/6949/arcelik-2018-21-alokasyon-ve-etki-raporu-tr-ozet.pdf> (Erişim Tarihi: 11.08.2023).

AYDEM Enerji. (2021). Aydem Yenilenebilir Enerji, 750 milyon dolarlık yeşil tahvil ihracını başarıyla gerçekleştirdi. <https://www.aydemenerji.com.tr/bulten/37/aydem-yenilenebilir-enerji-750-milyon-dolarlik-yesil-tahvil-ihracini-basariyla-gerceklestirdi> (Erişim Tarihi: 11.08.2023).

Climate Bonds Initiative (2021). Sustainable Debt Global State of The Market 2022. https://www.greenfinanceplatform.org/sites/default/files/downloads/resource/cbi_sotm_2022_03b.pdf

Dinçel, G. (2022). Yeşil Yeni Düzen Bağlamında Türkiye’de Enerji Dönüşümünün Finansmanı. Politika Notu 2: Enerji Dönüşümü Perspektifinden Türkiye’nin Yeşil Tahvil Potansiyeli. SHURA Enerji Dönüşümü Merkezi <https://shura.org.tr/> (Erişim Tarihi: 17.08.2023).

Dumlu, T. ve Keleş, E. (2023). Kurumsal Yeşil Tahviller Ve Firma Değeri: Türkiye Uygulamaları. Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, 8(1).

- G20 Green Finance Study Group (2016). G20 Green Finance Synthesis Report. <http://www.g20.utoronto.ca/2016/green-finance-synthesis.pdf> (Erişim Tarihi: 17.08.2023).
- Garanti BBVA (2020). Garanti BBVA 2019 Entegre Faaliyet Raporu. <https://www.garantibbvainvestorrelations.com/tr/> (Erişim Tarihi: 10.08.2023).
- Green Finance Platform. (t.y.). Explore Green & Sustainable Finance. <https://www.greenfinanceplatform.org/page/explore-green-finance> (Erişim Tarihi: 14.07.2023).
- Green Finance Taskforce (2018). Accelerating Green Finance. https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/703816/green-finance-taskforce-accelerating-green-finance-report.pdf (Erişim Tarihi: 07.07.2023).
- International Capital Market Association (ICMA). (2021). Green Bond Principles Voluntary Process Guidelines for Issuing Green Bonds.
- Jun, M. Kaminker, C. Kidney, S. and Pfaff, N. (2016). Green Bonds: Country Experiences, Barriers and Options. Input Paper In support of the G20 Green Finance Study Group.
- Kahlenborn, W. Cochu, A. Georgiev, I. Eisinger, F. and Hogg, D. (2017). Definin “green” in the context of green finance. Final Report. European Commission. Brussels.
- Menteşe, B. (2021). Yeşil Tahvilin Gelişimi ve Türkiye’deki Uygulamaları. Muhasebe ve Finans Araştırmaları Dergisi. 3(1), 94-116.
- Mohd, S. and Kaushal, V. K. (2018). Green Finance: A Step towards Sustainable Development. MUDRA: Journal of Finance and Accounting Volume 5, Issue 1, pp. 59-74. doi: 10.17492/mudra.v5i01.13036
- Noh, H. J. (2010). Financial Strategy to Accelerate Innovation for Green Growth. Korea Capital Market Institute Senior Research. <https://www.oecd.org/sti/ind/45008807.pdf>
- Özer, M. (2017). Yeşil Tahviller. Türkiye Sermaye Piyasaları Birliği Gösterge Dergisi, Kış 2017, ss: 73-82.
- QNB Finansbank (2021). QNB Finansbank'tan Sürdürülebilirlik İçin Bir Adım Daha: Yeşil Tahvil İhracı. Basım Bülteni. <https://www.qnbfinansbank.com/medium/document-file-3152.vsf> (Erişim Tarihi: 11.08.2023).
- Rönesans Sağlık Yatırım (2016). <https://rsy.com.tr/ronesans-saglik-yatirim-elazig-sehir-hastanesini-turkiyenin-ilk-baa2-ratingli-proje-bonusu-ihraci-ile-finanse-etti/> (Erişim Tarihi: 10.08.2023).
- Saeed Meo, M. and Karim, M.Z.A. (2021). The role of green finance in reducing CO2 emissions: An empirical analysis, Borsa Istanbul Review, <https://doi.org/10.1016/j.bir.2021.03.002>
- Scholtens, B. (2017). Why Finance Should Care about Ecology. Trends in Ecology & Evolution, Vol. 32, No. 7 <http://dx.doi.org/10.1016/j.tree.2017.03.013>

Shishlov, I. Morel, I. and Cochran, I. (2016), Beyond transparency: unlocking the full potential of green bonds, Institute for Climate Economics Report, <https://www.i4ce.org/download/unlocking-the-potential-of-green-bonds/> (Erişim Tarihi: 07.07.2023).

Soundarrajan, P. and Vivek, N. (2016). Green finance for sustainable green economic growth in India. *Agric.Econ – Czech*, 62, (1): 35–44. doi: 10.17221/174/2014-AGRICECON

T.C Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı, İklim Değişikliği Başkanlığı (2022). İklim Finansmanında Yeşil Merkez Bankacılığı, Sürdürülebilirlik Bağlantılı Tahviller, Sigortacılık ve Tematik Tahviller Üzerine Bir Değerlendirme. <https://iklim.gov.tr/> (Erişim Tarihi: 17.08.2023).

TSKB Sürdürülebilirlik Danışmanlığı A.Ş. (ESCARUS). (2017). YDA İnşaat Yeşil/Sürdürülebilir Tahvil Çerçevesinin Değerlendirilmesi ve İkinci Taraf Görüşü. <https://www.yda.com.tr/wp-content/uploads/2018/04/YDA-ikinci-Taraf-Gorus-Raporu-24-11-2017.pdf> Erişim Tarihi: (10.08.2023).

Türk, Y. (2020). Vestel, Türkiye'nin TL cinsinden ilk sürdürülebilir yeşil tahvil ihracını gerçekleştirdi. <https://www.aa.com.tr/tr/sirkethaberleri/teknoloji/vestel-turkiye-nin-tl-cinsinden-ilk-surdurulebilir-yesil-tahvil-ihracini-gerceklestirdi/658402> Erişim (Tarihi: 11.08.2023).

Türkiye Sınai ve Kalkınma Bankası (2017). TSKB Green / Sustainable Bond. Allocation & Impact Reporting.

UNEP FI (2007a). Green Financial Products & Services: Current State of Play and Future Opportunities https://www.unepfi.org/fileadmin/documents/ceo_briefing_green.pdf (Erişim Tarihi: 11.07.2023).

UNEP FI (2007b). Green Financial Products and Services (Report); Canada 2007. https://www.unepfi.org/fileadmin/documents/greenprods_01.pdf (Erişim Tarihi: 11.07.2023).

UNEP. (2016). Definitions and Concepts https://unepinquiry.org/wp-content/uploads/2016/09/1_Definitions_and_Concepts.pdf (Erişim Tarihi: 17.08.2023).

Wang, K. Tsai, S.B., Du, X. and Bi, D. (2019). Internet Finance, Green Finance, and Sustainability. *Sustainability*, 11, 3856; doi:10.3390/su11143856

Wang, M. Li, X. and Wang, S. (2021). Discovering research trends and opportunities of green finance and energy policy: A data-driven scientometric analysis. *Energy Policy* 154. 112295.

Wang, Y. and Zhi, Q. (2016). The role of green finance in environmental protection: Two aspects of market mechanism and policies. *Energy Procedia* 104. 311 -316.

World Bank, 2022. <https://treasury.worldbank.org/en/about/unit/treasury/ibrd/ibrd-green-bonds#:~:text=World%20Bank%20Green%20Bonds%20are,any%20other%20World%20Bank%20bonds> (Erişim Tarihi: 07.07.2023).

Yapı Kredi (2020). Yapı Kredi sürdürülebilirlik alanında, şimdi de ilk yeşil tahvil ihracını gerçekleştirdi. <https://www.yapikredi.com.tr/yapi-kredi-hakkinda/haberler/detay/179425> (Erişim Tarihi: 10.08.2023).

Yılmaz, N. K. (2019). Sürdürülebilirlik Perspektifiyle Finansa Yeni Bir Yaklaşım Yeşil Finans ve Uygulamaları. *Florya Chronicles of Political Economy*, 5(2), 139–160.

SAVUNMA HARCAMALARI EKONOMİK BÜYÜME İLİŞKİSİ: SEÇİLMİŞ OECD ÜLKELERİ ÖLÇEĞİNDE PANEL VERİ ANALİZİ

Prof. Dr., Burcu GÜVENEK

Selçuk Üniversitesi, - 0000-0002-7159-2555

Prof. Dr., Zeynep KARAÇOR

Selçuk Üniversitesi, - 0000-0003-2050-644X

Esra TANHAN

Selçuk Üniversitesi, - 0009-0004-7518-9626

Arş. Gör., Rumeysa GEVHER

Selçuk Üniversitesi, - 0000-0001-5741-311

ÖZET

Savunma harcamaları, ülkelerin iç ve dış tehditlerinin önlenmesi ve ulusal varlığın devamlılığının oluşması için ayrılan paydır. Savunma harcamaları, ülkeler ve dönemler arasında farklılık gösterse de GSYİH içerisinde önemli bir orana sahiptir. Milli güvenliğin etkin bir şekilde sağlanması için savunma hizmetlerinin devamlılığı gerekmektedir. Savunma harcamaları bölgesel olarak farklılıklara bağlı değişiklik gösterse de genel konjonktürde artış göstermektedir. Ülkelerin ulusal egemenliklerini, bağımsızlıklarını ve sınırlarını tehdit eden her türlü iç ve dış unsurlara karşı savunma sistemleri geliştirmek için önemli harcamalar yapılmaktadır. Savunma harcamalarında meydana gelen artışlar pek çok çalışmaya konu olmuş, özellikle savunma harcamaları ve ekonomik büyüme ilişkisi çeşitli boyutlarıyla ortaya konmaya çalışılmıştır. Literatürdeki çalışmaların bazıları savunma harcamalarının ekonomik büyümeyi olumlu etkilediğini öne sürerken, bazıları ise ekonomik büyüme üzerindeki negatif etkiler üzerinde durmuştur. Benzer şekilde savunma harcamalarında meydana gelen söz konusu artışların ekonomik büyüme üzerinde etkisinin incelendiği bu çalışmada seçilmiş 23 OECD ülkesinin verileri panel veri analizi tekniği kullanılarak analize tabii tutulmuştur. Analiz sonuçları yorumlandığında Keynesyen Harcama Teorisi kapsamında savunma harcamalarındaki artışın ekonomik büyüme performansını olumlu yönde etkilediği tespiti yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Savunma Harcamaları, Ekonomik Büyüme, Panel Veri Analizi

1.GİRİŞ

Savunma harcamalarının tarihi insanlık tarihi kadar köklüdür. İnsanlar için servetlerini ve kaynaklarını korunması her zaman önemli olmuştur. İnsanlık tarihinin ilk çağlarında devlet kavramı yoktu. Fakat insanların yerleşik hayata geçtiği, hayvanları evcilleştirildiği ve tarım

faaliyetlerinin geliştirildiği bu dönemde dışardan gelebilecek tehditlere karşı güvenlik ihtiyacı doğmuştur. İlk çağlarda olduğu gibi günümüzde de tehditlere karşı korunma ihtiyacı vardır (Topal, 2023:249). Ulusal ve bölgesel çaplı emniyeti sağlamak için ihtiyaç duyulan savunma amaçlı yapılan harcamalar ülkelerin önemli bütçe kalemini oluşturmaktadır. Tarih boyunca devletler güvenliklerini sağlamak ve devam ettirmek için sayısız yöntem kullanmıştır. Bu yöntemler ülkenin ekonomik durumuna yük oluşturmasına rağmen ulusal güvenlik tehditlerine karşı savunma araçlarının var olması devletin başlıca gereksinimlerindedir. Ülkeler özellikle de savaş dönemlerinde kaynaklarının önemli bir bölümünü savunma harcamalarına ayırmaktadır (Baltacı ve Hayaloğlu, 2021:157-158). Savunma harcamalarının miktarı ülkelerin gelişmişlik seviyelerine göre farklılık göstermektedir. Savunma harcamalarının düzeyi ise, jeopolitik konum, milli gelir kaynaklı oluşan tehdit düzeyi ve politik ve ekonomik güç ile önemli derecede alakalıdır (Küçüköğlü, 2023:20).

Ulusal ve bölgesel çaplı emniyeti sağlamak için ihtiyaç duyulan savunma amaçlı yapılan harcamalar ülkelerin önemli bütçe kalemini oluşturmaktadır. Tarih boyunca devletler güvenliklerini sağlamak ve devam ettirmek için sayısız yöntem kullanmıştır. Bu yöntemler ülkenin ekonomik durumuna yük oluşturmasına rağmen ulusal güvenlik tehditlerine karşı savunma araçlarının var olması devletin başlıca gereksinimlerindedir. Ülkeler özellikle de savaş dönemlerinde kaynaklarının önemli bir bölümünü savunma harcamalarına ayırmaktadır (Baltacı ve Hayaloğlu, 2021:157-158). Savunma harcamalarının miktarı ülkelerin gelişmişlik seviyelerine göre farklılık göstermektedir. Savunma harcamalarının düzeyi ise, jeopolitik konum, milli gelir kaynaklı oluşan tehdit düzeyi ve politik ve ekonomik güç ile önemli derecede alakalıdır (Küçüköğlü, 2023:20).

Ülkeler, ekonomik büyüme sağlayarak GSYH'lerini arttırmak ve gelişmek isterler. Bu gelişim ülke ekonomileri açısından rekabet edilebilirliği arttırarak kalkınmayı beraberinde getirmektedir. Savunma harcamalarının ekonomik büyümeyle ilişkisini ortaya koyan birçok çalışma yapılmıştır. Bu çalışmalardan bazıları savunma harcamalarına ayrılan payın artış göstermesinin ekonomik büyümeye negatif olarak etki ettiğini ileri sürmektedir. Diğer çalışmalar ise savunma harcamalarındaki artışın ekonomik büyümeye pozitif etki ettiği sonucuna ulaşmıştır.

2. SAVUNMA HARCAMALARI VE EKONOMİK BÜYÜME İLİŞKİSİ

Savunma hizmetleri ile ülkelere bir saldırının gerçekleştirilmesi durumunda caydırma ve karşı koyabilme hedeflenmektedir. Bu hedefin gerçekleştirilebilmesi için askeri eğitim ve malzeme gibi harcamaların yapılması gereklidir. Silah ve ekipman üretimi, Ar-Ge faaliyetleri, ülkeyi iç ve dış tehditlerden korumak amacıyla milli gelirden personele yapılan harcamalar savunma harcamalarına örnek olarak verilebilir. Savunma harcamaları bazı kimseler tarafından gereksiz olarak düşünülse dahi geçmişten bugüne savunma hizmeti devletin varoluşunun ana göstergesi olmuştur (Canbay ve Mercan, 2017: 87-88).

Ülkenin savunma harcamalarına yaptıkları ödemeler ve ayırdıkları bütçe, farklı faktörlere bağlı olarak değişiklik göstermektedir. Farklılıkların oluşmasının nedenleri, bölgesel tehdit, jeopolitik konumları ve geçmişten günümüze ülkelerin kendi içerisinde yaşadıkları tarihsel birikim olarak sıralanabilir. Soğuk savaş öncesi dönemle karşılaştırıldığında savunma

harcamaları GSYH'nin yaklaşık %5'ini içermektedirken savaş sonrası dönemle beraber bu %5'lik pay ciddi artış göstermiştir. Bu artışın bir nedeni küresel çapta başlayan terör faaliyetleri ve uluslararası siyasette yaşanan sorunlar olarak gösterilebilir (Akbulut, 2023:34).

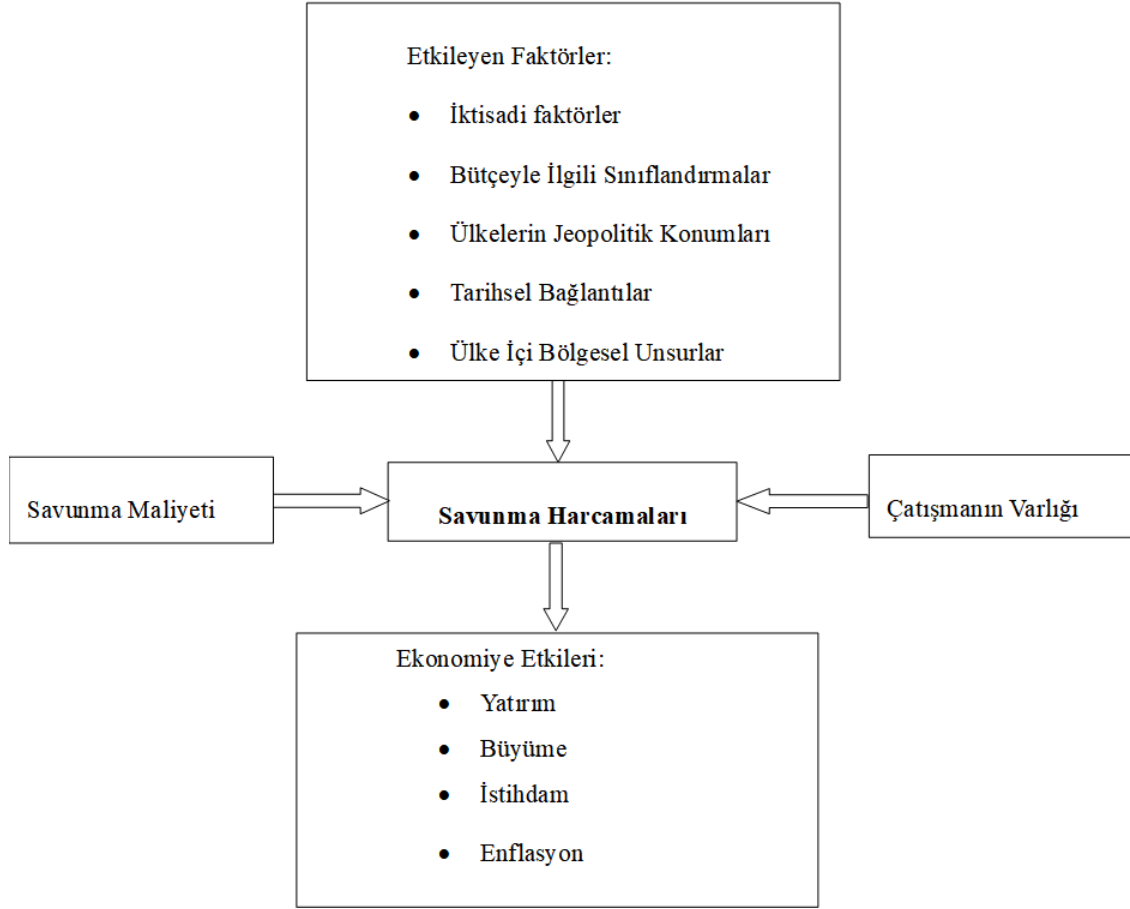
Savunma harcamaları; teknolojik gelişmelerin ekonomide kamu ve özel sektör tarafından kullanılmasına imkân sağlaması ve ekonominin eksik istihdam düzeyinde kaynak kullanımı vasıtasıyla talep artışı sağlaması nedeniyle ekonomiye olumlu katkılar yaratabilen harcamalardır. Fakat bu harcamalar milli gelire doğrudan değil dolaylı olarak etki etmekte ve diğer yatırımlara göre daha az verimli olmaktadır. Buna rağmen, savunma harcamalarının ülkeler için oldukça kritik bir öneme sahip olduğunu ve çoğu ülkenin bütçesinde çok yüksek bir paya sahip olduğunu da ifade etmek gerekmektedir (Demircan, 2008:89). Savunma harcamaları, ulusal refahının, toplumun birlik ve bütünlüğün oluşması ve devam ettirmesi, iç ve dış güvenliğinin sağlanması ve oluşabilecek tehditlerin engellenmesi amacıyla, devletler milli gelirlerinden savunma harcamalarında kullanılmak üzere bütçe ayırmaktadır (Küçüköğlü, 2023:19).

Savunma harcamalarının belirlenmesinde bazı etmenler etkili olabilir. Bu etmenler aşağıda sıralanmaya çalışılmıştır:

- Diğer ülkelerdeki silahlanma artışı,
- İç ve dış tehditler ve/veya terör olayları,
- Küresel rekabet,
- Coğrafi konum,
- Milli gelir artışı
- Hükümet politikaları.

Ülkelerin ekonomik olarak büyümesi iki farklı şekilde gerçekleşmektedir. Bunlardan ilki tam istihdam düzeyi altında kullanılan kaynakların verimlilik seviyesindeki yükseliş şeklinde gerçekleştirilmesi ikincisi olarak ise tam istihdam düzeyinde kullanılan kaynaklara üzerine yeni kaynakların eklenmesi biçiminde üretimin gerçekleştirilmesidir. Dolayısıyla ekonomik büyüme, ekonominin üretim kapasitesi ve verimliliğiyle bağlantılıdır (Akiş, 2010:8).

Çizelge 1. Savunma Harcamalarının Ekonomiye Etkileri



Kaynak: Topçu, 2010: 92.

Savunma harcamalarının bileşenlerinin ekonomiye katkıları, türlerine, ülkenin yönetim yapısına ve bu etkileri ölçebilmek için kullanılan analiz biçimleri ile verilerdeki değişkenlere bağlı olarak değişiklik göstermektedir. Bu nedenle ülkelerin kendi aralarında karşılaştırılma kısıtı sunan savunma harcamalarıyla, enflasyon, ekonomik büyüme ve dış ticaret arasındaki ilişki her zaman tartışma konusu olmuştur. Savunma harcamalarının ekonomik büyüme üzerinde etkileri konusunda iki farklı yaklaşım bulunmaktadır. Bu yaklaşımlar Askeri Keynesçi Yaklaşım ve Neo Klasik Teorik yaklaşımdır (Zengin, 2010:91). Savunma harcamalarının ekonomik büyümeye pozitif etkisinin var olduğunu savunan Askeri Keynesyen yaklaşıma göre, hizmetlere olan talebin artmasıyla kamu harcamalarının ekonominin genel tüketim oranını ve Ar-Ge faaliyetlerine ayrılan askeri harcamalar, gelişmiş teknoloji ile sivil sektörün üretimini artırıyor. Bu bakımdan pozitif dışsallıklar sebebiyle Askeri Keynesçi Yaklaşımda savunma harcamalarının büyümeye etkisi pozitif olarak ele alınmaktadır (Esgin, 2010:32).

Savunma harcamalarının büyümeye negatif yönlü etkisi olduğunu ifade eden Neo-Klasik iktisat görüşüne göre, savunma harcamalarına yapılan harcamalar eğitim, sağlık, ihracat gibi önemli sektörlerde yapılan harcamaların kısılmasına sebep olarak ülke ekonomisi açısından negatif dışsallık oluşturacaktır. Bu durum ekonomik büyümenin negatif etkilenmesine sebep olacaktır (Esgin, 2010: 34).

3.LİTERATÜR TARAMASI

Savunma harcamalarının ekonomiye olan etkilerini konu alan araştırmacılar, etkinin yönünü ve seviyesini ortaya koyan pek çok çalışma yapmışlardır. Bu çalışmalarda araştırmacılar, çoğu zaman savunmaya yapılan harcamalarla ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi ele almışlardır. Bazı çalışmalarda ise, savunmaya yapılan harcamalarla enflasyon, istihdam ve ödemeler dengesi gibi değişkenler arasındaki ilişki ortaya konmuştur. Sonuçları bakımından incelendiğinde çalışmaların bazıları savunma harcamalarının ekonomik büyümeyi olumlu, bazıları olumsuz yönde etkilediği yönünde bulgulara ulaşırken, bazı çalışmalar ise savunma harcamalarının ekonomiye olumlu ya da olumsuz yönde herhangi bir etkisi bulunmadığı sonucuna ulaşmışlardır (Topçu, 2010:83).

Dunne ve Tian (2013) 1988-2010 yılları için 106 ülkede askeri harcamaların ekonomik büyüme üzerindeki etkilerini dışsal büyüme modeli ve dinamik panel veri analizi kullanarak incelemiştir. Dışa açık ve kapalı ülkeleri ayrı ayrı incelediği çalışmasında her iki ülke grubu içinde harcamaların ekonomik büyüme üzerinde negatif etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Anwar, Rafique ve Joiya (2012), 1980-2010 yılları arasında Johansen Eşbütünleşme ve Granger Nedensellik testleri kullanarak Pakistan ve Afganistan'da Ekonomik büyümenin savunma harcamalarındaki artıştan kaynaklandığını sonucuna ulaşmıştır.

Kollias, Manolas ve Paleologou (2004) 1961-2000 dönemini içeren analizde, eş bütünleşme ve Granger nedensellik testleri kullanılarak 15 Avrupa Birliği üyeleri arasındaki ilişkiyi analiz etmiştir. Ekonomik büyüme ile askeri harcamalara doğru tek yönlü bir nedensellik bulunmuştur.

Kalyoncu ve Yücel (2006) 1956-2003 yılları arasında Türkiye'de Granger nedensellik yöntemiyle analiz edilen bu çalışmada savunma harcamalarının ekonomik büyümeyle ilişkisinin tek yönlü nedensellik ilişkisi olduğunu sonucuna ulaşmıştır.

Yıldırım ve Öcal (2014) 2000-2010 yılları arasında 128 ülke için askeri harcamaların ekonomik büyümeye pozitif etki ettiği sonucuna ulaşmışlardır.

Dunne ve Nikolaidou (2012) 1961-2007 yılları arasında seçilmiş Avrupa Birliği ülkeleri için Solow-Swan modeli kullanarak ekonomik büyüme ve savunma harcamaları arasında negatif ilişki bulunduğu saptanmıştır.

Görkem ve Işık (2008) tarafından gerçekleştirilen çalışmada 1968-2006 yılları arasında Türkiye ekonomisi için savunma harcamaları ekonomik büyüme ilişkisi VAR modeli ve Granger nedensellik analizi ile araştırılmıştır. Sonuç olarak nedensellik ilişkisi bulunamamıştır.

Pieroni (2009) çalışmasında 90 ülke için savunma harcamaların ekonomik büyüme ilişkisi negatif yönlü olduğu sonucu bulunmuştur.

Karagianni ve Pempetzoglu (2009) 1949 ve 2004 yılları arasında Lineer ve Lineer olmayan Granger nedensellik yöntemleri kullanılarak analiz edilen çalışmada tek yönlü nedenselliğin savunma harcamalarında ekonomik büyümeye olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Duyar ve Koçoğlu (2014) 6 Afrika ülkesini panel veri analizi ile incelenmiştir. 1990-2012 yıllındaki veriler kullanılarak askeri harcamaların ekonomik büyümeye etkisi pozitif olduğu görülmüştür.

Shahid ve Saba (2015) bu çalışmada 1995-2011 yıllarını kapsayan 56 ülke panel veri analizi kullanılmıştır. Askeri harcamaların ekonomik büyüme üzerinde etkisi olumludur.

Artekin, Konya ve Karaçor (2019) 1970-2018 yılları için G7 ülkelerinde panel veri analizleri kullanılarak ekonomik büyüme ve savunma harcamaları için çift yönlü nedensellik bulunmuştur.

Yıldız ve Akbulut Yıldız (2019) yaptıkları çalışmada 1990-2015 döneminde Türkiye, İran, Umman, İsrail ve Arabistan'a dair ekonomik büyüme ve askeri harcama ilişkisi incelendiğinde çift yönlü ilişki sadece İran için bulunmuştur.

Naimoğlu ve Özbek (2022) çalışmalarında Türkiye için 1960-2019 dönemlerinde Fourier SHIN, SHIN eş bütünleşme, FMOLS VE DOLS yöntemleri kullanılarak savunma harcamalarının ekonomik büyümeyi pozitif yönde etkilediği sonucuna ulaşmışlardır.

4. VERİ VE METODOLOJİ

Bu çalışmada OECD ülkelerindeki savunma harcamaları ile ekonomik büyüme ilişkisi arasındaki ilişki panel veri analizi yöntemi ile ortaya konmaya çalışılmıştır. Bu amaçla çalışmada; Türkiye, Amerika, Portekiz, Kanada, İsveç, Fransa, Belçika, Danimarka, İtalya, Portekiz, İrlanda, Yunanistan, İsviçre, Avusturya, Hollanda, Avustralya, Yeni Zelanda, Norveç, İspanya, Almanya, Macaristan, Polonya, Romanya ve Birleşik Krallığı içine alan 23 OECD ülkesinin 2008-2021 yılları arasındaki Gayri Safi Yurtiçi Hasıla ve savunma harcamaları verileri kullanılmıştır. Kullanılan veriler Dünya Bankası elektronik veri tabanından alınmıştır. Ayrıca çalışmada kolaylık sağlaması için Gayri Safi Yurtiçi Hasıla verileri GDP, Savunma Harcamaları ise SH kısaltmaları ile yer alacaktır.

Ekonomik analizlerde kullanılan veriler farklılık oluşturmakta ve oluşan farklılık nedeniyle analizleri gerçekleştirilen çalışmaların konusuna göre biçimde farklı modellerle gerçekleştirilebilmektedir. Elde edilen kaynakların farklı türlerine örnek olarak ekonometrik ve istatistiksel olarak yatay kesit, zaman serileri ya da yatay kesit verileri ile zaman serilerinin birleşmesiyle oluşturulan panel veriler gösterilebilmektedir. Zaman boyutuna kullanılan kesit serilerini baz alınarak ekonomik bağlantıların ortaya çıkarılması yöntemine panel veri analizi olarak adlandırılmaktadır. (Güvenek ve Alptekin, 2010:191).

Panel veri modelinde aşağıdaki eşitliktekinen benzer model tahmini yapılabilmesi mümkündür (Turhan ve Taşseven, 2010:140).

$$Y_{it} = \beta_{1it} + \beta_{2it} X_{2it} + \dots + \beta_{kit} X_{kit} + e_{it} \quad (1)$$

$i=1, \dots, N, t=1, \dots, T$

Denklem 1'de Y değişkeni, zaman periyodundan farklı değerler olduğundan iki alt birimle ifade edilmektedir. Bu modelde, oluşan parametrelinin zaman periyoduna ayrılmaktadır. (Turhan ve Taşseven, 2010:140).

$$y_{it} = \alpha_i + \beta X_{it} + \epsilon_{it} \quad (2)$$

Denklem 2’de modeli oluşturan iki ana model bulunmaktadır. İlk modelde sabit etkiyi model alan regresyona grubuna dahil olan sabit terim olarak α_i ’yi ele alan sabit etkisidir. İkinci faktör rastlantı faktörü oluşturmaktadır. (Baldemir ve Keskiner, 2004:47). Panel verilerin kullandığı analizlerde birim kökün varlığının kontrol edilebilmesi için yatay kesit oluşumu test edilmelidir. Panel veri setinde yatay kesite olan bağımlılığın varlığı yok sayılırsa birim kök testleri kullanılabilir. Bununla beraber panel verilerinde yatay kesinlikliye karşı bağımlılığı mevcutsa ikinci nesil birim kök testlerinin kullanılması daha verimli, tutarlı güçlü tahminlere ulaşılması sağlanmaktadır (Çınar, 2010:594).

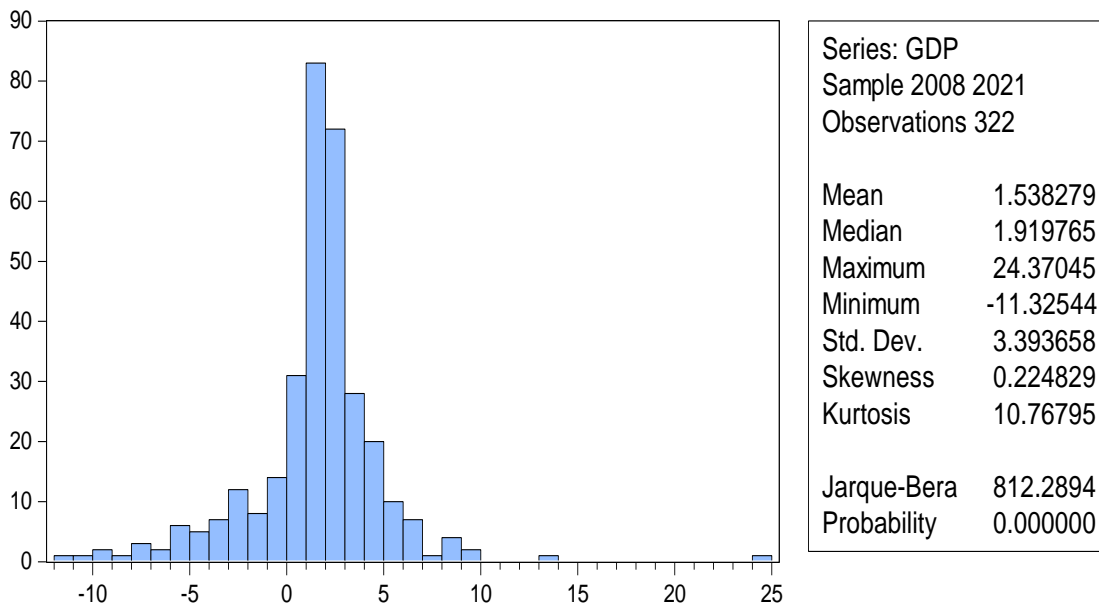
İki kademeli E-G metoduna göre, ilk kademede En Küçük Kareler (OLS) metodu vasıtasıyla hata terimi tahmin edilmektedir. Diğer kademede hesaplanan hata terimi sapması ile birim kök denemesi yapılmaktadır. Sonucunda sabit sonuca ulaşırsa eş-bütünleşmeden bahsedilebilmektedir. Bununla birlikte serilerde iki seri I (0)’da durağan olması durumunda konu olan serilerin eş-bütünleşik oldukları söylenebilmektedir. Başka bir ifadeyle burguların düzey değerleri ile regresyonları anlamlı oldukları ifade edilebilmektedir (Ata ve Yücel, 2003:7).

Rassal etkili, kesitlere ve zamana ilişkili olarak devam eden değişiklikler modele hata terimi olarak eklenmeleri ile oluşturulacaktır. Rassal etkiler sabit etkili modellere ilişkilendirildiğinde rassal etkili modellerde serbestlik oranının kaybı sona ermektedir. Yanı sıra rassal etkiler modeli, bu modele örnekleme dışarıdan da etkilerin etkilenebilmesine olanak sağlamaktadırlar. (Özer ve Çiftçi, 2009:42).

5. AMPRİK BULGULAR ve YORUMLANMASI

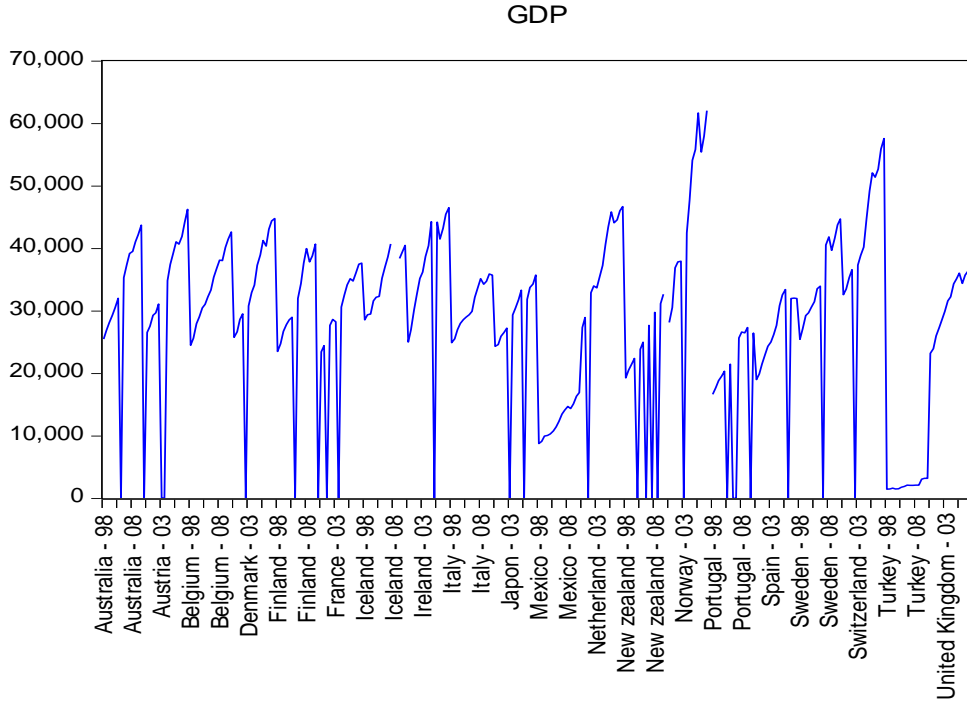
Analiz kısmında öncelikle GDP ve SH serilerine ilişkin açıklayıcı istatistiklere ve zaman yolu grafiklerine yer verilmektedir.

Görsel 2. GDP Serisinin Açıklayıcı İstatistikleri



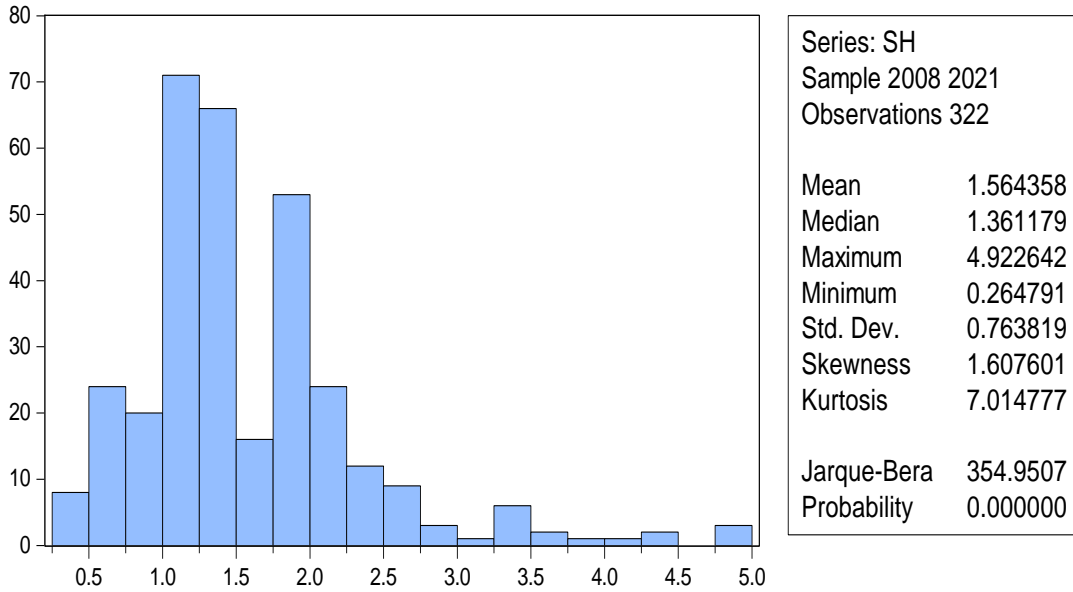
Görsel 2’de GDP değişkenine ait bilgilendirmeler verilmiştir. Burada değişkene ait; ortalama, medyan, değişkenin 2008-2021 yılları arasında aldığı maksimum ve minimum değerler, standart sapması, basıklık ve çarpıklık değerleri yer almaktadır.

Görsel 3. GDP Değişkenine İlişkin Zaman Yolu Grafiği



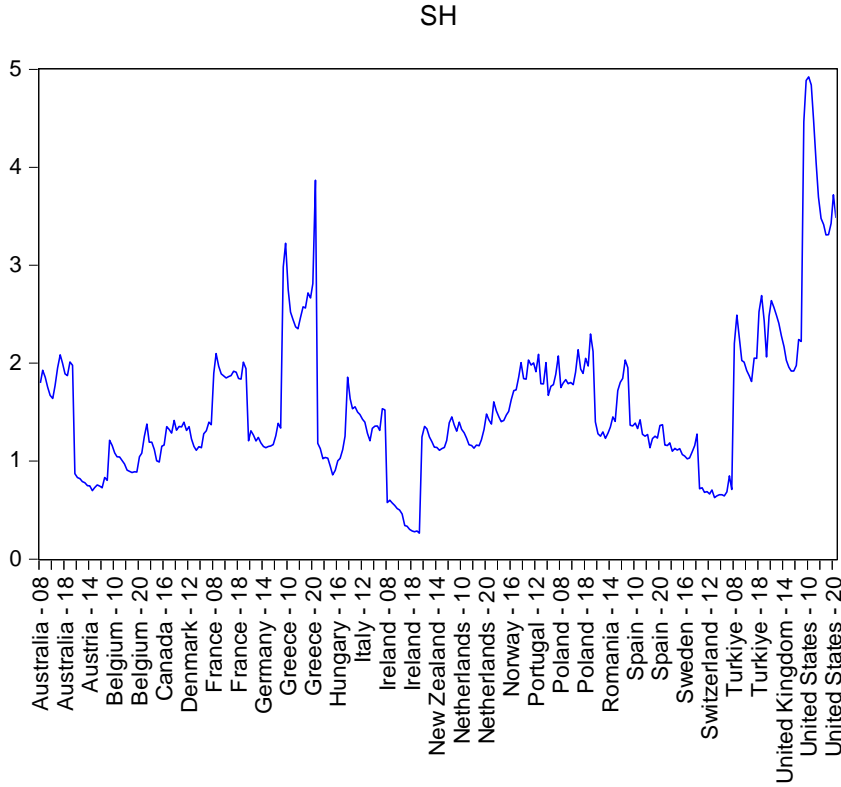
Görsel 3’te görüldüğü üzere GDP değişkeni 2008-2021 yılları arasında ülkeler bazında inişli çıkışlı bir seyir izlemektedir.

Görsel 4. SH Serisinin Açıklayıcı İstatistikleri



Görsel 4’te SH serisinin açıklayıcı istatistiklerine ait bilgiler verilmiştir. Buradaki değişkenler ortalama, medyan, değişkenlerinin 2008-2021 yılları arasında aldığı değerlerin standart sapması, basıklık ve çarpıklık değerleri bulunmaktadır.

Görsel 5. SH Serisinin Zaman Yolu Grafiği



Görsel 5'ü incelendiğinde ülkelere ait savunma harcamaları rakamlarının da 2008-2021 yılı arasında değişen bir trende sahip olduğu görülmektedir.

Çizelge 1. GDP Değişkenine Ait Birim Kök Testi Sonuçları

Yöntem	Test İstatistiği	Olasılık değeri
Levin, Lin & Chu t*	-2.34630	0.0095
Bretinung t-stat	-0.51262	0.3041
Im, Pesaran and Shin W-stat	-2.05614	0.0199
ADF – Fisher Chi-square	72.1026	0.0083
PP – Fisher Chi-square	151.797	0.0000
Hadri Z-stat	10.2369	0.0000
Heteroscedastic Consistent Z-stat	27.4106	0.0000

Çizelge 1'de GDP serisine ilişkin Summary testinden ve Hadri birim kök testlerinden oluşmaktadır. Hadri ve Breitung test sonucuna göre ekonomik büyüme serisinde birim kök bulunmaktadır. Diğer birim kök testlerinde ise birim kök bulunmadığı sonucu raporlanmaktadır.

Çizelge 2. SH Değişkenine Ait Birim Kök Testi Sonuçları

Yöntem	Test İstatistiği	Olasılık Değeri
Levin, Lin & Chu t*	0.99660	0.8405
Breitung t-stat	3.77635	0.9999
Imi Pesaran and Shin W-stat	3.78769	0.9999
ADF - Fisher Chi-square	27.7484	0.9848
PP – Fisher Chi-square	28.5766	0.9795
Hadri Z-stat	8.52915	0.0000
Heteroscedastic Consistent Z-stat	8.69086	0.0000

Çizelge 2’de ise savunma harcamalarına ilişkin birim kök testlerinde oluşmaktadır. Birim kök testlerinin tamamı serinin birim kök içerdiğini göstermektedir.

Değişkenler için yapılan birim kök testlerinin tümü birlikte değerlendirildiğinde testlerin çoğunluğunda birim kökün varlığı tespit edildiğinden serilerde birim kök olduğu sonucu kabul edilmiştir. Bu sebeple analizde koentegrasyona gidilmesi uygun görülmüştür.

Çizelge 3. GSYİH ve SH Serilerine Ait Pedroni Koentegrasyon Testi Sonuçları

	Test İstatistiği	Olasılık Değeri	Ağırlıklı Test İstatistiği	Olasılık Değeri
Panel v-İstatistiği	-1.173225	0.8796	-5.176087	1.0000
Panel rho-İstatistiği	-3.064580	0.0011	2.601820	0.9954
Panel PP-İstatistiği	-4.655858	0.0000	1.954771	0.9747
Panel ADF-İstatistiği	-5.320839	0.0000	-7.138590	0.0000
Group rho-İstatistiği	1.020231	0.8462		
Group PP-İstatistiği	-2.112595	0.0173		
Group ADF-İstatistiği	-4.508360	0.0000		

Çizelge 3’te Pedroni Koentegrasyon testi sonuçlarına yer verilmektedir. Pedroni Testi sonuçlarına göre değerlendirmeye alacağımız boş ve alternatif hipotezimiz şu şekildedir:

H_0 : Koentegrasyon yok.

H_1 : Koentegrasyon var.

Çizelge 3'te yer alan Pedroni test sonuçlarına göre serilere ilişkin dört istatistik boş hipotezi reddederken, üç istatistikte alternatif hipotez kabul edilmektedir.

Çizelge 4. GDP ve SH Serilerine Ait Johansen Fisher Koentegrasyon Testi Sonuçları

	Test İstatistiği	Olasılık Değeri	Ağırlıklı Test İstatistiği	Olasılık Değeri
None	189.5	0.0000	167.7	0.0000
At most 1	74.91	0.0000	74.91	0.0000

Çizelge 4'te Johansen Fisher Koentegrasyon testine ilişkin sonuçlara yer almaktadır. Test sonuçlarına göre Koentegrasyon olduğu kabul edilmektedir. Bu aşamada testlerin çoğunda koentegrasyonun varlığı kabul edildiğinden panel veri analizi ile model tahminine geçilmektedir.

Yapılan panel veri analizlerinin test sonuçları iki değişken arasındaki ilişkide sabit etkiler modelinin geçerli olduğu konusunda birtakım bulgular vermektedir. Buna göre oluşturulan denkleme ait sabit etkiler modeli sonuçları çizelge 5'te raporlanmaktadır.

Çizelge 5. Sabit Etkili Panel Veri Regresyon Tahmin Sonuçları

	Katsayı	Standart Hata	T-İstatistiği	Olasılık Değeri
C	0.671632	0.127263	5.277523	0.0000
LSH	0.199781	0.375964	0.531382	0.5957
R2: 0.49 D-W İst.:1.2124 F İst. (Olasılık Değeri): 0.0000				

Çizelge 5'te yer alan değerler incelendiğinde ikiye yakın bir değer alması beklenen Durbin Watson istatistiğinin yaklaşık olarak 1.21 değeri aldığı görülmektedir. Bu sorunun (otokorelasyonun) giderilmesi amacıyla SH bağımlı değişkeninin birinci ve ikinci gecikmeleri modele eklenmiştir.

Çizelge 6. Sabit Etkili Panel Veri Regresyon Tahmin Sonuçları

	Katsayı	Standart Hata	T-İstatistiği	Olasılık Değeri
C	0.435318	0.183749	2.469091	0.0193
LSH	0.223837	0.496462	2.162979	0.0323
SH(-1)	0.135063	0.083162	1.624089	0.1067
SH(-2)	-0.213912	0.079872	-2.678174	0.0083
R2: D-W İst.:1.970572 F İst.(Olasılık Değeri): 0.000000				

Çizelge 6'da bağımlı değişken olan savunma harcamalarının birinci ve ikinci gecikmeleri eklenen yeni modelin test sonuçları yer almaktadır. Otokorelasyon sorunundan arındırılmış nihai model sonuçlarına göre 0.0323 değeri 0,05 tablo değerinden küçük bir değer aldığı için sonuçların anlamlı olduğu kabul edilmektedir. Ayrıca test istatistiği yorumlandığında savunma için yapılan harcamaların ekonomik büyümeyi etkilediği nihai sonucuna ulaşılmıştır. Bu etki yaklaşık olarak %22 oranında ve pozitif bir etkidir.

6. SONUÇ

Günümüzde savunma harcamaları vazgeçilmez harcamalar olarak görülmektedir. Her devlet varlığını tehditlere karşı korumak ve savunmak zorundadır. Bu nedenle savunma harcamaları zorunlu bir ihtiyaç olarak kabul edilmektedir. Ancak ülkelerin gelir seviyeleri, kıt kaynakları, teknoloji düzeyleri, jeopolitik konumları vb etmenler bakımından farklılık göstermeleri savunma hizmetlerine yapılan harcamaları da birbirinden farklılaştırmıştır. Özellikle son dönemde artış gösteren bu harcamaların ekonomik büyüme üzerindeki etkileri de dikkati çeken önemli bir konu olmuştur.

Devletin savunma amaçlı yaptığı harcamalar iktisatçıların fikir birliğinin oluşturulmadığı konulardan birini oluşturmaktadır. Bu fikir ayrılığındaki görüşler, yapılan harcamaların etkilerinin hangi faaliyetler doğrultusunda yapıldığına göre farklılık göstermektedir. Gelişmekte ülkeler baz alındığında alt yapı harcamaları ekonomiyi olumlu yönde etkilerken, operasyonel faaliyetler ekipman teçhizat harcamaları gibi harcamalar ekonomiye olumlu bir geri dönüş sağlamadığı düşünülmektedir.

Bunun yanında savunma harcamalarının ekonomik büyümeye etkilerinin ne olduğu sorusu da literatürde iki farklı görüşte cevap bulmaktadır. Görüşlerden ilki savunma harcamalarının ekonomiyi olumlu yönde etkileyeceğini savunan Askeri Keynesyen yaklaşım paralelinde bir görüşken, bir diğer görüş ise savunma harcamalarının ekonomiyi olumsuz etkileyeceğini düşünen Neo Klasik yaklaşımı destekleyen görüştür.

Bu çalışmada ise OECD ülkelerindeki savunma harcamaları ile ekonomik büyüme ilişki arasındaki ilişki panel veri tekniği kullanılarak analize tabii tutulmuştur. Bu amaçla testlerde seçilmiş 23 OECD ülkesinin 2008-2021 yılları arasındaki Gayri Safi Yurtiçi Hasıla ve savunma harcamaları verileri kullanılmıştır.

Ekonometrik analiz kısmında ilk olarak değişkenliklerin durağan olup olmadıkları birim kök testleri kullanılarak sınanmış ve aynı seviyede durağanlık şartını sağladıkları tespit edilmiştir. Sonraki aşamada ise panel eş bütünleşme testlerine geçilmiş ve değişkenler arasındaki uzun dönem ilişkisi ortaya konmuştur. Son aşamada eş bütünleşik olduğu anlaşılan savunma harcamaları ve ekonomik büyüme değişkenlerinin sabit etkiler modeli ile tahmini gerçekleştirilmiştir. Modelin olasılık değerinin (0.0323), (0,05) tablo değerinden daha küçük bir değer alması savunma harcamalarının ekonomik büyüme üzerindeki etkisinin anlamlı olduğunu ortaya koymaktadır. Test istatistiği sonuçlarına göre ise savunma harcamalarının ekonomik büyümeyi pozitif yönde ve yaklaşık olarak %22 oranında etkilediği kabul edilmektedir.

Keynesyen Harcama Teorisi paralelinde sonuçların elde edildiği bu çalışma özellikle savunma harcamalarının bütçedeki payı yükselme gösteren ülkelerin ekonomik büyüme oranlarının da paralel şekilde artış göstereceği hususunda bir tahmin oluşturmaktadır. Keynesyen iktisatın çarpan mekanizması işleyişiyle açıkladığı bu olgu kamu harcamalarının bir alt kalemini oluşturan savunma harcamalarının artışına özellikle dikkatleri çekmektedir.

KAYNAKÇA

- Akbulut, B. (2023). Savunma Harcamalarının Ekonomik Büyüme Üzerine Etkisi. *Yüksek Lisans Tezi*. Bilecik.
- Akiş, E. (2010). *İktisadi Büyüme ve Kalkınma*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi.
- Anwar, M. A., Rafique, Z., and Joiya, S. (2012). Defense Spending-Economic Growth Nexus: A Case Study Of Pakistan. *Pakistan Economic and Social Review*.
- Artekin, A. Ö., Konya, S., ve Karaçor, Z. (2019, 7-8-9 November). Savunma Harcamalarının Ekonomik Harcamalarının Ekonomik Büyüme Etkisi: G7 Ülkeleri Üzerine Ampirik Uygulama. *Uluslararası Ekonomi Araştırmaları ve Finansal Piyasalar Kongresi Gaziantep*.
- Ata, A. Y., ve Yücel, F. (2003). Eş-Bütünleşme ve Nedensellik Testleri Altında İkiz Açıklar Hipotezi: Türkiye Uygulaması. *Sosyal Bilimler Dergisi*, s. 1-13.
- Baldemir, E., ve Keskiner, A. (2004). Devalüasyon, Para, Reel Gelir Değişkenlerinin Dış Ticaret Üzerine Etkisinin Panel Data Yöntemiyle Türkiye İçin İncelenmesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, s. 44-59.
- Baltacı, N., ve Hayaloğlu, P. (2021,31). Savunma Harcamaları,Ekonomik Büyüme ve Cari İşlemler Dengesi İlişkisi: Kırılgan Ülkeler Örneği. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi* , 157-172.
- Canbay, Ş., ve Mercan, D. (2017). Savunma Harcamalarının Ekonomik büyüme Ve Cari İşlemler Dengesine Etkisi: Türkiye Örneği. *JOEEP: Journal of Emerging Economies and Policy*, s. 86-104.
- Çınar, S. (2010). OECD Ülkelerinde Kişi Başına GSYİH Durağan Mı ? Panel Veri Analizi. *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 591-601.
- Demircan, E. (2008). Türkiyede Savunma Harcamalarının Gelişimi:2000-2008 Dönemi Analizi. *Global Peace*, s. 87-97.
- Dunne, J., and Tian, N. (2013). Military Expenditure and Economic Growth: A survey. *The economics of peace and security journal*, 8(1).
- Duyar, M., ve Koçoğlu, M. (2014). Askeri Harcamalarının Ekonomik Büyüme Üzerinde Etkisi: Sahra Altı Ülke Afrika Örneği. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi* 7 (33), s. 702-722.

Esgin, Y. (2010). Savunma Harcamaları ve Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişki: Silah İhracatçısı ve İthalatçısı Ülkeler İçin Panel Veri Yöntemi ile Bir Analiz. *Yüksek Lisans Tezi*. İzmir: Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Görkem, H., ve Işık, S. (2008). Türkiye'de Savunma Harcamaları ve Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişki (1968-2006). *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 25(2), s. 405-424.

Güvenek, B. ve Alptekin, V. (2010). Enerji Tüketimi ve Büyüme İlişkisi: OECD Ülkelerine İlişkin Bir Panel Veri Analizi. *Enerji, Piyasa ve Düzenleme*, s. 172-193.

Kalyoncu, H., ve Yücel Fatih. (2006). An Analytical Approach on Defense Expenditure and Economic Growth: the case of Turkey and Greece. . *Journal of Economic Studies* 33(5), s. 336-343.

Karagianni, S., and Pempetzoglu , M. (2009). Defense Spending and Economic Growth in Turkey: a Linear and non-linear granger causality approach. *Defence and Peace Economics*, 20(2), s. 139-148.

Kollias, H., Manolas, G., and Paleologouc, S. (2004). Military Expenditure and Government Debt in Greece: Some preliminary empirical findings. *Defence And Peace Economics*, s. 189-197.

Küçükoğlu, M. (2023). Türk Savunma Sanayisindeki Gelişmelerin Ekonomiye Etkileri (2000-2003). *Sakarya İktisat Dergisi*, s. 15-41.

Naimoğlu, M., ve Özbek, S. (2022). Türkiye'de Savunma Harcamaları ve Ekonomik Büyüme İlişkisinin Yeniden Gözden Geçirilmesi: Fourier Yaklaşımı. *İzmir İktisat Dergisi*, 37(1), s. 174-188.

Özer, M., ve Çiftçi, N. (2009). Ar-Ge Harcamaları ve İhracat İlişkisi: OECD. *Sosyal Bilimler Dergisi*, s. 39-50.

Pieroni, L. (tarih yok). Does defence expenditure affect private consumption? Evidence from the United States. *Economic Modelling*, 26(6), s. 1300-1309.

Shahid, A., and Saba , İ. (2015). Economic growth and military expenditure linkages: A panel data analysis. *International Economic Policy*, 2(23), s. 48-72.

Topal, M. H. (2023). Savunma ve Devlet Müdahalesi. K. E. Bekmezci içinde, *Savunma ve Güvenlik Müdahalesi* (s. 1-400). Ankara: Nobel Yayınları.

Topçu, M. K. (2010). Savunma Planlamasının Ekonomiye Etkileri ve Savunma Bütçeleri. *Savunma Bilimleri Dergisi*, s. 75-96.

Turhan, M., ve Taşseven, Ö. (2010). Yönetim Fonksiyonlarının Uygulandığı Alanlarda Ortaya Çıkan Hata Değerlerinin Oluşturduğu Yeni ilişkileri Panel Veri Modeli İle İrdelenmesi. *Ekonometri ve İstatistik Dergisi*, 128-153.

Wordbank (2023). *The Word Bank. Data Word Bank*: <https://data.worldbank.org/indicator/MS.MIL.XPND.GD.ZS?end=2021&locations=OE&nam>

e_desc=true&start=2008&view=chart&year=2021 adresinden alındı (Erişim Tarihi 04.15.2023).

Yıldırım, J. ve Öcal, N. (2016) Military expenditures, economic growth and spatial spillovers, *Defence and Peace Economics*, 27:1, 87-104, DOI: 10.1080/10242694.2014.960246

Yıldız, B., ve Akbulut Yıldız, G. (2019). Ortadoğu ülkelerinde askeri harcamalar ile ekonomik büyüme arasındaki ilişki: bootstrap panel granger nedensellik analizi. *Sayıştay Dergisi*, (112), s. 53-74.

Zengin, R. (2010). Savunma Sanayinin Gelişimi ve Türkiye'de Savunma Harcamalarının Ekonomik Etkileri, Yüksek Lisans Tezi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*.

SAĞLIK KURUMU ÇALIŞANLARINDAN BEKLENİLEN 21.YY YETKİNLİKLERİNE YÖNELİK KAVRAMSAL BİR ÇALIŞMA

Burhanettin ŞAHİN

Tarsus Üniversitesi,– ORCID ID: 0009-0009-7607-2872

Dr. Öğr. Üyesi Emine ATALAY

Tarsus Üniversitesi, - ORCID ID: 0009-0006-6302-8918

ÖZET

İçinde bulunduğumuz 21.yüzyılda, insanlardan beklenen yetkinlik ve/veya becerilerin, önceki yüzyıllara nazaran değişkenlik gösterdiği, bireylerin eğitim, iş ve sosyal hayatlarında birçok farklı role büründüğü ve her bir rolün farklı yetkinliklere ihtiyaç duyduğu yapılan çalışmalarda ortaya konmaktadır. Bu çalışmada, birçok farklı çerçevede belirtilen 21.yüzyıl yetkinlikleri ve becerileri ele alınarak, hangilerinin sağlık kurumu çalışanlarından beklenileceği ve hangilerinin hali hazırda sağlık kurumu çalışanlarında var olduğu ele alınmıştır. Nitekim günümüz sağlık hizmetlerinin amacı, sadece hastalıkların tedavi edilmesi ile sınırlı kalmamış, aynı zamanda memnuniyet, kalite ve imajı da ön plana almıştır. Bu sebeple birçok farklı meslek grubundan insan, sağlık hizmeti sunulan alanlarda kendilerini bulmuş, aynı amaç doğrultusunda bir araya gelmiştir. Sağlık alanında, bu meslek grubundan olan her birey bu çalışmamızda sağlık çalışanı olarak değerlendirilmiştir. Tüm bu amaçların yerine getirilmesi için kullanılan yüksek teknoloji ürünleri, yaşamsal risk içeren faktörlerin kontrolü ve beraberindeki rekabetçi ortam, 21. yüzyıl yetkinliklerinin sağlık çalışanları penceresinden ele alınıp, ayrıca değerlendirilmesi gerektiği düşüncesini ortaya çıkartmıştır.

Anahtar Kelimeler: Yetkinlikler, Beceriler, Sağlık Kurumu Çalışanları

1. GİRİŞ

Dünyamız, farklı birey ve grupların fikirleri, çalışmaları, yenilikleri ile tanışmaya, gelişmeye ve değişmeye devam etmektedir. Bu neticede insanlar, hayatını idame ettirme, eğitim, çalışma, sosyal yaşam vb. ihtiyaçlarını da bu etkilere göre şekillendirmektedir. Yaşanan teknolojik gelişmeler, nüfus artışı, ekonomik coğrafyanın genişlemesi, iletişim imkânının artışı gibi faktörler de her geçen gün yeni kavramların ortaya çıkmasına aracı olmaktadır. 21.yüzyılda kişilerin, normal yaşantılarında olsun, iş hayatında olsun bazı yeniliklere uyum sağlaması gerekmektedir. Günümüzde beklenen becerilerle yetkinlikler, geçmiştekiler ile birlikte, 21.yüzyılda topluca karşımıza çıkmaktadır. Zaman geçtikçe, yeni yetkinlikler ve beceriler de ortaya çıkmakta ve buna ilişkin farklı çalışmalar yapılmaktadır. Özellikle, rekabet ortamının yoğun olduğu günümüz iş dünyasında çalışanların; yaşadıkları çağın yenilikleri ile tanışmış, yeterli bilgi düzeyine ulaşmış ve buna ilişkin beceriler kazanmış kişilerden oluşması, rekabet koşullarında öne geçmenin öncelikli adımlarından biridir. Bunun yanı sıra, eğitim alanında da öğrenciler, içinde buldukları çağa en uygun yetkinlik ve becerilere yönelik programlarla yetiştirilmekte, kamu veya özel sektör fark etmeksizin tüm kurumlar, hizmet içi eğitimler vasıtasıyla da bu yetkinlikleri sağlamaya gayret göstermektedirler.

Bu kavramsal çalışmada, eğitim alanında olduğu gibi, sağlık hizmet alanında çalışan personelin, 21.yüzyıl yetkinliklerinden hangilerine sahip olmaları gerektiği ve/veya hangilerine mesleği gereği sahip olduğu ele alınmıştır. Nitekim, geçmiş yüzyılda sağlık hizmetleri daha çok zaruri ve küresel olmayan bir sistem üzerine inşa edilmişken, zamanla değişen ve gelişen ekonomik, siyasi, teknolojik imkan faktörleri, sağlık hizmetlerini, kâr amaçlı bir sisteme doğru yöneltmiş ve rekabet ortamı oluşturmuştur. Bu durum, hizmet almak isteyen bireylerdeki sağlık hizmeti beklentilerini de değiştirmiştir. Bireyler teşhis, tedavi veya rehabilitasyon hizmeti almak istedikleri sağlık tesislerinden, günümüz şartlarında iyi bir hizmet kalitesine sahip olmasını, konforlu ve ekonomik olmasını da beklenti içerisine almıştır. Sağlık tesisleri de, bu beklentilerin karşılanmasına yönelik, sağlık çalışanlarını seçmekte veya mevcut çalışanlarını hizmet içi eğitimlerle bu beklentiye cevap vermeye hazır tutmaktadırlar.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Yetkinlik Kavramı

Yetkinlik; Harvard Üniversitesi Profesörlerinden David McClelland tarafından, ilk kez 1973 yılında ortaya atılmış bir kavram olarak karşımıza çıkmış olup, çalışan bireylerin görevlerini yapma konusundaki yeterliliği olarak tanımlanmıştır. Bir diğer tanım da ise yetkinlik kavramı; “Bir işi yaparken, yüksek performansları, normal performanslardan ayırt eden bütün bilgilerin, becerilerin, dürtülerin, karakterlerin, değerlerin ve başkaca kişilik özelliklerinin bireylerde bulunmasıdır” şeklinde açıklanmıştır (Kurucuoğlu, 2010).

2.2. Sağlık Kurumu Çalışanı Kavramı

Ülkemizde verilen sağlık hizmetleri, koruyucu, tedavi edici, rehabilite edici, sağlığı geliştirici hizmetler olarak dört ana grupta toplanabilir (Orhaner, 2006). Günümüz araştırmalarında ve ortaya çıkan bilimsel yayınlarda, bu hizmet türlerinde görevli olanlara, kimi zaman sağlık çalışanı, kimi zaman ise sağlık personeli, sağlık sektörü çalışanı gibi kavramlar kullanılmaktadır. Bu çalışmamızda ise tüm sağlık hizmet gruplarında hizmet veren, mesleki konumu ve unvanı ne olursa olsun, sağlık sektörü içerisinde yer alan tüm iş kolları ve bu iş kollarına bağlı çalışanlar, daha geniş bir kavram olması amacıyla sağlık kurumu çalışanı olarak nitelendirilmiştir.

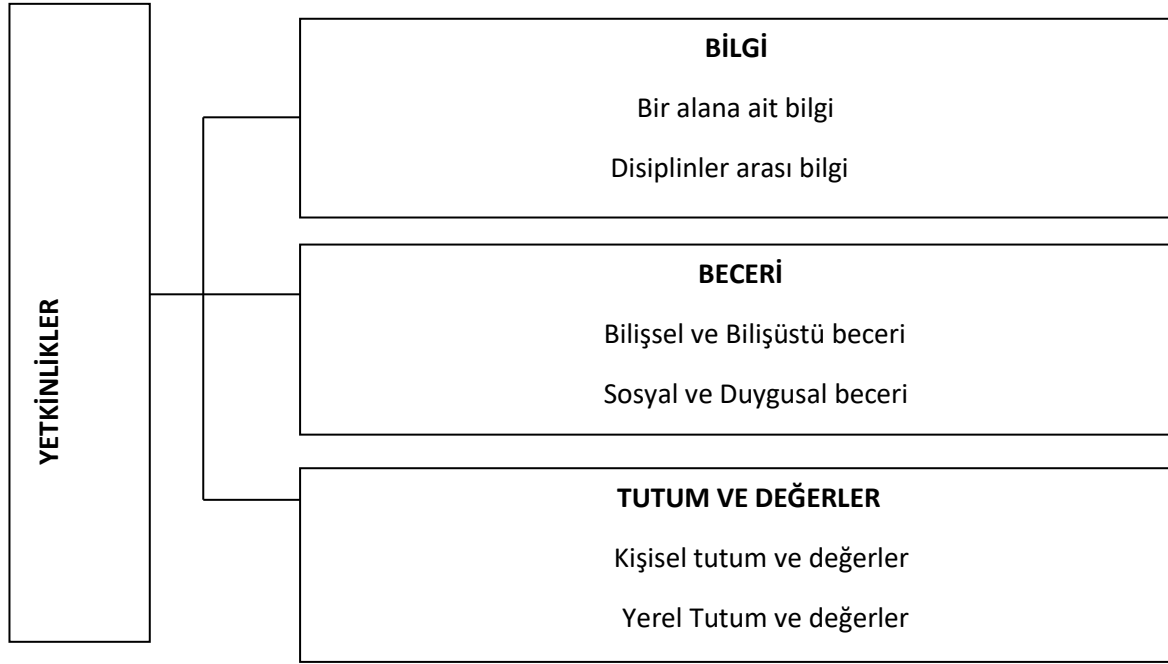
3. YAYIMLANAN BAZI ÇERÇEVELERE GÖRE 21.YÜZYIL YETKİNLİKLERİ

Dünyamızda süregelen sosyoekonomik, kültürel, jeopolitik, demografik ve teknolojik alandaki birçok değişimin odağında ‘insan’ yer almaktadır. İnsanlar, hayatları boyunca, yaşamın birçok sahnesinde farklı roller edinir. Öğrenci, vatandaş, öğretmen, sağlık kurumu çalışanı, anne, baba ve eş gibi sayısız roller, kendisinden beklenenleri de beraberinde değiştirmektedir. İçinde bulunduğumuz 21.yüzyıl ise, kendisinden önceki yüzyıllardan farklı olarak, birtakım yetkinliklere ihtiyaç doğan bir dönemi yansıtmaktadır, örneğin; 20.yüzyılda daha çok insanlardan okuryazarlık, yaş, akademik bilgi, deneyim gibi özellikler beklenmekteydi (Yamamoto, Zümrüt, & Altun, 2019). Günümüzde ise bu beklentilerin yerini başka beklentiler almış veya geliştirmiştir. Bu çalışmamızda birbirinden farklı kurum ve kuruluşların, akademik çalışmalarda yetkinliklere ve/veya becerilere ilişkin yayımladığı bazı çerçeveler incelemeye alınmıştır. Bu kapsamda incelenen çalışmalar şu şekildedir:

3.1 OECD (Ekonomik İş Birliği ve Kalkınma Ajansı) Beceriler Çerçevesi (2018)

İlgili proje çerçevesinde, 2018 yılında eğitim hayatına başlayan çocukların, 2030 yılına gelindiğinde genç yetişkinler olacağından söz edilmiştir. Okulların ise, onları daha yaratılmamış işlere, henüz icat edilmemiş olan teknolojilere, öngörülemez sorunları çözmeye

ve fırsatları değerlendirmeye hazırlayabileceğinden bahsedilmektedir. Bu projenin; ülkelerin geniş kapsamlı iki adet soruya yanıt bulmasına yardımcı olacağına değinilmiştir. Hızla değişmekte olan dünyada ve toplumda yeni zorluklar meydana gelmekte ve yeni çözümlere ihtiyaç duyulmaktadır. Bu zorluklar ise, çevresel, ekonomik ve sosyal zorluklar olarak, üç farklı grupta ele alınmıştır. Öğrencilerin, gelecek yıllardaki sosyal ve dijital alanlardaki değişimlere uyma becerilerini artırılması hedeflenmiştir. Bu minvalde; yeni değerler yaratmak, zorluklarla ve gerilimlerle baş etmek ve sorumluluk almak olarak kategorize edilmiştir. Bu üç ayrı kategoriye göre, öğrenme çerçevesi de bazı yetkinliklerden oluşmaktadır (Cansoy, 2018).



Şekil 1. OECD dönüşümcü yeterlikleri

Bu çerçevede bireylerin, gelecek dönemlerde, sadece tek bir alanda bilgi sahibi olmalarının artık yeterli olmayacağı, birçok farklı disipline sahip bireyler gibi düşünmek, tasarlamak veya gerektiğinde harekete geçmeleri gerekeceği değerlendirilmektedir. Edinilen bilginin, kanıtlara dayalı, realitesi yüksek olması beklenmektedir. Tutum ve değerlerin kişisel olarak, tek başına yettiği dönemler haricinde, iletişimin ve ulaşımın çok yüksek olduğu günümüzde, küresel tutum ve değerlere de aynı zamanda hakim olunması yine beklenen yetkinlikler arasında gösterilmiştir (OECD, 2018: 4-5).

3.2.ATCS21(Assessment and Teaching of 21st Century Skills Framework)Beceriler Çerçevesi

Bu beceriler çerçevesi; Intel, Microsoft, ve Cisco gibi büyük şirketlerin sponsorluğunda, uluslararası kapsamda bir proje olarak ortaya çıkmıştır. Yine 21.yüzyıl becerilerinin öğretimi ile değerlendirilmesini kapsayan bu projede, sınıf içerisinde kullanılması mümkün, yenilikçi değerlendirmelerin tasarımına yönelik, 21.yy yetkinliklerinin açık ve işlevsel tanımlarını bize vermektedir (Voogt ve Roblin, 2012). Bu çerçevede; düşünme, teknolojik temelli düşünme, dünyayı anlayabilme ve iş yapma gibi dört farklı boyutta 21.yy becerileri ele alınmıştır (Binkley ve diğerleri, 2010).

3.3. 21. Yüzyıl (P21) Becerileri Çerçevesi

P21 yeterlik ve beceriler çerçevesi olarak anılmakta olup; bu kapsamda en kabul görmüş, nitelikli çalışma olarak bilinmektedir. Bu yayım, Amerika Birleşik Devletlerinde, dev şirketlerin de yer aldığı 32 üyeli bir ortak çalışma grubunun gerçekleştirdiği çalışma neticesinde ortaya çıkmıştır. Bu ortak çalışma grubu öğrencilerin gelecek dönemlerdeki iş ve aile hayatlarında başarı sağlayabilmeleri için lüzum olan bazı yetkinlikleri ele almaktadır. Çalışma ve yaşam becerilerini de ele alan araştırma, 4 farklı bölümde değerlendirilmiştir.(Cansoy, 2018)

ÇALIŞMA VE YAŞAM BECERİLERİ			
Öğrenme ve Yenilik Becerileri	Temel Dersler ve 21.yy Temaları	Bilgi, Medya ve Teknoloji Becerileri	Yaşam ve Kariyer Becerileri
Yenileşim ve inovasyon	Küresel bilinç	Bilgi okuryazarlığı	Esneklik ve uyum sağlayabilirlik
Eleştirel düşünme ve problem çözme	Finans,ekonomi, işletmecilik ve girişimcilik okuryazarlığı	Medya Okuryazarlığı	İnisiyatif alma ve öz yönlendirme
İletişim	Vatandaşlık okuryazarlığı	Bilişim ve iletişim teknolojileri okuryazarlığı	Sosyal ve kültürler arası yetkinlikler
İşbirliği	Sağlık okuryazarlığı		Üretkenlik ve hesap verebilirlik
	Çevre okuryazarlığı		Liderlik ve sorumluluk

Şekil 2. P21 Beceriler Çerçevesi

Partnership for 21st Century Skills (P21), Amerika'da farklı şirketler, eğitim kurumları ve derneklerin bir araya gelerek oluşturduğu ve 21. yüzyıl becerilerini tanımlayan bir çerçevedir. Bu çerçeve, modern dünyada başarılı bir şekilde rekabet edebilmek ve bireylerin etkili bir şekilde çalışabilmeleri için gereken yetenekleri ve becerileri belirlemeyi amaçlar. Bu yetkinliklere bir bütün olarak göz atıldığında, hayat boyunca öğrenme ve yaratıcı düşünebilmenin kaynağı olarak görülürler (Trilling and Fadel, 2009). P21 çerçevesi, eğitimciler, işverenler ve toplumun genelinde beceri gelişimine odaklanmaktadır. (Cansoy, 2018) Bu beceriler, öğrencilere hem mesleklerinde hem de yaşamlarında başarılı olabilmeleri için gerekli yeterliklerin ve özelliklerin tanımlanmasına yardımcı olabilir. (Voogt ve Roblin, 2012). P21 Beceri Çerçevesi Amerika Birleşik Devletleri'nde özellikle eğitim alanında yaygın olarak kabul görmüş ve referans alınmış bir yaklaşımdır (Beers, 2011; Brown, 2018; Lamb ve diğerleri, 2017; Partnership for 21st Century Skills, 2009). Bu beceriler ise görsel 2'de verilmiştir.

3.4. NRC Beceriler Çerçevesi

2005-2009 yılları arasında gerçekleştirilen çalıştaylar ve toplantılar aracılığıyla, bireyleri yaşam ve iş hayatına hazırlamak için gerekli olan farklı becerileri belirlemiştir. Bu çalışmalar, "21. Yüzyıl'da bireysel ve toplumsal refahı sağlayan özellikler nelerdir?" gibi sorulara yanıt aramış ve ayrıca bilim, teknoloji, mühendislik ve matematik (STEM) eğitimi ile 21. yüzyıl becerilerini

öğretmek için etkili modellerin olup olmadığını incelemiştir (National Research Council, 2011). Bu çalışma sonuçlarına göre üç adet beceri boyutu belirlenmiştir: bilişsel beceriler, kişiler arası beceriler ve içsel beceriler. Bu becerilerin geliştirilmesi ve genç yaşta kazanılması, yetişkinlik dönemine transfer edilebilir ve kişinin öğrenme yeteneklerini etkileyebilir (Pellegrino ve Hilton, 2012'den akt. Lamb ve diğerleri (2017)).

3.5. ISTE Beceriler Çerçevesi

Bu çerçevede; eğitimde teknolojinin, etkili bir şekilde kullanılabilmesi adına öğrenciler, öğretmenler ve yöneticiler arasında çeşitli beceriler gerektiği bildirilmiştir (Partnership for 21st Century Skills, 2009; Voogt ve Roblin, 2012). Öğrencilerin sahip olmaları gereken nitelikleri belirlemek amacıyla da altı ana başlık altında standartlar geliştirilmiştir. Bu standartlar, yenileşim (Creativity) ve yenilenme becerisi, iletişim ve işbirliği becerisi, araştırma yapma ve bilgi toplama becerisi, eleştirel düşünme, problem çözme ve karar verme becerisi, dijital vatandaşlık becerisi ve teknolojik işlem ve kavramlar becerisi olarak karşımıza çıkmıştır (International Society for Technology in Education, 2016).

3.6. Iowa Beceriler Çerçevesi

Iowa eğitim bölgesi tarafından 2007 yılında oluşturulan bu çerçeve, öğrencilere kazandırılması hedeflenen beş farklı alanda becerileri vurgulamaktadır. Bu beceri alanları istihdam edilebilirlik, finansal okuryazarlık, sağlık okuryazarlığı, teknoloji okuryazarlığı ve vatandaşlık okuryazarlığı olarak lanse edilmiştir (IowaCore, 2010)

3.7. Türkiye Yeterlikler Çerçevesi

21. Yüzyıl Becerileri kapsamında, öğrencilerin hangi özelliklere sahip olmaları gerektiğine dair Milli Eğitim Bakanlığı tarafından belirlenen çerçevede; Anadilde iletişim, yabancı dillerde iletişim, bilim ve teknoloji yeterliği, matematik yeterliği, öğrenmeyi öğrenme, dijital yeterlik, kültürel farkındalık ve ifade ile sosyal ve kamusal yeterlikler olarak belirlenmiştir (Talim Terbiye Kurulu Başkanlığı, 2017).

4. YETKİNLİKLERE GENEL BAKIŞ

Çalışma içerisindeki 7 ayrı çerçevede bahsedilen, beceri ve yetkinlikler tek bir çizelge içerisine alınarak genel bir bakışa tabi tutulmuştur (Bkz: Şekil 3).

Tablo 1. 21. Yüzyıla İlişkin Yetkinlikler

ÇERÇEVE/ÇALIŞMA/PROJE	YETKİNLİKLER
OECD (Ekonomik İş Birliği ve Kalkınma Ajansı) Beceriler Çerçevesi(2018)	Bir Alana Ait Bilgi, Disiplinler Arası Bilgi, Epistemik Bilgi, Süreçsel Bilgi, Bilişsel ve Bilişüstü Beceri, Uygulamaya Yönelik Beceri, Sosyal ve Duygusal Beceri, Kişisel Tutum ve Değerler, Yerel Tutum ve Değerler, Toplumsal Tutum ve Değerler, Küresel Tutum ve Değerler
ATCS21	Düşünme, Teknolojik temelli düşünme, Dünyayı anlayabilme İş yapma
21. Yüzyıl (P21) Becerileri Çerçevesi	Yenileşim ve inovasyon, Eleştirel düşünme ve problem çözme, İletişim, İş birliği, Küresel Bilinç Finans, ekonomi, işletmecilik ve girişimcilik okuryazarlığı, Vatandaşlık okuryazarlığı, Sağlık okuryazarlığı, Çevre Okuryazarlığı, Bilgi okuryazarlığı, Medya Okuryazarlığı, Bilişim ve iletişim teknolojileri okuryazarlığı, Esneklik ve uyum sağlayabilirlik, İnisiyatif alma ve özyönlendirme, Sosyal ve kültürlerarası yetkinlikler, Üretkenlik ve hesap verebilirlik, Liderlik ve sorumluluk.
NRC Beceriler Çerçevesi (National Research Council)	Bilişsel beceriler, Kişiler arası beceriler, İçsel beceriler
ISTE Beceriler Çerçevesi	Dijital vatandaşlık, Yenilikçi tasarımcılar, Sayısal Düşünürler, Yenilikçi/üretken İletişimciler, Bilgi yapıcılar Küresel iş birliği sağlayıcılar
IOWA Beceriler Çerçevesi	Sağlık okuryazarlığı, İstihdam edilebilirlik, Teknoloji okuryazarlığı, Finansal okuryazarlık Vatandaşlık okuryazarlığıdır

Türkiye Yeterlikler Çerçevesi	Anadilde iletişim, Yabancı dillerde iletişim, Bilim ve teknoloji yeterliği, Matematik yeterliği, Öğrenmeyi öğrenme, Dijital yeterlik, Kültürel farkındalık ve ifade Sosyal ve Kamusal Yeterlikler
-------------------------------	--

5.SAĞLIK KURUMU ÇALIŞANLARINDAN BEKLENEN 21.YÜZYIL YETKİNLİKLERİ

Birçok farklı çerçevenin incelenmesi neticesinde, 21.yüzyıl yetkinlikleri olarak ortaya çıkan kavramların, bireylerin eğitim, iş dünyası ve toplum içinde daha etkili olmalarına yardımcı olabileceği, ayrıca, teknolojik ilerlemeler ve küresel değişikliklerle birlikte sürekli olarak evrileceği, bu nedenle, bireylerin bu becerileri geliştirmeye ve güncellemeye devam etmeleri gerekeceği düşünülebilir. Yapılan kavramsal çalışmalar neticesinde, sağlık kurumu çalışanlarının bu becerilerden hangilerine sahip olmaları gerektiği, hangi becerilerin çalışma hayatında ön plana alınabileceği yönünde, ilgili çerçeveler araştırılarak, sağlık sektörünün hiyerarşik, fiziki, etik, riskli ve sektör yapısı düşünülerek bir takım çıkarımlar yapılmıştır.

5.1. OECD (Ekonomik İş Birliği ve Kalkınma Ajansı) Beceriler Çerçevesi(2018)' ne göre Sağlık Çalışanlarından Beklenebilecek Yetkinlikler

OECD (Ekonomik İş Birliği ve Kalkınma Ajansı) beceriler çerçevesinde yer alan yetkinlikler içerisinde aşağıda belirtilen yetkinliklerin sağlık çalışanlarından beklenilebilir.

5.1.1. Disiplinler Arası Bilgi

Disiplinler arası kavramını ele aldığımızda; en asgari iki alanın bir araya getirilmesi ve iç içe alınmaları, anlamına gelmektedir (Cluck, 1980; Kline, 1995). Sağlık tesislerinde görev yapan çalışanların, sadece bir alanda sabit bilgiye sahip olması artık yeterli olmayabilir. Çünkü sağlık tesislerinin organizasyon yapılarında, her meslek kolunda görevli, ancak aynı amaca yönelik hizmet veren disiplinler bulunmaktadır. Örneğin; bir hekimin, tedavi veya teşhis maksadı ile kullandığı cihazların kalibrasyon sürelerini ve standart ölçümlerini bilmesi, cihazın çalışma prensipleri hakkında bilgi sahibi olması, her ne kadar biyomedikal mühendisliğine haiz bilgiler gerektirse de, hekimin de bu konuda bilgi sahibi olması, tanı ve teşhis sürecinde ortaya çıkabilecek hata oranını düşürüp, avantaj sağlayabilir. Bir başka örnek ise, sağlık tesislerinde yönetici olarak görevli olan sağlık mensuplarının, belirli şartları taşıması halinde özellikle kamu sağlık tesislerinde, başhekimlik, idari ve mali işler müdürlüğü/müdür yardımcılığı yaptığı bilinmektedir. Bu husus kendi meslek disiplinleri dışında özellikle iktisadi ve idari disiplinler arasındaki bilgilere de haiz olmalarını zaruri hale getirmiştir. Bu çerçevede; sağlık çalışanları içerisinde özellikle hekimlerin ve idari yönetimdeki sağlık kurumu çalışanlarının farklı disiplinler arasındaki bilgiye sahip olmaları beklenilebilir.

5.1.2. Süreçsel Bilgi

Birbirinden farklı disiplinlere sahip bireyler gibi düşünebilmenin gereği, bu disiplinlere ilişkin bilgiye sahip olmaktan geçmektedir. Bununla birlikte, tasarım düşüncesi de öne alınarak, pratik problem çözebilmek oldukça önemli hale gelecek ve bunun yanında süreçsel bilgi önemli

alanlardan olacaktır. (Cansoy, 2018) Sağlık sistemleri, yapılan uygulamaların en başından en sonuna dek, uzun veya kısa, belirli bir süreç izlenerek oluşturulmuştur. Örneğin; Bir hastanın tanı alması için muayene süreci, laboratuvar süreci, görüntüleme süreci ve konsültasyon süreci gibi bir dizi faktör, bazen dış imkanlar ve kaynaklar yardımı ile (hizmet alımı) sağlanabilmekte ve bu süreç beklenebilmektedir. Bir diğer farklı durumda ise, hastaya uygulanacak tedavi için ihtiyaç duyulan tıbbi malzemelerin, tıbbi sarfların, diğer teknolojik cihaz ve sarfların satın alma ve tedarik süreçleri ile teknik prosedürleri farklılıklar gösterebilmektedir.

Neticede; bir ameliyatın planlanması, uygulanması, hastaya tedavi süreci ile ilgili sağlıklı bilgiler verilmesi, hekim c sağlık mensubu tarafından süreçsel bilgiye sahip olmanın önemini ortaya koyabilecektir. Aynı şekilde, hekimin gerçekleştireceği ameliyat vb. uygulamalarla ilgili olarak da, sağlık kurumundaki satın alma birimi personelinin, ameliyat öncesi, sonrası ve aciliyetine ilişkin bilgi sahibi olmaları beklenebilir. Süreçsel bilginin, sağlık çalışanlarının bütünü için aranacak bir yetkinlik olduğu düşünülebilir.

5.1.3. Tutum ve Değerler (Yerel, Toplumsal, Küresel)

Bireylerin bilişsel ve meta-bilişsel becerileri, sosyal ve duygusal becerileri ve pratik becerileri kullanabilmesi için birbirinden farklı alanlarda, başka becerilere de ihtiyaç duyacak ve bununla beraber bilgi ve becerilerin birlikte kullanılması adına bazı tutumlar ve değerler (ör. motivasyon, güven, çeşitlilik ve erdemli olma) aracılığıyla yönlendirilecektir (Cansoy, 2018) 21.yy yetkinlikleri içerisinde yer alan, tutum ve değerlere ilişkin yerel, toplumsal ve küresel çapta düşünme yetisi bu minvalde sağlık çalışanları için önem arz edebilir. Neticede sağlık hizmetlerinin aynı zamanda konfor ve kalite gibi kavramlarla da bir araya gelmesi ile doğan rekabet ortamı, sağlık tesislerini birçok farklı ülkeden başvuruya açık hale getirmiştir. İletişimin, ulaşımın ve teknolojinin gelişimi, kurum içerisinde her bir sağlık çalışanının küresel çaptaki tutum ve değerlere hâkim olması halinde, kurumun herkes tarafından gözlemlenebilir bir güvene ve erdeme sahip olduğu izlenimi bırakarak rekabet avantajı yaratabileceği aşikârdır.

5.2. ATCS21 (Assessment and Teaching of 21st Century Skills Framework) Beceriler Çerçevesi Kapsamında Sağlık Çalışanlarından Beklenebilecek Yetkinlikler

ATCS21 beceriler çerçevesinde yer alan yetkinlikler içerisinde aşağıda belirtilen yetkinliklerin sağlık çalışanlarından beklenilebilir.

5.2.1. Dünyayı anlayabilme

Bu kavram; bireylerin sadece yaşadıkları veya vatandaşları oldukları ülkede değil, dünyanın birçok yerinde yaşamayı, bireysel olarak rekabet edebilmeyi, farklı ülkelerde meydana gelen olayları anlayabilmelerini ifade etmektedir.(Cansoy, 2018). Dolayısı ile herhangi bir sağlık çalışanının dünyayı anlayabilme yetkinliğinde olması, dünyanın herhangi bir yerinde, çalıştıkları alanları ile ilgili gelişmeleri takip etmesine ve kendilerini nasıl etki edeceğini tahmin yürütmesine yardımcı olabileceği savını ortaya atabilir.

5.3. P21 Becerileri Çerçevesi Kapsamında Sağlık Çalışanlarından Beklenebilecek Yetkinlikler

P21 becerileri çerçevesinde yer alan yetkinlikler içerisinde aşağıda belirtilen yetkinliklerin sağlık çalışanlarından beklenilebilir.

5.3.1. Yenileşim

Yenileşim; öğrencilerin teknolojiyi kullanabilmeleri ile teknolojiyi kullanarak ortaya çıkan bilgiyi yapılandırmaları ve yine teknolojiyi kullanarak yenilikler yapmaları olarak

tanımlanmıştır.(Cansoy, 2018).Bu çerçevede değerlendirme yapıldığında; sağlık çalışanlarının teknolojiyi kullanabilmeleri ve teknolojiyi kullanmanın neticesinde bilgiyi yapılandırabilmeleri, yenilikler yapmaları beklenebilecek yetkinlikler arasında gösterilebilir. Nitekim, sağlık uygulamalarında ve saha pratiklerinde teknoloji, birçok davranışı ve süreci değiştirmiştir. Örneğin; 2019 yılında meydana gelen COVID-19 pandemisi, tüm dünyayı etkisi altına almıştır. Bu pandemi sürecinde iş yerleri kapatılmış, ticari faaliyetler sanal ortamlara taşınmış ve bireylerin teknolojiyi daha etkin kullanması zaruri hale gelmiştir. Sağlık kurumu çalışanları da doğal mesleki kurallar gereği saha uygulamalarına yönelmekle birlikte, pandemi ile mücadelede en etkin rolü üstlenmiştir. Sağlık kurumu çalışanlarından yenileşim becerileri isteyen bazı gelişmeler de yaşanmıştır. Örneğin; pandemi sürecinin en önemli unsurlarından olan aşılama işlemleri, birçok ülkede olduğu gibi ülkemizde de uygulanmıştır. Aşı olacak bireylerin kimlik bilgileri, aşı sayıları, aşığı uygulayan personel bilgileri, aşıların takibi gibi bütün işlem ve veriler, teknolojik programlar vasıtasıyla sağlık kurumu çalışanlarınca yürütülmüştür. Bu durum aynı zamanda sağlık çalışanlarının yenileşim yetkinliğine daha çok önem vermesi gerektiği düşüncesini ortaya çıkartmıştır.

5.3.2.Finans, Ekonomi, İşletmecilik ve Girişimcilik Okuryazarlığı

Ekonomik büyüme ile birlikte faktör verimliliğini arttırmaktaki en önemli unsurlar, sağlık hizmetlerinin kalite ve ulaşılabilir olmasıdır. Faktör verimliliğinin yükselmesi, beşeri sermayeyi pozitif yönde etkilemektedir. Bu sebeple makro ve mikro açıdan, sağlık hizmetleri, sağlık ekonomisi ve sağlık harcamaları oldukça önemlidir. (Çalışkan, 2008) Özellikle, bir sağlık tesisinin yöneticileri ile birlikte idari ve mali departmanlarda görevli tüm personelin bahsedilen kavramlara ilişkin okuryazarlıklarının bulunması, doğru kararların alınmasına, işletmenin kaynaklarını verimli kullanmasına ve yaşanacak krizlerin girişimcilik okuryazarlığı ile de fırsata çevrilmesine katkı sağlayabileceği düşünülmüştür.

5.3.3.Medya Okuryazarlığı

Medya kavramı; çeşitli her bilginin kişilere veya topluluklara nakledilmesi aracılığıyla gerçekleşmekte olan bilgilendirme, eğitime gibi ana sorumluluklara haiz olan, görsel ve/veya işitsel araçlar şeklinde tanımlanmaktadır (Soydan, Alpaslan, 2014). Medya okuryazarlığı kavramı ise; farklı şekillerde verilen mesajlara ulaşp, analiz ederek, değerlendirme ve iletme becerisidir (Koltay, 2011). Son yıllarda, özellikle sosyal medyanın da hayatımıza girmesi ile her birey haber iletme rolüne bürünebilmektedir. Sağlık hizmetlerini sunan özel veya resmi kurumlar ile sağlık hizmetinden faydalanan her bir kişi, sosyal medya aracılığı ile sundukları veya aldıkları hizmete ilişkin etkileşimlerde bulunabilmektedir. Aynı zamanda, günümüzde sağlık sektörü ile ilgili gündem yaratan haberlerle karşılaşılmakta ve medya yönetiminin doğru olmadığı durumlarda, büyük çapta olumsuzluk bir hava oluşmasına sebebiyet verilmektedir. Bu ve birçok benzer sebepten, sağlık çalışanlarının her birinin medya okuryazarlığının bulunması çok önemli bir yetkinlik olabileceği değerlendirilmiştir.

5.3.4.Bilişim ve İletişim Teknolojileri Okuryazarlığı

Bir diğer tanımı ile bilgisayar okuryazarlığı; Bilgisayarı kullanabilmek, açp kapatabilmek, veri depolayabilmek, kopyalamak, yazdırmak gibi temel görevleri yerine getirebiliyor olmanın yanı sıra, ayrıca bilgisayar yazılımlarının kullanımı, kelime işlemcileri, elektronik tablo yazılımı ile veri tabanları gibi belli başlı bazı uygulamaların nasıl kullanılacağı hususlarında bilgi sahibi olunmasıdır(Sebeci, 2019). Sağlık tesislerinden hizmet almak isteyen bireylerin öncelikli olarak kullandıkları iletişim aracı, muayene randevusu alma veya yerinde başvurudur. Bu başvuruların alınması, randevuların verilmesi ise bilişim ve iletişim teknolojilerinin kullanımıyla mümkün olmaktadır. Nitekim günümüzde uzaktan muayene, telefon ile muayene

gibi konular gündeme gelmiştir. Bu minvalde, hem vatandaşların hem de sağlık çalışanlarının bilişim ve iletişim teknolojileri okuryazarlığı becerisine sahip olmaları zaruri hale gelecektir. Bununla birlikte, hasta kaydından, taburcu işlemine dek, kişilere uygulanan tanı, tedavi, rehabilitasyon ve arşivleme hizmetleri de hastane bilişim sistemleri ve programları aracılığıyla sağlanmaktadır. Sağlık çalışanların bütününe bilişim ve iletişim teknolojileri okuryazarlığı becerisine sahip olmaları beklenebilir.

5.4. ISTE Beceriler Çerçevesi'ne Göre Sağlık Çalışanlarından Beklenebilecek 21. Yüzyıl Yetkinlikleri

ISTE beceriler çerçevesinde yer alan yetkinlikler arasında, aşağıda yer alan yetkinliklerin sağlık çalışanlarından beklenebileceği öngörülebilir.

5.4.1. Dijital Vatandaşlık

Bu kavram; en kapsamlı manada; interneti nizami olarak etik şekilde, eleştirel ve güvenli olarak kullanabilmeyi ifade etmektedir. (Aldemir & Avşar, 2020). Örneğin BM'nin COVID-19 hakkında yayımladığı raporda belirtildiği üzere, COVID-19 salgını, iktidarları ve toplumları kısa zamanda, ortaya çıkan krize karşılık verebilme, orta vadeli süreçte sosyo-ekonomik yansımaları çözebilmek ve uzun vadede ise elde bulunan politika ve araçları yeniden ortaya çıkartmak adına dijital teknolojilere yönelimi zaruri hale getirmiştir. Bu durum tüm herkesi dijital vatandaş olmaya bir adım daha yaklaştırmıştır (Aldemir & Avşar, 2020). Birçok sosyal medya platformunda salgının ilk başladığı an itibarı ile herhangi bir denetleme olmadan ve düşüncesizce yapılan bazı yorumlar, sunulan yanlış bilgiler, dedikodular, mucize olarak lanse edilen tedaviler ve abartılı şekilde paylaşılan olaylar, kişileri ruh sağlığı yönünden olumsuz etkilemiş, strese sokmuş ve hatalı davranmaya yönlendirmiştir (Rosenberg vd., 2020). Bu ve benzeri olaylarda, sağlık çalışanlarının, dijital vatandaşlığa ve bağlı unsurlarına hakim olmaları, yaşanabilecek etik dışı paylaşımları, meslek kuralları kapsamında değerlendirmelerine, bilgi kirliliğinin önüne geçilmesine yardımcı olacaktır. Bu yetkinliğe sahip olmayan sağlık çalışanlarının, kendi alanları ile ilgili oluşturulan gündeme ilişkin yorumsuz veya etkisiz kalabilecekleri tartışmaya açık bir husus olarak değerlendirilmiştir.

5.5 IOWA Beceriler Çerçevesine Göre Sağlık Çalışanlarından Beklenebilecek 21. Yüzyıl Yetkinlikleri

IOWA beceriler çerçevesinde yer alan yetkinlikler yer alan yetkinlikler içerisinde aşağıda belirtilen yetkinliklerin sağlık çalışanlarından beklenebileceği öngörülebilir.

5.5.1. Teknoloji Okuryazarlığı

Bu kavram kimi zaman, iletişim ve bilgi teknolojisi okuryazarlığı kavramlarıyla eş anlama gelmektedir. Kavram, teknolojiye faydalanarak bilgi edinme, analiz etme, organize etme, raporlayabilme becerisi olarak tanımlanmıştır (Leu ve Kinzer, 2000). Shackelfor (2007), teknoloji kavramının, dünyamızı nasıl etkilediğini, hem teknolojinin içinde, hem de etrafında nasıl yer aldığımızı anlamak gerektiğini iletmiştir. Ortaya çıkan teknolojilere, kolay bir şekilde entegre olabilen, teknolojiyi etkili ve verimli kullanabilen ve etkisini analiz edebilen, teknolojik sorunlara ilişkin yenilikçi ve yaratıcı çözümler ortaya çıkartabilen bireylere ihtiyacımız olduğunu da ifade etmiştir. Bununla birlikte, sağlık hizmetleri sunan tesislerin yüksek teknoloji ile faaliyet göstermesi dahi, başlı başına teknolojik okuryazarlığın önemini kavramsal olarak vurgulamaktadır. Bununla birlikte, tanı, tedavi ve rehabilitasyon için kullanılan tüm

teknolojiler, kimi zaman otomatik, kimi zaman da insan eli ile işlem yapmaktadır. Sağlık kurumlarında teknolojik okuryazarlığı yüksek çalışanların bulunması, hizmette kullanılan tüm teknolojik cihazların verimli, doğru ve yerinde kullanımını kolaylaştırarak, arıza maliyetlerinin, amortismanların önüne geçilmesine ciddi katkı sağlayacaktır. Yapay zekâ kullanımı, robotik cerrahi, uzaktan muayene gibi teknolojik altyapılarla desteklenen uygulamaların konuşulduğu sağlık hizmetlerinde, en avantajlı konumda bulunan işletmeler, teknoloji okuryazarlığına sahip sağlık çalışanlarından oluşan işletmeler olabilecekleri düşünülebilir.

5.6.Türkiye Yeterlikler Çerçevesine Göre Sağlık Çalışanlarından Beklenebilecek 21.YY Yetkinlikleri

Türkiye yeterlikler çerçevesinde yer alan yetkinlikler arasında, aşağıda yer alan yetkinliklerin sağlık çalışanlarından beklenebileceği öngörülebilir.

5.6.1.Yabancı Dillerde İletişim

21.yüzyılda, iletişim kanallarının giderek artması, dijitalleşme ve sosyal medya kullanımı gibi faktörler, birçok farklı ülkeden insanın, farklı alanlarda ortak diyaloglar kurulmasına, paylaşımların geliştirilmesinde büyük rol oynamaktadır. Son yıllarda turizm kavramı sağlık ile beraber anılmaya başlamış ve sağlık turizmi adı altında faaliyetler gerçekleştirilmeye başlanmıştır. Nitekim; ülkemiz sağlık turizmine ciddi önem vererek, sağlık bakanlığı ve bağlı tesislerin bünyesinde de resmi olarak, ilgili departmanlar oluşturup, sürece dahil olmuştur. T.C. Sağlık Bakanlığı'na bağlı bir kuruluş olan, Uluslararası Sağlık Hizmetleri A.Ş (USHAŞ)'nin, resmi internet sitesinde derlenen, TÜİK (Türkiye İstatistik Kurumu) verilerinde:

- Türkiye'de 701.046 hastanın sağlık hizmeti aldığı, sağlık ve diğer tıbbi sebeplerle ülkeye gelen, yabancı ziyaretçi ile yurt dışında ikameti bulunan Türk vatandaşlarından elde edilmiş olan turizm gelirin 2019 yılında 1.492.438 bin ABD Doları olduğu,
- 2020 yılında ortaya çıkan pandemi sebebiyle sağlık turizminde sayı ve gelir olarak aşağı yönlü bir hareket meydana gelmiştir. 407 bin 423 hastanın, sağlık hizmeti almak üzere, Türkiye'ye geldiği, sağlık turizmi ve diğer tıbbi nedenlerle gelmiş yabancı ziyaretçi ile yurt dışında ikameti bulunan Türk vatandaşlarından elde edilmiş olan turizm gelirin, 2020 yılında 1.164.779 bin Amerikan Dolarına gerilediği,
- 2021 yılında ise 670.730 kişinin sağlık hizmeti aldığı ve buradan ortaya çıkan gelirin ise 1.726.973 bin ABD doları olduğu,
- 2022 yılında ise toplam 1.258.382 kişinin sağlık hizmeti almak adına Türkiye' ye geldiği ve buradan elde edilen gelirin de 1. 926.094 bin ABD doları tutarında olduğu ifade edilmiştir (USHAŞ, 2023).

Yukarıda yer alan verilere bakıldığında yıllar geçtikçe (2020 yılındaki pandemi süreci hariç) artmakta olan sağlık turizmindeki hasta sayısı ve gelir miktarındaki artış, sağlık sektörünün sağlık turizmine daha çok önem vermesi gerektiğine işaret etmektedir. Bu sebeple, sağlık tesislerinin, sağlık turizminde en iyi olma yolunda hedefleri ortaya çıkacaktır. Bu hedeflerin istenilen seviyelerde gerçekleşmesinde ise yabancı dillerde iletişim yetkinliğine sahip olan sağlık personelinin önemli rol oynayabileceği kanaati oluşabilir.

6.SAĞLIK KURUMU ÇALIŞANLARINDA HALİ HAZIRDA MEVCUT OLDUĞU DÜŞÜNÜLEN 21.YÜZYIL YETKİNLİKLERİ

Bu çalışmada 21.yüzyıl yetkinlikleri arasında gösterilen bazı kavramların, sağlık kurumu çalışanlarda meslek, görev ve eğitimi gereği zaten mevcut bulunduğu göz önüne alınabilir.

6.1.Sağlık Okuryazarlığı

Bu kavram, bireylerin sağlıkla alakalı etkin ve doğru kararları verebilmesi için sağlık bilgilerini okuyabilme, anlayabilme ve kullanabilme kabiliyeti olarak bilinmektedir (Durmaz, Y., Yayan, E. H., Sezgin, D., & Yakıncı, C., 2016). Tüm sağlık meslek mensuplarının bu yetkinliğe sahip olması beklenebileceği aşikardır. Ancak, çalışmamız içerisinde yer alan sağlık kurumu çalışanı kavramı ile söz konusu yetkinliğe yaklaştığımızda, sağlık hizmeti sunan tesislerde de sağlık eğitimi ve tedrisatından geçmemiş (hizmetli, teknisyen vb. memur) personelin de bulunduğu göz ardı edilmemelidir. Bu personele yönelik hizmet içi eğitimlerle de, sağlık okuryazarlığı yetkinliğinin tüm sağlık kurumu çalışanlarına kazandırılmasının gerekliliği de ayrıca tartışılabilir.

6.2.Bir Alana Ait Bilgi

OECD (Ekonomik İş Birliği ve Kalkınma Ajansı) Beceriler Çerçevesi (2018)'nde yer aldığı üzere, bir alana ait bilgi kavramında, sağlık çalışanlarının görev, unvan ve sorumlulukları zaten belirli kliniklere ve alanlara ayrılmış olup, ihtisaslarının bulunduğu alanlarda görev yapmaktadırlar. Bu sebeple, bu yetkinliğin tüm sağlık çalışanlarında mevcut olduğu kabul edilebilir.

7.LİTERATÜR TARAMASI

Bu kavramsal çalışmada sağlık kurumu çalışanları veya yöneticileri hakkındaki 21.yüzyıl yetkinliklerine yönelik incelenen bazı literatürlere ve yine eğitim alanında yapılan Türkiye ve farklı ülkelerdeki çalışmalardan faydalanılmıştır. Aşağıda yer alan tablolarda ise bu çalışmaların yazarlarına, konularına, amaçlarına, hangi örneklemeden ve çalışma yönteminden faydalanarak, ne tür sonuçlar elde ettiklerine yer verilmiştir.

Yazar-Yazarlar/Yıl	Çalışmanın Konusu	Çalışmanın Amacı	Örneklem	Çalışma Yöntemi	Sonuçlar
Ötun, Yüceyurt, Şenyuva (2022)	Hemşirelerin 21. Yüzyıl Becerileri ile Kendi Kendine Öğrenmeye Hazır Oluşları Arasındaki İlişki	Araştırmada hemşirelerin 21. yüzyıl becerileri ile kendi kendine öğrenmeye hazır oluşlarının belirlenerek aralarındaki ilişkinin ortaya konması amaçlanmıştır.	Araştırma evrenini; Mersin'deki kamuya ait okul öncesi, ilkokul ve ortaokullarda 2018-2019 eğitim öğretim sezonunda görevli 13.134 öğretmen oluşturmuştur. Evrenden oransız eleman örnekleme yoluyla 661 öğretmenin görüşü toplanmıştır.	Korelasyon, Regresyon Analizi	Hemşirelerin 21. yüzyıl becerilerinin orta düzey olduğu, kendi kendine öğrenmeye hazır oluşlarının ortalamanın biraz üstünde olduğu, Hemşirelerin 21. yüzyıl becerileri ve kendi kendine öğrenmeye hazır olmaları arasında ise orta güçte pozitif yönlü ilişki bulunduğu, kendi kendine öğrenmeye hazır oluşlarının 21. yüzyıl becerilerini pozitif yönde etkilediği.

Ünal ve Aydoğan (2018)	Kamu Hastanelerindeki Sağlık Yöneticilerinin Yetkinlikleri	Sağlık yöneticilerini yetkinliklerini değerlendirme amacıyla yapılmıştır.	İstanbul ilinde bulunan T.C. Sağlık Bakanlığına bağlı hastanelerdeki çalışan tüm hemşireler (N:23000) oluşturmuştur. Örneklem ise evreni bilinen örneklem hesabı ile 0,05 etki büyüklüğü, %5 yanlışlığı düzeyi ve %95 güven aralığı ile minimum 418 hemşire olarak belirlenmiştir. Gelişmiş örneklem yöntemi ile 418 hemşire üzerinden gerçekleştirilmiştir. .	T testi ANOVA Benforini Tukey Korelasyon Analizi	Araştırma kapsamında yer alan sağlık yöneticilerinin yetkinlikleri ile yönetsel statüleri arasında istatistiksel anlamlılık bulunamamıştır. Sağlık yöneticilerinin cinsiyetlerine göre yetkinlik alanlarındaki farklılık değerlendirildiğinde kadın yöneticilerin iletişim ve kişilerarası ilişkiler yönetime yetkinlik düzeyinin erkek sağlık yöneticilerinden daha yüksek olduğu belirlenmiştir..
-------------------------------	--	---	--	---	---

Yazar-Yazarlar/Yıl	Çalışmanın Konusu	Çalışmanın Amacı	Örneklem	Çalışma Yöntemi	Sonuçlar
Karadağ, Ergün, Kaynak, Karaca, (2021)	Hemşirelik ve Ebelik Öğrencilerinin 21. Yüzyıl Becerilerinin Bazı Değişkenlere Göre İncelenmesi	İlgili bölüm öğrencilerinin 21. Yüzyıl Becerilerinin bir takım değişkenlere göre incelemeye alınmasıdır.	Bir Devlet Üniversitesi ne bağlı faaliyet gösteren Sağlık Bilimleri Fakültesinde ki 625 kişiden oluşan hemşirelik ve ebelik öğrencisi	T testi	Hemşirelik ve ebelik bölümü öğrencilerinin 21.yüzyıl becerilerinin belirli ortalamanın üzerinde olduğu ve bununla birlikte geliştirilmesi gereken beceri alanlarının tespit edildiği, Öğrencilerin cinsiyeti ile okudukları bölümün, buldukları sınıfın, gelir durumunun, sosyal ve bilimsel aktivitelere katılma durumlarının 21. yüzyıl becerilerini etkilediği sonucuna varılmıştır.
Cansoy (2018)	Uluslararası Çerçvelere Göre 21.Yüzyıl Becerileri ve Eğitim Sisteminde Kazandırılması	Bu çalışmada öncelikle farklı kurum ve kuruluşlar tarafından çerçevesi çizilen ve bireylerin edinmeleri gerekli 21.Yüzyıl becerileri ortaya konulmuştur. Ardından 21.Yüzyıl becerilerinin eğitim sistemi içinde öğrencilere nasıl kazandırabileceği incelenmiştir.	Rapor, doküman ve araştırmalar	İkincil Veri analizi	Bu bağlamda eğitim sistemi ve okullarda bazı çalışmalara ağırlık verilmesi gerektiği anlaşılmaktadır. Öğrencilerin becerilerinin gelişip gelişmediğini anlamak isteyen eğitimcilerin bu becerilerin neler olduğunu, özelliklerini ve nasıl kazandırılabilirine ilişkin fikirleri olmalıdır. Birçok çalışmada toplum katılımının öğrencilerin becerilerinin gelişiminde etkili olduğu tespit edilmiştir. Bu bakımdan toplumun farklı kesimleriyle planlamalar yapılmalı ve öğrencilerin yaparak yaşayarak öğrenmeleri sağlanmalıdır.

Yazar- Yazarlar/ Yıl	Çalışmanın Konusu	Çalışmanın Amacı	Örneklem	Çalışmanın Yöntemi	Sonuçlar
Gelen (2017)	P21-Program ve Öğretimde 21. Yüzyıl Beceri Çerçevesi (ABD Uygulamaları)*	ABD ve dünyada yaygın şekilde uygulanan ve farklı ülkelerden örnek alınıp uygulanmaya başlayan bu gelişmelerin farkına varılmasını sağlamaktır	ABD ve farklı ülkeler, kolayda örneklem	İkincil Veri analizi	Türk eğitim sisteminin birkaç yıllık veya on yıllık stratejik planlar aracılığı ile değil, belki elli, yüz, beşyüz ve hatta bin yıllık vizyonunu belirleyerek, bu vizyona uygun şekilde, kendini geliştiren dinamik bir sisteme ihtiyacı açıktır. Bu ihtiyacı karşılamakta modelde belirtilen “21 yy. beceri ve destek sistemlerinden” aktif şekilde yararlanılıp, Türk Milli Eğitim sistemi için özgün çözüm üretebilmenin, bu değişim ve gelişimin başlangıç noktası olabileceği.
Elekoğlu, Demirdağ, (2020)	Okul Müdürlerinin 21. Yüzyıl Becerileri, İletişim Becerileri ve Liderlik Stilllerinin Öğretmen Algılarına Göre İncelenmesi konu edilmiştir.	Öğretmen algılarına göre, okul müdürlerinin 21. yüzyıl (yy) becerileri, iletişim becerileri ile liderlik stilleri arasındaki ilişkiyi incelemek olmuştur.	Örneklem, 2019-2020 eğitim öğretim yılında Zonguldak/Karadeniz Ereğli ilçesinde görev yapan anasınıfı, ilkököl, ortaokul ve lise olmak üzere, katılan 272 öğretmen ibarettir. Çalışmada, öğretmenler seçkisiz olmayan (non-random) yöntemler içinden tabakalı örneklem yöntemiyle belirlenmiştir.	t-testi, ANOVA, Pearson korelasyonu ve regresyon analizleri kullanılmıştır	Okul müdürlerinin 21. yy becerilerine ve iletişim becerilerine sahip olma düzeylerinin yüksek olduğunu ortaya çıkmıştır. Çağın gerektirdiği becerilere sahip olan ve iletişimi kuvvetli olan okul müdürlerinin örgüt adına olumlu davranışları ön plana çıkaracağı ve örgüt çalışanlarını ortak hedefler doğrultusunda yönlendirebileceğini göstermektedir. Bu bağlamda müdürlerin yeterlikleri tespit edilip bu becerilerin kazandırılması ile ilgili seminer, hizmet içi eğitim, uzaktan eğitim gibi çalışmalar düzenlenebilir. Yeni yapılacak okul müdürü görevlendirmelerinde bu becerileri gösterme düzeyleri bir ölçüttür

Yazar- Yazarlar/ Yıl	Çalışmanın Konusu	Çalışmanın Amacı	Örneklem	Çalışmanın Yöntemi	Sonuçlar
Karabaş (2023)	Z kuşağının 21.yüzyıl becerileri yeterlik algıları üzerine bir araştırma	Bu araştırmanın amacı, Z Kuşağı temsilcilerinin (2000-2018 yılları arasında doğanlar) 21. yüzyıl becerileri yeterlik algılarının ne düzeyde olduğunu belirlemek ve 21. yüzyıl becerilerine ilişkin yeterlik algısının çeşitli demografik faktörler itibariyle farklılık gösterip göstermediğini tespit etmektir.	kolayda örnekleme yöntemi kullanılarak ulaşılabilen ve ağırlıklı olarak İstanbul'da 2, İzmir'de 1 vakıf üniversitesinin öğrencileri ve ilgili üniversiteler dışında, belirtilen illerden Z Kuşağı temsilcisi toplam 402 kişiyi kapsamaktadır.	Tek örneklem t testi, İkili gruplara yönelik bağımsız örneklemler t testi Üç veya daha fazla gruba yönelik tek faktörlü gruplar arası Anova testi Kruskal Wallis testi yapılmıştır.	Çalışmanın Z Kuşağına, bu kuşağın yetiştirilmesi ve geliştirilmesinde rol sahibi olan ailelere, eğitim kurumlarına ve mevcut ve/veya potansiyel yöneticilerine birtakım önerileri bulunmaktadır. Önceki dönemler ile kıyaslandığında oldukça farklı ve hızla değişen bir dünyaya doğan Z Kuşağı temsilcileri, esasen değişime adapte olmayı kolaylaştıran mekanizmalar ile dünyaya gelmektedir. Ancak, bu potansiyelin her zaman geliştirilmesine ve çeşitli yaşam alanlarında etkili kullanımına ihtiyaç bulunmaktadır
Rotherham, Andrew J. ve Daniel T. Willingham (2010)	21. Yüzyıl" Becerileri Yeni Değil, Ama Değerli Bir Mücadele (21st-Century" Skills Not New, but a Worthy Challenge)	21.yy becerilerinin yeni olmadığı, önemli olanın kapsam olduğu ve hangi durumlarda işe yarar olabileceğini göstermek ve bununla ilgili bazı olumsuzluklar hakkında politikacıları uyarma amacı taşımaktadır.	Gündeme ilişkin çalışmalar	İkincil Veri analizi	Daha iyi müfredat, daha iyi öğretim ve daha iyi testler olmadan "21.yy becerilerine yapılan vurgu" kısa vadeli ilerleme uğruna, uzun vadeli kazanımları feda edecek, yüzeysel bir vurgu olacaktır.

Yazar- Yazarlar/ Yıl	Çalışmanın Konusu	Çalışmanın Amacı	Örneklem	Çalışmanın Yöntemi	Sonuçlar
Cemaloğlu, Arslangilay, Üstündağ, Bilasa (2019)	Meslek Lisesi Öğretmenlerini n 21. Yüzyıl Becerileri Özyeterlik Algıları	Ankara’da görev yapan meslek lisesi öğretmenlerinin 21. yy. becerilerine yönelik almış oldukları eğitim sonrası öz yeterlik algılarını belirlemek ve bunları çeşitli değişkenler açısından incelemek	2018-2019 eğitim öğretim yılıının güz döneminde Ankara’da görevli farklı meslek lisesi branşlarında 38 öğretmen oluşturmuştur.	Anova- t testi	Öğretmenlerin 21. yy. becerileri yeterlik algıları cinsiyete, eğitim durumuna ve mesleki kıdeme göre farklılık göstermemiştir. Ancak daha genç öğretmenlerin “öğrenme ve yenilenme becerileri” alt boyutunda diğer öğretmenlere göre daha yüksek seviyede oldukları bulgusuna ulaşılmıştır. Bu bulgulara göre verilen eğitimin öğretmenlerin hepsini kapsayacak şekilde geliştirildiğini söylenebilir.

8. SONUÇ ve ÖNERİLER

21.yüzyıl yetkinliklerinin, dünyada gelişmekte olan teknoloji, küresel çapta yenilikler ve birçok farklı benzer unsurlara göre yeniden şekillenebileceği, değişebileceği veya ortadan kalkabileceği anlaşılmaktadır. Bu yetkinlik çerçevelerinin en çok eğitim alanında, geleceğe yönelik bireylerin yetiştirilmesi hedefiyle oluşturulduğu görülmektedir. Her şeyden önce bu yetkinlikler üzerine öğrencileri yetiştirecek olan eğitimcilerin de bu yetkinliklere sahip olması beklenmektedir. Yayınlanan çerçevelerdeki yetkinliklerin her biri, kişinin mesleği, karakteri ve toplumdaki yeri ne olursa olsun gelecekte taşıması gereken özellikleri ifade etmektedir.

Yapılan çalışmalarda 21. yüzyıla yönelik, yetiştirilmesi planlanan insana haiz özelliklerin belirlenmesinde, küreselleşme ve endüstriyel devrimler ile birlikte, bilgi iletişim teknolojisinde meydana gelen değişimlerin etkisi olduğu düşünülmektedir. Peki 21.yüzyılın beklentilerine cevap vermek üzere yetiştirilmesi planlanan insan modeli, her bir meslek koluna uyum sağlayabilecek midir? Örneğin; liderlik yetkinliğinin her bireyde olmasının ekip çalışmalarına yansımalarının nasıl olacağı ayrı bir tartışma konusu ortaya çıkartabilir. Bununla birlikte her bir meslek mensubunun aynı özellikte temelden yetişmesinin, ilerleyen süreçlerde çalışma hayatında nasıl bir etki bırakacağı ayrıca değerlendirme gerektirebilir. Bu soru işaretleri haricinde, 21.yüzyıl yetkinliklerinin genel anlamıyla, dünyamızda yaşanan ve yaşanacak olan her bir gelişmeye, bireylerin hızlıca adapte olmasına ve doğru tepkiler vermesine yönelik birçok özelliğe büründüreceği izlenimi vermektedir. Sağlık kurumu çalışanlarının, yerel, toplumsal ve küresel tutum ile değerlere sahip olması, dünyayı anlayabilmesi, finans, ekonomi, işletmecilik, medya, teknoloji, bilişim, iletişim ve girişimcilik okuryazarlığına sahip olması, yabancı dillerde iletişim kurabilmesi gibi 21. Yüzyıl yetkinliklerine sahip olmasının ayrıca beklenebileceği sonucuna varılmıştır. Bununla birlikte doktor, hemşire, sağlık memuru gibi sağlık eğitimi almış olan çalışanların yine 21.yüzyıl yetkinliklerinden olan; bir alana ait bilgi, sağlık okuryazarlığı gibi yetkinliklere mesleki eğitimleri gereği zaten sahip olduğu kabul edilmiştir.

Ancak sağlık kurumlarında bu meslekler haricinde birçok çalışan olduğunun da göz ardı edilmemesi gerektiği düşünülerek, daha geniş tabir olan sağlık kurumu çalışanları kavramı kullanılmıştır. Dolayısı ile mühendis, teknisyen, memur gibi sağlık sektöründe yer alan ama “sağlık okuryazarlığı ile bir alana ait bilgi” gibi bazı kavramlara tam haiz olmayan personeli de göz ardı etmemek gerektiği vurgulanmıştır. Bununla birlikte yayımlanacak yeni bildiri ve çerçevelerin de daimi takip edilmesinin, söz konusu yetkinliklerin değişimi ve gerekliliği hususunda yararlı olacağı tespit edilmiştir. Tüm bu düşünce ve çıkarımlarla birlikte sağlık kurumu çalışanlarından beklenen 21.yüzyıl yetkinliklerinin, zaten stresin fazla yaşandığı, insanların hassas ve ajite olduğu ortamlarda görev alan tüm personele, ekstra baskı unsuru oluşturup oluşturmayacağına ayrıca değerlendirilmesi gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- Akat, İlter, Budak, Gönül, Budak, Gülay. (1999), İşletme Yönetimi (3. Baskı), İzmir, Barış Yayınları
- Aldemir, C., & Avşar, M. N. (2020). Pandemi Döneminde Dijital Vatandaşlık Uygulamaları. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 7(5), 148-169.
- Beers, S. Z. (2011). 21st century skills Preparing students for their future Retrieved from https://www.mheonline.com/mhmymath/pdf/21st_century_skills.pdf
- Cansoy, R. (2018). "Uluslararası çerçevelere göre 21. yüzyıl becerileri ve eğitim sisteminde kazandırılması." *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi* 7.4; 3112-3134.
- Cemaloğlu, N., ARSLANGİLAY, A. S., Üstündağ, M. T., & Bilasa, P. (2019). Meslek lisesi öğretmenlerinin 21. yüzyıl becerileri özyeterlik algıları. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 20(2), 845-874.
- Cluck, N.A. (1980). Reflections in the interdisciplinary approach to the humanities, *Liberal Education*, 66(1), 67-77.
- Çalışkan, Z., (2008). Sağlık Ekonomisi: Kavramsal Bir Yaklaşım. *H.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 26(2), 29-50
- Durmaz, Y., Yayan, E. H., Sezgin, D., & Yakıncı, C. (2016). Sağlık personelinin sağlık okuryazarlığı kavramı hakkındaki bilgi düzeyi. *Konuralp Tıp Dergisi*, 8(2), 114-117.
- Elekoğlu, F., & Demirdağ, S.(2020) Okul müdürlerinin 21. yüzyıl becerileri, iletişim becerileri ve liderlik stillerinin öğretmen algılarına göre incelenmesi. *Karaelmas Eğitim Bilimleri Dergisi*, 8(1), 101-117.
- Gelen, İ. (2017). P21-Program ve öğretimde 21. yüzyıl beceri çerçeveleri (ABD Uygulamaları). *Disiplinlerarası Eğitim Araştırmaları Dergisi*, 1(2), 15-29.

- International Society for Technology in Education. (2016). About ISTE Retrieved from http://www.iste.org/docs/Standards-Resources/istestandards_students-2016_one-sheet_final.pdf?sfvrsn=0.23432948779836327
- Karadaş, A., Kaynak, S., Ergün, S., & Karaca, P. P. (2021). Hemşirelik ve ebelik öğrencilerinin 21. yüzyıl becerilerinin bazı değişkenlere göre incelenmesi. Ordu Üniversitesi Hemşirelik Çalışmaları Dergisi, 4(2), 232-239.
- Koltay, T. (2011). “The Media and The Literacies: Media Literacy, Information Literacy, Digital Literacy”, Media Culture Society, 33(2) s.211-221
- Köse Ünal A, Aydoğan E (2018). Kamu Hastanelerindeki Sağlık Yöneticilerinin Yetkinlikleri. İşletme Araştırmaları Dergisi, 10(3), 520 - 545. 10.20491/isarder.2018.486
- Kurucuoğlu, Ü. (2010). Çok uluslu bir şirkette ülkelere ilişkin yetkinlik algılamaları ve yetkinlik bazlı mülakat etkinliğine ilişkin bir araştırma (Doctoral dissertation, Marmara Üniversitesi (Turkey)).
- Lamb, S., Maire, Q., & Doecke, E. (2017). Key Skills for the 21st Century: an evidence-based review. Retrieved from <https://education.nsw.gov.au/ourpriorities/innovate-for-the-future/education-for-a-changing-world/researchfindings/future-frontiers-analytical-report-key-skills-for-the-21st-century/KeySkills-for-the-21st-Century-Executive-Summary.pdf>
- Leu, D. J. & Kinzer, C. K. (2000). The convergence of literacy instruction with networked technologies for information and communication. Reading Research Quarterly, 35(1), 108-127.
- National Research Council. (2011). Assessing 21st century skills: Summary of a workshop: National Academies Press
- OECD (2018). The future of education and skills, education 2030 . the future we want [https://www.oecd.org/education/2030/E2030%20Position%20Paper%20\(30.09.2023\).pdf](https://www.oecd.org/education/2030/E2030%20Position%20Paper%20(30.09.2023).pdf)
- Orhaner, E. (2006). Türkiye'de sağlık hizmetleri finansmanı ve genel sağlık sigortası. Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi, (1), 1-22.
- Partnership for 21st Century Skills. (2009). Framework for 21st century learning. Retrieved from <http://www.p21.org/our-work/p21-framework>
- Rosenberg, H., Syed, S. Ve Rezaie, S. (2020, 6 Nisan). The Twitter Pandemic: The Critical Role of Twitter İn The Dissemination of Medical Information and Misinformation During The Covid-19 Pandemic. CJEM, 1-4. <https://doi.org/10.1017/cem.2020.361> Erişim tarihi: 30.09.2023
- Rotherman, A. J., & Willingham, D. T. (2010). 21st century skills” not new but a worthy challenge. American Educator, 34(1), 17-20.

- Sebetci, Ö. (2019). Approach to the Concept of Literacy for Information Systems Used in the Business Areas of and Daily Studies. *Journal Of Business Research-Turk*, 11(4), 2691-2697
- Trilling, B. and Fadel, C. (2009). *21st Century Skills: Learning For Life in Our Times*. Francisco: Jossey-Bass.
- Voogt, J., & Roblin, N. P. (2010). 21st century skills. *Discussienota*. Zoetermeer: The Netherlands: Kennisnet, 23(03), 2000
- Voogt, J., & Roblin, N. P. (2010). 21st century skills discussion paper. University of Twente, 10.
- Voogt, J., & Roblin, N. P. (2012). A comparative analysis of international frameworks for 21st century competences: Implications for national curriculum policies. *Journal of curriculum studies*, 44(3), 299-321.
- Tuba, Ö. T. Ü. N., Yüceyurt, N. K., & ŞENYUVA, E. A. (2022). Hemşirelerin 21. Yüzyıl Becerileri ile Kendi Kendine Öğrenmeye Hazır Oluşları Arasındaki İlişki. *Hacettepe University Faculty of Health Sciences Journal*, 9(3), 716-737
- Yamamoto, G. T., Zümrüt, N., & Altun, D. (2018). “İş Kazalarının Önlenmesinde Sanal Gerçeklik Teknolojisi İle Deneyimsel Öğrenme”, *Proceedings Of The International Congress On Business And Marketing'18* (s. 58-79). Maltepe University, Faculty of Business and Management Sciences

ÜLKELERİN DIŞ TİCARETE AÇIKLIK DERECESİNİN ENFLASYON-İSTİHDAM ÖDÜNLEMESİNE ETKİSİ: YÜKSEK ENFLASYON YAŞANAN ÜLKELER İÇİN PHILLIPS EĞRİSİ ÇERÇEVESİNDE EKONOMETRİK BİR ANALİZ

Dr. Öğr. Üyesi Oğuzhan ÖZÇELİK

Kırklareli Üniversitesi, - ORCID ID:0000-0001-6666-8976

Öz

Bu araştırmada dış ticarete açıklık derecesinin enflasyon-istihdam ödünlemesine etkisi, 2021 yılı itibariyle enflasyon oranlarının yüksek seyrettiği 10 ülkeden, verilerine ulaşılabilen 7'sine ait yıllık değerleri kullanılarak analizler gerçekleştirilmiştir. Buna göre; Sudan, Surinam ve Zambiya'da enflasyon serisi $I(0)$, diğerleri $I(1)$ iken, Etiyopya, Türkiye ve Haiti'de tüm seriler $I(1)$ bulunmuştur. Nijerya'da ise işsizlik serisi $I(0)$, diğerleri $I(1)$ çıkmıştır. Sudan, Surinam ve Zambiya'da bağımlı değişken olan $I(0)$ çıktığı için eşbütünlük ilişkisi, McNown vd. (2018) ve Sam vd. (2019) çalışmalarlarıyla geliştirilen Bootstrap AARDL yöntemiyle incelenmiş, sadece Surinam ve Haiti'de değişkenler arasında eşbütünlük ilişkisi belirlenebilmiştir. Daha fazla ülkede işsizlik ve ticari dışa açıklığın enflasyona etkilerini inceleyebilmek için tüm serilerin $I(1)$ olduğu Türkiye ve Etiyopya için Maki (2012) yapısal kırılmalı eşbütünlük testi de uygulanmış ve Etiyopya'da eşbütünlük tespit edilebilmiştir. Bu nedenle regresyon analizleri; sadece Surinam, Etiyopya ve Haiti için gerçekleştirilmiştir. Regresyon analizleri sonucunda; Surinam'da işsizlik artışları, enflasyonun daha da artmasına neden olduğu için Phillips Eğrisi Yaklaşımı geçerli değilken, Etiyopya ve Haiti'de işsizlik artışları, enflasyonu uzun dönemde azalttığı için Phillips Eğrisi Yaklaşımı geçerlidir. Bu nedenle Surinam'da enflasyonun nedeni; halkın alım gücü ve talep değil, maliyetler olup, Surinam yöneticilerinin enflasyonu düşürebilmek için maliyetleri düşürmeye odaklanmaları gerekmektedir. Etiyopya ve Haiti'de Phillips Eğrisi yaklaşımı geçerli olup, daraltıcı para ve maliye politikaları uygulandığında işsizlik bir miktar artsa da enflasyonun önüne geçilebilecektir. Ticari dışa açıklığın artması Surinam, Etiyopya ve Haiti'de Rogoff (1985), Romer (1993) ve Lane (1997)'in görüşleriyle uyumlu bir şekilde hem kısa dönemde hem de uzun dönemde enflasyonu azaltıcı yönde etki etmiştir. O halde Surinam, Etiyopya ve Haiti'nin yanında yüksek enflasyon sorunu yaşayan diğer az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin de enflasyonunu düşürebilmek için ticari dışa açıklıklarını artırmaları yararlarına olması beklenti dahilindedir.

Anahtar Kelimeler: İşsizlik, Enflasyon, Ticari Dışa Açıklık

THE IMPACT OF COUNTRIES' DEGREE OF OPENNESS TO FOREIGN TRADE ON THE INFLATION-EMPLOYMENT TRADE-OFF: AN ECONOMETRIC ANALYSIS WITHIN THE FRAMEWORK OF THE PHILLIPS CURVE FOR COUNTRIES WITH HIGH INFLATION

Abstract

This present study examines the manner in which openness to foreign trade influences the delicate balance between inflation and employment. Analyses were carried out by utilizing the annual data from seven out of the ten countries with notably elevated inflation rates in the year 2021, for which data was available. In accordance with the findings, the inflation series in Sudan, Suriname and Zambia were $I(0)$, while the remaining series were $I(1)$. Simultaneously, all series within Ethiopia, Türkiye and Haiti were $I(1)$. In Nigeria, the unemployment series was $I(0)$ and the others were $I(1)$. Given that the dependent variable exhibited an $I(0)$ characteristic in Sudan, Suriname and Zambia, an assessment of the cointegration relationship was pursued using the Bootstrap AARDL method, as devised by McNown et al. (2018) and Sam et al. (2019). The outcome indicated a cointegration relationship solely in the case of Suriname and Haiti among the variables under consideration. To delve into the impact of unemployment and trade openness on inflation across a broader spectrum of nations, the cointegration test with structural breaks, as introduced by Maki (2012), was extended to Türkiye and Ethiopia. This extension was prompted by the fact that all series in these countries exhibited an $I(1)$ characteristics. The analysis yielded a cointegration outcome specifically for Ethiopia, underscoring the existence of cointegration. Consequently, regression analyses were conducted for the countries of Suriname, Ethiopia and Haiti. The outcomes of the regression analyses reveal that the validity of the Phillips Curve Approach varies across the examined countries. In Suriname, the approach is deemed invalid as increases in unemployment correspond to further inflation escalation. Conversely, in Ethiopia and Haiti, the Phillips Curve Approach holds true, as augmented unemployment leads to long-term reduction in inflation. The findings suggest that inflation in Suriname is primarily due to cost-related factors rather than being driven by public purchasing power and demand. In order to mitigate inflation, policymakers in Suriname should prioritize efforts to lower costs. Within the contexts of Ethiopia and Haiti, the applicability of the Phillips Curve approach stands true, and the adoption of contractionary monetary and fiscal policies will effectively counteract inflation, even in the face of a marginal rise in unemployment. Conversely, within the contexts of Suriname, Ethiopia and Haiti, more

trade openness exhibited both short-term and long-term disinflationary impacts, aligning with the perspectives espoused by Rogoff (1985), Romer (1993) and Lane (1997). Hence, beyond Suriname, Ethiopia and Haiti, it is anticipated that other less developed and developing nations grappling with significant inflation challenges would similarly stand to gain by enhancing their trade openness as a means to alleviate inflationary pressures.

Keywords: Unemployment, Inflation, Openness to Trade

1.GİRİŞ

Adam Smith'in 1776'da yayınlanan *Ulusların Zenginliği* kitabı ile başladığı varsayılan Klasik İktisat akımının savunucuları; ekonomiye devletin müdahale etmemesi gerektiğini, ortaya çıkan dengesizliklerin, fiyat mekanizması¹ sayesinde ortadan kalkacağını ve ekonominin denge düzeyine resen döneceğini savını ortaya koymuşlardır (Arya, 2020: 1). Klasik İktisat Teorisinde; denk bütçenin gerekliliği savunulmakta ve ekonominin tam istihdamda dengede olduğu kabul edilmektedir (Gedik, 2008: 246). John Maynard Keynes'in 1936'da yayınlanan *Genel Teori* isimli eseriyle başladığı kabul edilen Keynesyen İktisat Teorisinde ise ekonomik dengeden bir sapma meydana geldiğinde bunun kendiliğinden ortadan kalkmasının uzun zaman alabileceği, hatta belki de hiç mümkün olmayabileceği, bu nedenle ekonomik kriz dönemlerinde devletlerin bütçe açığı verme pahasına, ekonomiye müdahale etmelerinin gerektiği görüşünü savunmaktadır (Doğangün Yasa, 2017: 282-283). Keynesyen İktisatçılar ekonominin genellikle eksik istihdamda dengede olduğunu kabul etmekte, tam istihdamın bir istisna olduğunu ifade etmektedirler (Turan ve Öztürk, 2016: 260). Milton Friedman ve arkadaşlarının çalışmalarıyla 1960'lardan sonra etkili olmaya başlayan Monetarist İktisat Teorisinde ise; paranın, ekonomik aktiviteleri yönlendirebilmek için faydalı bir araç olduğu, ancak para arzının doğru yönetilmediği takdirde bir kısım sorunlara neden olabileceği kabul edilmektedir. Monetaristler, ekonomideki para miktarının, ekonomik büyüme oranına eşit olması gerektiğini ileri sürmüşlerdir (Cengiz, 2008: 120). Bu sayede ekonomide üretilen mal ve hizmetler için gerekli talep yaratılabilecektir. Ekonomik büyüme oranını aşan para arzlarının ise enflasyona sebep olacağı Monetarist Akımın önemli savlarından biridir (İslatince, 2017: 45).

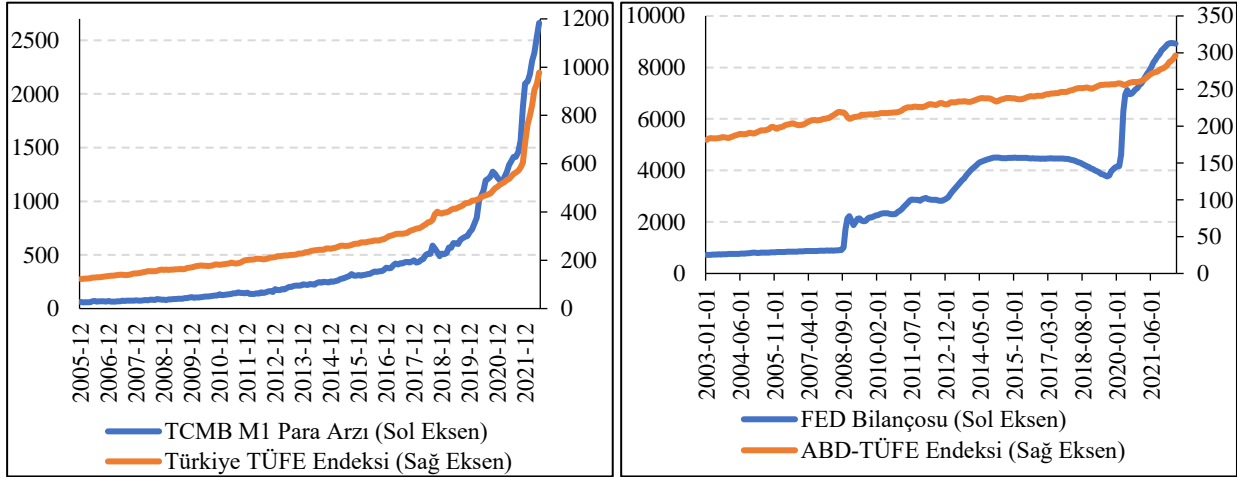
¹ Klasikler buna Görünmez El (Invisible Hand) adını vermektedirler.

Bu tartışmaların bir sonucu olarak zaman içinde oluşan genel yaklaşım; ekonomide işler yolunda gittiğinde Klasik Akım takip edilerek ekonomiye devlet müdahalesinin minimize edilmesi, ekonomik kriz dönemlerinde ise Keynesyen İktisat Teorisi esas alınarak, maliye politikalarıyla ve Monetarist İktisat Teorisi izlenerek para arzının artırılması yoluyla ekonomiye müdahale edilmesidir (Eğilmez, 2015)².

2008 Küresel Finans Krizinden sonra da Keynesyen Teori hatırlanmış ve krizden çıkışı hızlandırabilmek için başta ABD Merkez Bankası (FED) başta olmak üzere çoğu ülke genişletici para ve maliye politikalarına başvurmuştur. 8 Eylül 2008'de 995 Milyar Dolar olan FED bilançosu (kısaca FED'in piyasaya sürdüğü para miktarı), Aralık 2008'de 2 Trilyon 232 Milyon Dolara, Temmuz 2011'de 2 Trilyon 863 Milyar Dolara, Aralık 2014'te 4 Trilyon 509 Milyar Dolara kadar çıkmıştır (Federal Reserve, 2002). Bu süreçte 2009'da -0.35 olan ABD enflasyonu kademeli olarak artmaya başlamış, 2012'de %2'yi aşmıştır (World Bank, 2022a). 2014'te başlayan FED'in bilanço küçültme çabaları ile enflasyon 2015'te %0.12'ye kadar düşürülmüş, fakat 2020'de patlak veren COVID 19 salgınının olumsuz etkilerinden ekonomiyi koruyabilmek için FED tekrar parasal genişleme politikası izlemeye başlamıştır. Böylece Şubat 2020'de 4 Trilyon 171 Milyar Dolar seviyesinde olan FED bilançosu Mart 2021'de 8 Trilyon 962 Milyar Dolara kadar çıkarılmıştır. Bu parasal genişlemenin ABD ekonomisine en önemli faturası enflasyon üzerinden olmuş, ABD'de enflasyon Haziran 2022'de %9.1 ile 1981'den sonraki en yüksek değerine ulaşmıştır (Bloomberght, 2022). Benzer şekilde Türkiye de 2008 krizinden çıkış için Nisan 2009'dan itibaren genişletici para ve maliye politikaları izlemeye başlamış, Ağustos 2008'de 79 Milyar TL olan Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankasının (TCMB) M1 (dar anlamlı) para arzı, Aralık 2009'da 107 Milyar TL'ye, 2018'de 512.52 Milyar TL'ye kadar yükseltilmiştir. Bunun etkisiyle 2009'da %6.25 olan enflasyon oranı 2018 yılında %16.33'e kadar çıkmış, sonra uygulanan makro ihtiyati politikalarla kısmi bir düşüş yaşanmıştır. Ama COVID 19 nedeniyle tekrar parasal genişleme politikasına dönülmüş ve TCMB'nin M1 para arzı Haziran 2022 itibarıyla 2 Trilyon 662 Milyar TL'ye kadar çıkmıştır. Bu süreçte enflasyon da 2021'de %19.59'a Haziran 2022'de ise %78.62 olmuştur. Türkiye'de ve ABD'de para arzı ile enflasyon arasındaki ilişki Grafik 1 yardımıyla incelenebilir.

² Bu konuda Eğilmez (2015) konuyu çok güzel resmetmiştir. Bakılması önemle tavsiye olunur.

Grafik 1: Türkiye’de ve ABD’de Para Arzı ile Enflasyon Arasındaki İlişki



Kaynak: EVDS (2022a, 2022b), FRED (2022a, 2022b).

Grafik 1’den de görüldüğü üzere hem Türkiye’de hem de ABD’de para arzı ile enflasyon arasında eşanlı bir hareket söz konusudur. Ancak bu hareket Türkiye’de çok daha nettir. Çünkü Türkiye’de enflasyon ABD’nin 10 katı civarındadır. 2021 yılı itibariyle dünyada enflasyon oranı en yüksek ülkeler Tablo 1’de yer almaktadır:

Tablo 1: Dünyada Enflasyon Oranı En Yüksek Ülkeler (2021, %)

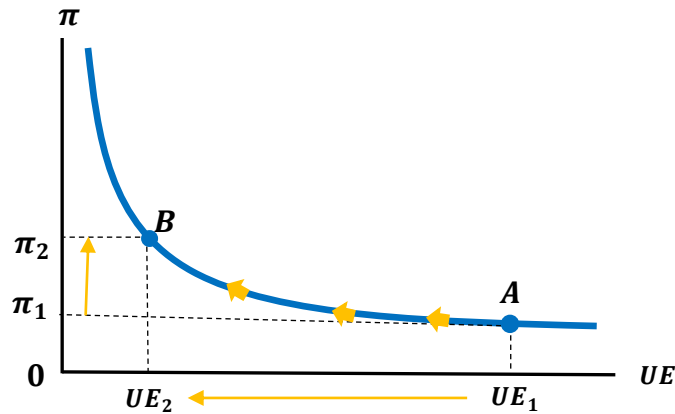
Sıra	Ülke	2019	2020	2021
1	Sudan	50.9	150.3	382.8
2	Lübnan	3.0	84.8	154.7
3	Zimbabve	255.3	557.2	98.5
4	Surinam	-	34.8	59.1
5	Etiyopya	15.8	20.3	26.8
6	Zambiya	9.1	15.7	22.0
7	Türkiye	15.1	12.2	19.5
8	Nijerya	11.3	13.2	16.9
9	Haiti	18.7	22.7	16.8
10	Gine	9.4	10.6	12.5

Kaynak: World Bank (2022a). **Not:** Sıralama 2021 yılı verilerine göre, büyükten küçüğe şeklinde yapılmıştır.

Tablo 1’den görüldüğü gibi Türkiye 2021 yılı itibariyle, sahip olduğu %19.5 enflasyon oranı ile en yüksek enflasyona sahip 7. ülke konumundadır. 2022 yıl sonunda bu oranın TCMB (2022a)’ya göre %57.92 ve JP Morgan’a göre %63.1 (Dünya, 2022) olması beklendiği göz önüne alındığında Türkiye 2022 yılı itibariyle dünyada en yüksek enflasyona sahip 4. ülke olmaya aday bulunmaktadır. Elbette ki bu durum Türkiye gibi gelişmekte olan bir ülke için kabul edilebilir bir durum değildir.

Politika üreticilerinin yönetimini üstlendikleri ekonomilerde baş gösteren yapısal ekonomik sorunları iyileştirmeye yönelik çeşitli makro ekonomik müdahalelerde buldukları izlenmektedir. Ekonomilerde en sık görülen temel makroekonomik sorunların yüksek enflasyon, işsizlik, katma değeri düşük ürün üretimi, dış ticaret ve cari açık vb. faktörlerden oluştuğu görülmektedir. Söz konusu yapısal ekonomik bozuklukları gidermek için literatürde çeşitli teori, hipotez ve yaklaşımlar ileri sürülmüş ve buna bağlı olarak da yine çeşitli sonuçlar deneyimlenmiştir. Yazında birçok araştırmacının bu çalışmanın ana konusunda yer alan enflasyonun nedenleri, etkileri ve diğer değişenlerle olan etkileşimleri üzerine pek çok çalışma yapmışlardır/yapmaktadır. Bu konuda önde gelen çalışmalardan biri Phillips (1958) tarafından, İngiltere'ye ait 1861-1957 dönemi işsizlik ve enflasyon verileri kullanılarak yapılan çalışmadır. Phillips (1958); enflasyon oranı ile işsizlik oranı arasında negatif eğimli bir ilişki olduğunu tespit etmiştir. Literatürde Phillips Eğrisi olarak yer edinen bu yaklaşım, Grafik 2 yardımıyla incelenebilir.

Grafik 2: Phillips Eğrisi



Kaynak: Pettinger (2019).

Grafik 2'de π ; enflasyon oranını (%), UE ; İşsizlik Oranını (% Unemployment) göstermektedir. Ekonomi ilk durumda A noktasında dengede iken, hükümet işsizliği azaltabilmek için genişletici para ve maliye politikaları izlemeye başlamış olsun. Bu durumda bir yandan ekonomide üretim, istihdam ve milli gelir artarken, bir yandan da toplam talep artışına bağlı olarak talep enflasyonu, işgücü maliyeti ve diğer üretim faktörlerinin fiyatlarındaki artışa³ bağlı olarak da maliyet enflasyonu gündeme gelecek ve enflasyon yükselmeye başlayacaktır. Böylece ekonomide işsizlik UE_1 'den UE_2 'ye düşürülürken,

³ Çünkü üretimi artırabilmek için daha fazla işgücü, doğal kaynak ve sermayeye ihtiyaç duyulacak, bu da üretim faktörlerinin fiyatının artmasına neden olacaktır.

enflasyon π_1 'den π_2 'ye yükselecektir. İşte bu noktada ekonomide işsizlik ile enflasyon arasında bir “ödünleme” yani değiş-tokuş (trade-off) ya da değişim söz konusudur. Daha az işsizliğin maliyeti, daha yüksek enflasyon olmaktadır (Araç, 2013: 27). Phillips Eğrisi Denklem (1)'deki gibi formüle edilebilir:

$$\pi_t = \alpha + \beta * UE_t + \epsilon_t \quad (1)$$

Yukarıda yer verilen modelin tahmin sonucunda β katsayısının negatif çıkması beklenmektedir (Büyükakın, 2008: 145).

Pekâlâ bu ödünlemeyi azaltmanın bir yolu yok mudur? Rogoff (1985) ve Romer (1993), ekonomide *öngörülemez parasal genişlemenin ulusal paranın değerini düşüreceğini (nominal döviz kurlarının artmasına neden olacağını), bunun da ülke mallarının dış piyasalardaki fiyatını görece düşürerek, ülkenin ihracatının artmasına neden olacağını ifade etmiştir. Bu artış, ülkenin ekonomik büyümesine ilave bir katkı sağlamakta olup, üretilen mallara dış talep yarattığı için, iç piyasalardaki talep ve enflasyonun düşük kalmasına imkân verebilmektedir. Bunun gerçekleşebilmesinin ön şartı; ülkenin dış ticarete açık bir ekonomik model izliyor olmasıdır.* Buradan hareketle Lane (1997), ekonomilerin dış ticaret açıklık oranı arttıkça, enflasyonun artma oranının düşeceğini ifade etmiştir. Neiss (2001) konuya ithalat açısından da bakmış ve *ülkede az bulunan ve fiyatı artma eğilimine giren malların, dışa açık ekonomi modelinde ithalat yoluyla temin edilebiliyor olmasının da enflasyonu baskılayıcı bir rolünün olduğunu* dile getirmiştir. Bu durumda Phillips Eğrisi Denklem (1)'deki şekle gelmektedir:

$$\pi_t = \alpha + \beta * UE_t + \delta * TO_t \epsilon_t \quad (2)$$

Burada TO ; Ticari Dışa Açıklık (Trade Openess) olup, literatürde genellikle toplam dış ticaret hacminin milli gelire oranı, yani $(X + M)/GDP$ şeklinde hesaplanmaktadır (Fujii, 2017). Burada X ; ihracatı (export), M ; ithalatı (import), GDP ; gayri safi yurtiçi hasılayı (Gross Domestic Product) göstermektedir. Bu modelin tahmini sonucunda δ katsayısının da negatif çıkması ve β 'in mutlak değerce küçülmesi beklenmektedir (Lane, 1997).

Bu çalışmada ticari dışa açıklığın, 2021 yılında enflasyon oranı en yüksek olan ilk 10 ülkenin enflasyon oranlarına etkileri, Denklem (1) ve Denklem (2) çerçevesinde, ulaşılabilen en geniş dönem verileri kullanılarak analiz edilmiştir. Denklem (1)'in tahmini sonucunda β katsayısının negatif ve istatistiksel olarak anlamlı çıkması; ilgili ülkede Phillips Eğrisi yaklaşımının geçerli olduğunu gösterirken, Denklem (2)'nin tahmini sonucunda δ katsayısının

negatif ve anlamlı çıkması ve β 'in mutlak değerce küçülmesi, Rogoff (1985) ve Romer (1993)'in dile getirdiği ve Lane (1997)'in sistematize ettiği “dış ticaret açıklık oranı arttıkça, enflasyonun artma oranının düşeceği” görüşünün geçerli olduğunu ortaya koyacaktır. Çalışmadan elde edilecek bulguların, Türkiye'nin de aralarında olduğu enflasyon sarmalındaki ülkeler için yeni çıkış yolları sunması ve bu yönüyle ülkeler için yararlı olması beklenmektedir. Ayrıca konunun ele alınış biçimi yönüyle çalışma, literatüre de önemli bir katkı sağlaması beklenmektedir.

2. ANALİZ

2.1. Veri seti

Çalışmaya 2021 yılı itibariyle enflasyon ortanı en yüksek olan 10 ülke dahil edilmeye çalışılmış, ancak Lübnan, Zimbabve ve Gine yeterince verilerine ulaşamadığı için analizden çıkartılmıştır. Çalışmada ülkelerin Tüketici Fiyat Endeksine göre hesaplanmış enflasyon verileri, işsizlik oranı değerleri ve ticari dışa açıklık oranı verileri kullanılmıştır. Enflasyon oranı verileri World Bank (2022a)'dan, işsizlik oranı verileri World Bank (2022b) ve IMF (2022)'den⁴ alınmış, ticari dışa açıklık oranı; World Bank (2022c)'den alınan ihracat, World Bank (2022d)'den alınan ithalat ve World Bank (2022e)'den alınan milli gelir verileri kullanılarak, tarafımızdan hesaplanmıştır. Ülkelerin verilerine aynı dönemden başlayarak ulaşamadığı için analiz dönemleri Tablo 2'deki gibi olmuştur.

Tablo 2: Analiz Dönemleri

Sıra	Ülke	Analiz Dönem
1	Sudan	1981-2021
2	Surinam	1991-2021
3	Etiyopya	1984-2021
4	Zambiya	1986-2021
5	Türkiye	1960-2021
6	Nijerya	1980-2021
7	Haiti	1980-2021

Analizlerde ülkelere ait ulaşılabilen en geniş veri döneminin kullanılmasına çalışılmıştır. Bu ülkeleri ortak etkileyen 2008 Küresel Finans Krizi için 2008 ve 2009 yıllarına, COVID 19 salgını için 2020 ve 2021 yıllarına 1 verilerek K_{2008} ve K_{COVID} kukla değişkenleri

⁴ Türkiye'ye ait 1960-1990 dönemi işsizlik verileri Apaydın (2018: 171)'den alınmıştır.

oluşturulmuştur. Ayrıca Türkiye'nin dış açık ekonomi politikaları izlemeye başladığı 24 Ocak 1980 sonrası dönem için 1980 ve sonrası yıllara 1 değerleri verilerek K_{1980} kukla değişkeni oluşturulmuştur. Ayrıca Sudan'da 1983-2005 döneminde yaşanan İkinci Sudan İç Savaşı, bu döneme 1 değerleri verilerek oluşturulan $K_{1983-2005}$ kukla değişkeni ile modele dahil edilmiştir. Etiyopya 1990'den itibaren serbest pazar ekonomisine geçiş yaptığı için 1990 ve sonrasına 1 verilerek oluşturulan $K_{1990-2021}$ kukla değişkeni modele dahil edilmiştir. Zambiya'nın 1990 yılında çok partili ilk demokratik sisteme geçmiş olması nedeniyle 1990 ve sonrasına 1 verilerek oluşturulan $K_{1990-2021}$ kukla değişkeni modele dahil edilmiştir. Nijerya'nın 1985-1993 döneminde yaşadığı askeri yönetim dönemini temsil etmek üzere bu dönemdeki yıllara 1 değerleri verilerek oluşturulan $K_{1985-1993}$ ve 1993 sonrası dönemde yaşanan demokratik yönetim dönemini temsil etmek üzere 1993 ve sonrasına 1 değerleri verilerek oluşturulan $K_{1993-2021}$ kukla değişkenleri analize dahil edilmiştir. Haiti'nin yaşadığı önemli yapısal dönüşümleri temsil etmek üzere de Haiti'yi 1971-1986 arası dönemde diktatörlükle yöneten Jean-Claude Duvalier dönemi sonrası Jean-Bertrand Aristide başkanlığında yaşanan demokrasi dönemini temsil etmek üzere 1986-2004 arası yıllara 1 değerleri verilerek $K_{1986-2004}$, 2004 yılında gerçekleşen askeri darbe ve sonrasında Birleşmiş Milletler Barış Gücünün müdahalesiyle başlayan yeni dönemi temsil etmek üzere, 2004 ve sonrasına 1 değerleri verilerek oluşturulan $K_{2004-2021}$ kukla değişkenleri kullanılmıştır. Veri setinin betimleyici istatistikleri Tablo 3'te yer almaktadır:

Tablo 3: Veri Setinin Betimleyici İstatistikleri

	Sudan			Etiyopya			Türkiye				
	INF	UE	TO	INF	UE	TO	INF	UE	TO		
Ortalama	51.4	17.0	21.8	Ortalama	10.3	2.7	24.0	Ortalama	31.5	8.1	27.2
Ortanca	30.6	16.6	22.1	Ortanca	8.3	2.5	22.2	Ortanca	18.2	8.3	26.2
Max	382.8	22.3	50.5	Max	44.4	3.7	40.9	Max	105.2	13.7	60.9
Min	1.9	13.0	2.7	Min	-9.8	1.2	4.9	Min	1.1	3.1	5.6
St. Sapma	65.6	2.2	10.1	St. Sapma	11.5	0.6	9.7	St. Sapma	28.6	2.5	14.5
Gözlem Say.	41	41	41	Gözlem Say.	38	38	38	Gözlem Say.	62	62	62
	Surinam			Zambiya			Nijerya				
	INF	UE	TO	INF	UE	TO	INF	UE	TO		
Ortalama	45.3	10.1	109.0	Ortalama	37.1	13.1	59.9	Ortalama	18.7	4.9	33.8
Ortanca	19.0	9.4	94.4	Ortanca	21.4	12.9	58.3	Ortanca	12.7	4.1	34.1
Max	368.5	17.3	230.6	Max	183.3	19.7	85.8	Max	72.8	9.8	66.4
Min	-0.7	6.6	71.8	Min	6.4	7.9	40.3	Min	5.4	3.7	16.8
St. Sapma	77.0	2.8	38.4	St. Sapma	44.2	3.0	10.8	St. Sapma	16.5	1.7	11.2
Gözlem Say.	31	31	31	Gözlem Say.	36	36	36	Gözlem Say.	42	42	42
Haiti											

	INF	UE	TO		INF	UE	TO		INF	UE	TO
Ortalama	12.4	12.6	27.6	Max	39.3	23.9	43.4	St. Sapma	9.3	4.0	7.1
Ortanca	10.8	13.9	28.2	Min	-11.4	6.7	15.4	Gözlem Say.	42	42	42

Tablo 3'e göre verilerin standart sapmaları düşük, gözlem sayısı yeterlidir. Sudan'da enflasyon 2021 yılında %382.8 ile, işsizlik 1981'de %22.3 ile ticari dışa açıklık 2002 yılında %50.5 ile en yüksek değerini alırken, Surinam'da enflasyon 1994'te %368.5 ile, işsizlik 1992'de %17.3 ile ticari dışa açıklık 1992'de %230 ile en büyük değerine ulaşmıştır. Burada ticari açıklığın Surinam'da %100'ü aşmış olması dikkat çekici bir durumdur. Etiyopya'da enflasyon 2008'de %44.4 ile, işsizlik 1999'da %3.71 ile ticari dışa açıklık 2006'da %40.9 ile en yüksek değerine ulaşmış olup, bu ülkede işsizlik oranlarının bu kadar düşük olması dikkat çekicidir. Zambiya'da enflasyon 1993'te %183.3 ile, işsizlik 1993'te %19.7 ile ve ticari dışa açıklık 2021'de %85.8 ile en büyük değerine ulaşmıştır. Zambiya'da enflasyon ile işsizliğin aynı yılda (1993'te) en yüksek değerine ulaşmış olması; bu ülkedeki o dönemdeki enflasyonun talep kaynaklı değil, maliyet itişli bir enflasyon olduğuna işaret etmektedir. Türkiye'de enflasyon 1994'te %105.2 ile, işsizlik 2019'da %13.7 ile ticari dışa açıklık 2021 yılında %60.9 ile en büyük değerlerine ulaşmıştır. Nijerya'da enflasyon 1995'te %72.8 ile, işsizlik 2021'de %9.8 ile ticari dışa açıklık 1980'de %66.4 ile en büyük değerini almıştır. Son olarak Haiti'de enflasyon 1994'te %39.3 ile, işsizlik 1986'da %23.9 ile ve ticari dışa açıklık 1980 yılında %43.4 ile en büyük değerine ulaşmıştır. Bu değerlere göre Haiti'nin 1980 sonrası dönemde önemli bir yüksek enflasyon sorunu yaşamadığı ifade edilebilir.

2.2. Model

Çalışmada Rogoff (1985) ve Romer (1993) izlenerek ticari dışa açıklık ile genişletilen Phillips Eğrisi için kullanılan model Denklem (3)'te yer almaktadır.

$$\pi_t = \alpha_0 + \alpha_1 UE_t + \alpha_2 TO_t + \epsilon_t \quad (3)$$

Phillips Eğrisi Yaklaşımındaki “enflasyon ile işsizlik arasında beklenen ters yönlü ilişki” gereği analizler sonucunda α_1 katsayısının negatif çıkması beklenmektedir. Rogoff (1985), Romer (1993) ve Lane (1997)'in ifade ettiği “dış ticaret açıklık oranı arttıkça, enflasyon oranının düşeceği” görüşünden hareketle analizler sonucunda α_2 katsayısının da negatif çıkması beklenmektedir.

2.3. Birim Kök Testi

Çalışmada serilerin durağanlığı Kapetanios (2005) testi ile incelenmiştir. Çünkü analiz dönemlerinde bu ülkelerde çok sayıda ekonomik kriz, askeri darbe, yapısal dönüşüm vb. yaşanmıştır. Kapetanios (2005) testi serideki birden fazla yapısal kırılmayı göz önünde bulundurarak birim kök sınaması yapmakta ve yapısal kırılma tarihlerini de içsel olarak sunmaktadır. Kapetanios (2005) birim kök testi sonuçları Tablo 4'te yer almaktadır.

Tablo 4: Kapetanios (2005) Birim Kök Testi Sonuçları

	Tau Ist.	Kritik Değerler			Yapısal Kırılma Tarihleri	Tau Ist.	Kritik Değerler			Yapısal Kırılma Tarihleri			
		%1	%5	%10			%1	%5	%10				
Sudan	INF	-6.72*	-5.65	-5.03	-4.73	1996; 2017	Zambiya	INF	-11.33*	-5.33	-4.93	-4.66	2013
	UE	-4.05	-5.65	-5.03	-4.73	1992; 2009		UE	-3.90	-5.33	-4.93	-4.66	2005
	TO	-3.63	-5.65	-5.03	-4.73	2011; 2017		TO	-4.09	-5.33	-4.93	-4.66	2009
	ΔUE	-5.87*	-5.65	-5.03	-4.73	2005; 2009		ΔUE	-5.08**	-5.33	-4.93	-4.66	2008
	ΔTO	-6.36*	-5.65	-5.03	-4.73	2009; 2017		ΔTO	-5.22**	-5.33	-4.93	-4.66	2013
Surinam	INF	-9.70*	-5.33	-4.93	-4.66	2015	Türkiye	INF	-3.25	-5.65	-5.03	-4.73	1978; 1999
	UE	0.53	-5.33	-4.93	-4.66	2018		UE	-2.78	-5.65	-5.03	-4.73	1979; 2001
	TO	-3.42	-5.33	-4.93	-4.66	2018		TO	-3.23	-5.65	-5.03	-4.73	1980; 2016
	ΔUE	-5.24**	-5.33	-4.93	-4.66	2002		ΔINF	-8.73*	-5.65	-5.03	-4.73	1995; 2008
	ΔTO	-5.20**	-5.33	-4.93	-4.66	2005		ΔUE	-6.99*	-5.65	-5.03	-4.73	1978; 2013
Etiyopya	INF	-3.88	-5.33	-4.93	-4.66	2005	Nijerya	ΔTO	-7.08*	-5.65	-5.03	-4.73	1980; 2016
	UE	-2.43	-5.33	-4.93	-4.66	2018		INF	-4.16	-5.65	-5.03	-4.73	1996; 2016
	TO	-2.77	-5.33	-4.93	-4.66	2014		UE	-6.69*	-5.65	-5.03	-4.73	1992; 2016
	ΔINF	-8.19*	-5.33	-4.93	-4.66	2008		TO	-4.49	-5.65	-5.03	-4.73	1992; 2013
	ΔUE	-4.99**	-5.33	-4.93	-4.66	2018		ΔINF	-5.90*	-5.65	-5.03	-4.73	1996; 2008
Haiti	ΔTO	-8.60*	-5.33	-4.93	-4.66	2006	ΔTO	-9.05*	-5.65	-5.03	-4.73	1994; 2017	
	INF	-3.86	-5.65	-5.03	-4.73	1992; 2004	Haiti	ΔINF	-8.59*	-6.58	-6.11	-5.84	1995; 2009
	UE	-4.56	-6.58	-6.11	-5.84	1992; 2008		ΔUE	-5.92***	-6.58	-6.11	-5.84	1993; 2008
TO	-4.58	-6.58	-6.11	-5.84	1993; 2018	ΔTO		-9.18*	-6.58	-6.11	-5.84	2000; 2018	

Not: *, ** ve ***; %1, %5 ve %10'da durağanlığı, Δ; serinin birinci farkını temsil etmektedir.

Tablo 4'teki sonuçlara göre Sudan, Surinam ve Zambiya'da INF serisi I(0), diğerleri I(1) iken, Etiyopya, Türkiye ve Haiti'de tüm seriler I(1)'dir. Nijerya'da ise UE serisi I(0), diğerleri I(1) çıkmıştır. Kapetanios (2005) yönteminin belirlediği yapısal kırılma tarihlerinde 2008 krizi ve 2018 sonrası yaşanan gelişmelerin (COVID 19) öne çıktığı görülmektedir. Türkiye'nin 1980 yılında başlattığı ihracata dayalı büyüme modelinin de Türkiye'nin ticari dışa açıklığı üzerinde yapısal bir değişime neden olduğu test yöntemi tarafından da belirlenmiştir.

2.4. Eşbütünleşme Testi

Bu çalışmada serilerin bazıları $I(0)$, bazıları $I(1)$ çıktığı için seriler arasındaki eşbütünleşme ilişkisinin Pesaran, Shin ve Smith (2001) Sınır Testi ile incelenmesi gerekmektedir. Ancak bu yöntemde; bağımlı değişken $I(1)$ olmak şartıyla, bağımsız değişkenlerin $I(1)$ ve $I(0)$ olmalarına izin verilmektedir. Oysa bu çalışmada ele alınan dönem için Sudan, Surinam ve Zambiya’da bağımlı değişken olan INF $I(0)$ çıkmıştır. Bu nedenle Sınır Testi ile çalışılmaz. McNown vd. (2018: 1509) bağımlı değişkenin $I(0)$ olduğu duruma, “*dejenere durum*” adını vermiş ve bağımlı değişkenin $I(0)$ olduğu durumda eşbütünleşmenin varlığını sınavabilmek için kritik değerlerin bootstrap simülasyonu ile üretilmesini önermiştir. Sam vd. (2019) ise bu dejenere durumu ortadan kaldırabilmek amacıyla Genişletilmiş (Augmented) ARDL (AARDL) yöntemini geliştirmiştir. AARDL yönteminde eşbütünleşmenin varlığını 3 farklı kritere göre ele alınmaktadır. Bu çalışmada McNown vd. (2018) ve Sam vd. (2019) yaklaşımları birleştirilerek, eşbütünleşme ilişkileri Bootstrap AARDL yöntemiyle incelenmiştir. Bu yöntemde eşbütünleşme sınavası üç farklı kritere göre yapılmakta olup, bu kriterlerde sınavan H_0 hipotezi; “*Eşbütünleşme yoktur*” şeklindedir. Bootstrap AARDL eşbütünleşme testi sonuçları Tablo 5’te yer almaktadır.

Tablo 4: Bootstrap AARDL Eşbütünleşme Testi Sonuçları

		Kritik Değerler					Kritik Değerler				
		Test İst.	%10	%5	%1		Test İst.	%10	%5	%1	
Sudan	1. Kriter	1.83	3.71	4.67	7.16	Zambiya	1. Kriter	2.35	3.64	4.86	7.73
	2. Kriter	0.92	-1.47	-1.89	-2.66		2. Kriter	0.39	-2.40	-2.85	-3.82
	3. Kriter	2.75	3.86	5.08	8.54		3. Kriter	2.26	3.54	4.46	7.87
Surinam	1. Kriter	12.12*	3.61	4.81	7.34	Türkiye	1. Kriter	1.64	4.27	5.01	7.10
	2. Kriter	-5.43*	-2.11	-2.59	-3.64		2. Kriter	-1.71	-3.08	-3.42	-4.11
	3. Kriter	16.88*	3.28	4.54	8.14		3. Kriter	1.22	4.48	5.90	8.88
Etiyopya	1. Kriter	2.28	4.02	5.01	7.39	Nijerya	1. Kriter	1.81	3.97	4.92	6.86
	2. Kriter	-2.58	-2.93	-3.32	-4.24		2. Kriter	-2.22	-2.74	-3.12	-3.78
	3. Kriter	0.91	3.41	4.66	7.97		3. Kriter	0.26	4.38	5.75	8.79
Haiti	1. Kriter	3.78***	3.66	4.61	6.76						
	2. Kriter	-3.33**	-2.68	-3.04	-4.02						
	3. Kriter	3.78***	3.33	4.54	6.73						

Not: *, %1’de eşbütünleşmenin varlığını ifade etmektedir. Kritik değerler ve test istatistikleri 2000 döngülü bootstrap simülasyonu ile elde edilmiştir.

Tablo 5'teki sonuçlara göre sadece Surinam ve Haiti'de değişkenler arasında eşbütünlük ilişkisi vardır. Bu nedenle regresyon analizleri de sadece bu ülkeler için yapılabilecektir. Ancak daha fazla ülkenin durumunu görebilmek için; tüm serilerin I(1) olduğu Türkiye ve Etiyopya için Maki (2012) eşbütünlük testi yapılmıştır. Maki (2012) testi, Engle ve Granger (1987) ve Johansen (1988) yöntemlerinde olduğu gibi tüm serilerin I(1) olduğu durumlarda kullanılabilen olup, eşbütünlük vektöründeki yapısal kırılmaları da göz önünde bulundurarak çalıştığı için bu çalışmada tercih edilmiştir. Maki testinin de H_0 hipotezi; "Eşbütünlük yoktur" şeklindedir. Sonuçlar Tablo 6'da yer almaktadır.

Tablo 6: Maki (2012) Eşbütünlük Testi Sonuçları

	Test İstatistiği	Kritik Değerler			Yapısal Kırılma Tarihleri
		%1	%5	%10	
Etiyopya	-7.42*	-6.62	-6.09	-5.83	1992; 2007
Türkiye	-5.94	-7.47	-6.87	-6.56	1980; 1990; 1999; 2007

Not: *; %1'de eşbütünlüğün varlığını ifade etmektedir.

Maki (2012) eşbütünlük testinde Etiyopya için eşbütünlük tespit edilirken, Türkiye için yine eşbütünlük bulunamamıştır. Bu nedenle Etiyopya için de regresyon analizleri yapılacak, ama Türkiye için yapılamayacaktır.

2.5. Regresyon Analizi

Regresyon analizleri, serilerin düzey değerleri kullanılarak ve modellere ülkelerdeki yapısal değişimleri temsil eden kukla değişkenler sabit açıklayıcı değişkenler olarak eklenerek ARDL yöntemiyle gerçekleştirilmiş, sonuçlar Tablo 7'de sunulmuştur.

Tablo 7: Uzun Dönem Analizi Sonuçları

Surinam				Etiyopya				Haiti			
Uzun Dönem		Kısa Dönem		Uzun Dönem		Kısa Dönem		Uzun Dönem		Kısa Dönem	
<i>UE</i>	3.98* (0.00)	ΔUE	-7.29 (0.31)	<i>UE</i>	-9.12* (0.00)	ΔUE	0.26 (0.12)	<i>UE</i>	-0.32* (0.00)	ΔUE	0.93 (0.10)
<i>TO</i>	-0.48* (0.00)	ΔTO	-1.06** (0.01)	<i>TO</i>	-0.14* (0.00)	ΔTO	0.35* (0.00)	<i>TO</i>	-1.22* (0.00)	ΔTO	0.16 (0.50)
<i>K₂₀₀₈</i>	-10.34* (0.00)	ΔK_{2008}	-14.48 (0.69)	<i>K_{1990_2021}</i>	17.74** (0.02)	ΔK_{1990_2021}	17.74* (0.00)	<i>K_{1986_2004}</i>	-13.56** (0.03)	ΔK_{1986_2004}	-11.26* (0.00)
<i>K_{COVID}</i>	0.13 (0.00)	ΔK_{COVID}	10.52 (0.80)	<i>K₂₀₀₈</i>	17.26*** (0.05)	ΔK_{2008}	17.26** (0.03)	<i>K_{2004_2021}</i>	-13.10** (0.02)	ΔK_{2004_2021}	-10.12** (0.01)
		<i>ECT_{t-1}</i>	-0.49* (0.00)	<i>K_{COVID}</i>	23.24** (0.01)	ΔK_{COVID}	23.24* (0.00)	<i>K₂₀₀₈</i>	-1.43 (0.79)	ΔK_{2008}	-1.58 (0.77)
						<i>ECT_{t-1}</i>	-1.38* (0.00)	<i>K_{COVID}</i>	14.88** (0.03)	ΔK_{COVID}	4.13** (0.02)
										<i>ECT_{t-1}</i>	-0.72* (0.00)

Model Doğrulama Testleri											
R^2	0.67	R^2	0.61	R^2	0.40	R^2	0.58	R^2	0.67	R^2	0.55
\bar{R}^2	0.55	\bar{R}^2	0.51	\bar{R}^2	0.25	\bar{R}^2	0.51	\bar{R}^2	0.52	\bar{R}^2	0.39
F	5.47 (0.00)	F	6.05 (0.00)	F	2.72 (0.02)	F	8.36 (0.00)	F	4.44 (0.00)	F	3.50 (0.00)
χ^2_{SC}	2.47 (0.29)	χ^2_{SC}	2.47 (0.29)	χ^2_{SC}	0.72 (0.69)	χ^2_{SC}	0.72 (0.69)	χ^2_{SC}	1.62 (0.44)	χ^2_{SC}	1.62 (0.44)
χ^2_{NOR}	7.96 (0.18)	χ^2_{NOR}	7.96 (0.18)	χ^2_{NOR}	3.52 (0.17)	χ^2_{NOR}	3.52 (0.17)	χ^2_{NOR}	1.11 (0.57)	χ^2_{NOR}	1.11 (0.57)
χ^2_{HET}	17.25 (0.27)	χ^2_{HET}	17.25 (0.27)	χ^2_{HET}	7.37 (0.39)	χ^2_{HET}	7.37 (0.39)	χ^2_{HET}	9.97 (0.61)	χ^2_{HET}	9.97 (0.61)

Not: *, ** ve ***, %1, %5 ve %10'da anlamlılığı ifade etmektedir.

Tablo 7'deki sonuçlara göre Surinam'da işsizlik artışları, enflasyonun daha da artmasına neden olmuştur ki bu durum Phillips Eğrisi ile ifade edilen görüşe terstir. Ticari dışa açıklığın artması ise Rogoff (1985), Romer (1993) ve Lane (1997)'in görüşleriyle uyumlu bir şekilde hem kısa dönemde hem de uzun dönemde enflasyonu azaltıcı yönde etki etmiştir.

Etiyopya'da işsizlik artışları, enflasyonu uzun dönemde azaltmıştır ve bu yönüyle Phillips Eğrisi Yaklaşımı bu ülkede geçerlidir. Ticari dışa açıklığın artması enflasyonu kısa dönemde artırırken, uzun dönemde Rogoff (1985), Romer (1993) ve Lane (1997)'in görüşleriyle uyumlu olarak azaltmıştır. Etiyopya'da 1990 sonrası dönemde başlayan serbest pazar ekonomisine geçiş dönemi, 2008 Küresel Finans Krizi ve COVID 19 süreci enflasyonu artırıcı etkiler yaratmıştır.

Haiti'de ise işsizlik oranı artışları, Phillips Eğrisi yaklaşımıyla uyumlu şekilde enflasyonu uzun dönemde azaltmıştır. Ticari dışa açıklık düzeyinin artması da Rogoff (1985), Romer (1993) ve Lane (1997)'in görüşleriyle uyumlu bir şekilde enflasyonu uzun dönemde azaltıcı etki göstermiştir. Haiti'de Jean-Bertrand Aristide başkanlığında 1986-2004 arasında yaşanan demokrasi döneminde ve 2004'te gerçekleşen askeri darbe ve sonrasında Birleşmiş Milletler Barış Gücünün müdahalesiyle başlayan yeni dönemde halkın alım gücü ve enflasyon düşmüştür. COVID 19 sürecinde uygulanan genişletici para politikalarının etkisiyle Haiti'de enflasyon artmıştır. Modellerin hata düzeltme mekanizmaları çalışmakta olup, model doğrulama testleri de yapılan analizlerin güvenilir olduğunu ortaya koymaktadır. Uzun dönem denge ilişkisinden kısa dönemde ortaya çıkan sapmaların en hızlı ortadan kalktığı ülke Etiyopya olmuştur. Çünkü bu ülkeye ait hata düzeltme teriminin katsayısı mutlak değerce en büyüktür.

3. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Bu araştırmada, dış ticarete açıklık derecesinin enflasyon-istihdam ödünlemesine etkisi, 2021 yılı itibariyle enflasyon oranı en yüksek olan 10 ülkeden verilerine ulaşılabilen 7'sinin (Sudan, Surinam, Etiyopya, Zambiya, Türkiye, Nijerya ve Haiti), erişilebilen en geniş veri seti kullanılarak analizler gerçekleştirilmiştir. Serilerin durağanlık seviyeleri Kapetanios (2005) yapısal kırılmalı birim kök testi ile incelenmiştir. Buna göre; Sudan, Surinam ve Zambiya'da enflasyon serisi $I(0)$, diğerleri $I(1)$ iken, Etiyopya, Türkiye ve Haiti'de tüm seriler $I(1)$ bulunmuştur. Nijerya'da ise işsizlik serisi $I(0)$, diğerleri $I(1)$ çıkmıştır. Kapetanios (2005) yönteminin belirlediği yapısal kırılma tarihlerinde 2008 krizi ve 2018 sonrası yaşanan gelişmelerin (COVID 19) öne çıktığı görülmüştür. Türkiye'nin 1980 yılında başlattığı ihracata dayalı büyüme modelinin de Türkiye'nin ticari dışa açıklığı üzerinde yapısal bir değişime neden olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.

Sudan, Surinam ve Zambiya'da bağımlı değişken olan $I(0)$ çıktığı için eşbütünleşme ilişkisinin Sınır Testi veya diğer yöntemlerle sınanması mümkün olmamış, bu nedenle McNown vd. (2018) ve Sam vd. (2019) çalışmalarıyla geliştirilen Bootstrap AARDL yönteminden yararlanılmıştır. Böylece hem kritik değerler ve test istatistikleri bootstrap simülasyonu ile üretilmiş, hem de eşbütünleşmenin varlığı tek bir ölçüte göre değil, üç farklı kritere göre sınanmıştır. Bootstrap AARDL testi sonucunda; sadece Surinam ve Haiti'de değişkenler arasında eşbütünleşme ilişkisi belirlenebilmiştir. Daha fazla ülkede işsizlik ve ticari dışa açıklığın enflasyona etkilerini inceleyebilmek için tüm serilerin $I(1)$ olduğu Türkiye ve Etiyopya için Maki (2012) yapısal kırılmalı eşbütünleşme testi de uygulanmış ve Etiyopya'da eşbütünleşme tespit edilebilmiştir. Bu nedenle regresyon analizleri; Surinam, Etiyopya ve Haiti için gerçekleştirilmiştir.

Regresyon analizleri sonucunda; Surinam'da işsizlik artışları, enflasyonun daha da artmasına neden olduğu için Phillips Eğrisi Yaklaşımı geçerli değilken, Etiyopya ve Haiti'de işsizlik artışları, enflasyonu uzun dönemde azalttığı için Phillips Eğrisi Yaklaşımı geçerlidir. Bu nedenle Surinam'da enflasyonun nedeni; halkın alım gücü ve talep değil, maliyetler olup, Surinam yöneticilerinin enflasyonu düşürebilmek için maliyetleri düşürmeye odaklanmaları gerekmektedir. Etiyopya ve Haiti'de Phillips Eğrisi yaklaşımı geçerli olup, daraltıcı para ve maliye politikaları uygulandığında işsizlik bir miktar artsa da enflasyonun önüne geçilebilecektir. Ticari dışa açıklığın artması Surinam, Etiyopya ve Haiti'de Rogoff (1985),

Romer (1993) ve Lane (1997)'in görüşleriyle uyumlu bir şekilde hem kısa dönemde hem de uzun dönemde enflasyonu azaltıcı yönde etki etmiştir. O halde Surinam, Etiyopya ve Haiti'nin yanında yüksek enflasyon sorunu yaşayan diğer az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin de enflasyonunu düşürebilmek için ticari dışa açıklıklarını artırmalarının olumlu sonuçlar verebileceği kanısı kuvvetlenmiştir.

KAYNAKLAR

- Apaydın, F. (2018). Türkiye'de İşsizliğin Karakteristiklerinin Karşılaştırmalı Analizi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 30: 159-200.
- Araç, A. (2013). Ekonominin Dış Ticarete Açıklık Derecesi ve Üretim/Enflasyon Ödünleme İlişkisi. *Sosyoekonomi*, 9(19): 25-44.
- Arya, K. (2020). The Consideration of Iran's Monetary Policy on the Basis of Taylor Rule (1997-2011). *Conference: The School of Economics*, February, Tehran.
- Bloomberght (2022). ABD'de Enflasyon Haziran'da Rekor Tazeledi. <https://www.bloomberght.com/abdde-enflasyon-haziranda-rekor-tazeledi-2310670>, (Erişim Tarihi: 22.07.2022).
- Büyükakın, T. (2008). Phillips Eğrisi: Yarım Yüzyıldır Bitmeyen Tartışma. *İ.Ü. Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 39: 133-159.
- Cengiz, V. (2008). Keynesyen ve Monetarist Görüşte Parasal Aktarım Mekanizması: Bir Karşılaştırma. *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 22(1): 115-127.
- Doğangün Yasa, B. (2017). İktisat Düşüncesinde Devlet Müdahaleciliği Kuramının Evrimi. *Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(2): 281-298.
- Dünya (2022). JPMorgan, Türkiye İçin Enflasyon Tahminini Yükseltti. <https://www.dunya.com/ekonomi/jpmorgan-turkiye-icin-enflasyon-tahminini-yukseltti-haberi-662900#:~:text=JP%20Morgan%2C%202022%20y%C4%B1%20sonu,22%2C5'e%20y%C3%BCkseltti.&text=JPMorgan%2C%20T%C3%9C%C4%B0K'in%20d%C3%BCn%20a%C3%A7%20B1%20klad%C4%B1%20C4%9F%C4%B1,tahmini%20yukar%C4%B1%20y%C3%B6n%C3%BCnde%20revize%20etti>. (Erişim Tarihi: 23.07.2022).

- Eğilmez, M. (2015). Beş Derste Ekonomi. <https://www.mahfiegilmez.com/2015/07/bes-derste-ekonomi.html>. (Erişim Tarihi: 24.07.2022)
- Engle, R. F. and Granger, C. W. J. (1987). Co-integration and Error Correction: Representation, Estimation, and Testing. *Econometrica: Journal of the Econometric Society*, 55(2): 251-276.
- EVDS (2022a). Haftalık, Para Arzı (Bin TL)(Haftalık). <https://evds2.tcmb.gov.tr/index.php?/evds/serieMarket>, (Erişim Tarihi: 29.07.2022).
- EVDS (2022b). Fiyat Endeksi (Tüketici)(2003=100)(TÜİK)(Aylık). <https://evds2.tcmb.gov.tr/index.php?/evds/serieMarket>, (Erişim Tarihi: 29.07.2022).
- Federal Reserve (2002). Recent Balance Sheet Trends. https://www.federalreserve.gov/monetarypolicy/bst_recenttrends.htm, (Erişim Tarihi: 21.07.2022).
- FRED (2022a). Total Assets. <https://fred.stlouisfed.org/series/WALCL#0>, (Erişim Tarihi: 29.07.2022).
- FRED (2022b). Consumer Price Index for All Urban Consumers: All Items in U.S. City Average. <https://fred.stlouisfed.org/series/CPIAUCNS>, (Erişim Tarihi: 29.07.2022).
- Fujii, E. (2017). What Does Trade Openness Measure? *CESifo Working Papers*, No. 6656.
- Gedik, M. A. (2008). Kamu Açıklarına İlişkin Maliye Politikası Uyarlamaları ve İktisadi Etkileri. *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17(1): 245-268.
- IMF (2022). World Economic Outlook database: April 2022. <https://www.imf.org/en/Publications/WEO/weo-database/2022/April/select-country-group>, (Erişim Tarihi: 24.07.2022).
- İslatince, H. (2017). Para Arzı ve Enflasyon İlişkisi: Türkiye İçin Nedensellik Analizi (1988-2016). *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(3): 43-56.
- Johansen, S. (1988). Statistical Anaylsis of Cointegrating Vectors. *Journal of Economic Dynamics and Control*, 12: 231-254.

- Kapetanios, G. (2005). Unit-Root Testing Against the Alternative Hypothesis of Up to m Structural Breaks. *Journal of Time Series Analysis*, 26(1): 123-133.
- Lane, P. R. (1997). Inflation in Open Economies. *Journal of International Economics*, 42: 327-347.
- Maki, D. (2012). Tests for Cointegration Allowing for an Unknown Number of Breaks. *Economic Modelling*, 2: 2011-2015
- McNown, R., Sam, C.Y. and Goh, S.K. (2018). Bootstrapping the Autoregressive Distributed Lag Test for Cointegration. *Applied Economics*, 50(13): 1509-1521
- Neiss, K. (2001). The Markup and Inflation: Evidence in OECD Countries. *The Canadian Journal of Economics*, 37: 40-45.
- Pesaran, H. M., Shin, Y. and Smith, R. J. (2001). Bounds Testing Approaches to the Analysis of Level Relationships. *Journal of Applied Econometrics*, 16(3): 289 - 326.
- Pettinger, T. (2019). Phillips Curve. <https://www.economicshelp.org/blog/1364/economics/phillips-curve-explained/>, (Erişim Tarihi: 24.07.2022)
- Phillips, A.W. (1958) The Relation Between Unemployment and the Rate of Change of Money Wage Rates in the United Kingdom, 1861-1957. *Economica*, 25(2): 283-299.
- Rogoff, K. (1985). The Optimal Degree of Commitment to an Intermediate Monetary Target. *The Quarterly Journal of Economics*, 90(4): 629-649.
- Romer, D. (1993). Openess and Inflation: Theory and Evidence. *The Quarterly Journal of Economics*, 108(4): 869-903.
- Sam, C.Y., McNown, R. and Goh, S.K. (2019). An Augmented Autoregressive Distributed Lag Bounds Test for Cointegration. *Economic Modelling*, 80: 130–141.
- TCMB (2022). Para Politikası Kurulu Toplantı Özeti (2 Haziran 2022). <https://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/TR/TCMB+TR/Main+Menu/Duyurular/Basin/2022/DUY2022-27#:~:text=Cari%20y%C4%B1%20sonu%20enflasyon%20beklentisi,y%C3>

%BCzde%2033%2C28%20seviyesine%20y%C3%BCkselmi%C5%9Ftir, (Erişim Tarihi: 25.07.2022)

Turan, Z. ve Öztürk, Y. K. (2016). Keynes Sistemi ve Bekleyişlerin Sisteme Katkısı. *Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(2): 259-269.

World Bank (2022a). Inflation, Consumer Prices (Annual %). <https://data.worldbank.org/indicator/FP.CPI.TOTL.ZG?view=chart>, (Erişim Tarihi: 21.07.2022).

World Bank (2022b). Unemployment, total (% of total labor force) (modeled ILO estimate). <https://data.worldbank.org/indicator/SL.UEM.TOTL.ZS?view=chart>, (Erişim Tarihi: 21.07.2022).

World Bank (2022c). Merchandise exports (current US\$). <https://data.worldbank.org/indicator/TX.VAL.MRCH.CD.WT?view=chart>, (Erişim Tarihi: 21.07.2022)

World Bank (2022d). Merchandise imports (current US\$). <https://data.worldbank.org/indicator/TM.VAL.MRCH.CD.WT?view=chart>, (Erişim Tarihi: 22.07.2022).

World Bank (2022e). GDP (current US\$). <https://data.worldbank.org/indicator/FP.CPI.TOTL.ZG?view=chart>, (Erişim Tarihi: 22.07.2022).

TEKNOLOJİK DETERMİNİZM BAĞLAMINDA MOBİL TELEFONUN DÖNÜŞÜMÜ

Dr. Öğr. Üyesi Recep BAYRAKTAR

Atatürk Üniversitesi, , ORCID: 0000-0002-6285-8059

ÖZET

Günden güne hayatın her alanına eklemlenen mobil telefonlar sesli görüşmelerin yapıldığı ilk versiyonundan çok farklı fonksiyonlara evrilmiş ve günümüzde kendisine özgü bir ekran kültürünün gelişmesini sağlamıştır. Bu ekran içerisinde alışverişten araştırmaya, topluluklara katılımdan spesifik içeriklerle bireysel ihtiyaçları karşılamaya birçok beklenti karşılanmaktadır. Bu olanakları sağlayan temel yönelim teknolojinin bizatihi kendisidir. Zaman içerisinde bilgisayar ve iletişim teknolojilerinin yöndeşmesi bilgi işlem olgusunu ortaya çıkarmış, analoğa ait olan her bir veri bu sayede 0 ve 1'lere dönüştürülerek dijital alanın bünyesine katılmıştır.

Teknolojinin kendi mantığı içerisinde bir özerkliğe sahip olduğunu, bu özerklik içerisinde her bir teknik aracın ilerleme kaydettiğini, bu ilerlemelerin neden sonuç ilişkisiyle doğrusal (linear) bir biçimde sürdüğünü ve teknolojik ilerlemenin toplumda dönüşümlere neden olduğunu ileri süren teknolojik determinist bakış açısı medya araçları üzerine bir çok çıkarımda bulunmaktadır. Bu bakış açısı üzerinden bir temellendirme yapan teoride İyileştirme Kuramı'dır (Remediation Theory). İyileştirme Kuramı'na göre her bir teknolojik araç kendisinden önceki versiyonları iyileştirmekte ve bu iyileştirme sayesinde önceki aracın eksiklikleri tamamlanmaktadır. Bu perspektiften hareketle bu çalışmada ilk örneklerinden günümüze gelen mobil telefon olgusu kaynak taraması yöntemiyle ele alınmakta, mobil telefon özelinde her bir yeni versiyonun ortaya koyduğu fonksiyonlar-iyileştirmeler analiz edilmektedir.

Anahtar Kelimeler : Teknolojik Determinizm, İyileştirme Kuramı, Mobil Telefon

GİRİŞ

Teknolojik gelişmelerin toplum üzerindeki etkilerini anlamaya yönelik argümanlarıyla dikkatleri üzerine çeken teknolojik determinizm perspektifi teknik ilerlemelerin toplumu dönüştürdüğünü, burada eyleyen durumdaki aktöründe bizatihi teknolojinin kendisinin ve özerk mantığı olduğunu ileri sürmektedir. Bu yaklaşım gelişme gösteren her bir yeni teknik aracın kendisinden önceki araç üzerinden bir temellendirmeyle ortaya çıktığını ve bu sürecin nedensellik ilkesiyle devam ettiğini vaysaymaktadır. İyileştirme ve yenilik barındıran bu süreç medya araçları açısından Paul Levinson tarafından iyileştirici medyaların devreye girdiği, Bolter ve Grusin tarafından ise iyileştirilen araçların şeffaf gerçekliğe yaklaşmayı sağladığı argümanlarıyla desteklenmiştir. Bu çalışmada bu argümalardan hareketle mobil telefon olgusu analiz edilmiştir. Zaman içerisinde minyatürleşen, farklı teknolojilerle yöndeşen mobil telefon olgusu içerisinde bir çok iyileştirmeyi barındırmakta, bünyesinde bulunan iletişim aracı olma

özelliğinin ötesine geçerek çoklu grevleri yerine getiren bir aygıt olma durumuna dönüşmektedir.

TEKNOLOJİK DETERMİNİZM

Teknolojik determinizm toplumsal değişimlerin doğrudan teknolojik gelişmelerle gerçekleştiğini, bu gelişim sürecinde insan faktörünün ikinci planda kaldığını ileri süren bir yaklaşımdır. Bu yaklaşım sert ve ılımlı olmak üzere iki farklı kategoride ele alınmaktadır. Sert teknolojik determinist bakış açısına göre toplumsal gelişmenin yegane belirleyeni teknolojinin bizatihi kendisidir (Bryman, 2004: 4958) Burada toplumu biçimlendiren teknolojilerinin özerk bir şekilde ortaya çıktığı ve insan eyleminin olasılığının bulunmadığı varsayılmakta, özerk olarak toplumu dönüştürme teknolojinin kendisine atfedilmektedir (Dafoe, 2015: 1047-1052). İlimli teknolojik determinist bakış açısına göre ise ortaya çıkan toplumsal koşullar içerisinde bir çok farklı faktör gibi teknolojinin toplumsal formasyonu oluşturan etkenlerden bir tanesi olduğu bakış açısı hakimdir. İlimli determinist anlayış anti-teknolojik determinizmin toplumsal gelişimde insan müdahalesini marjinalleştiren yönünü de ılımanlaştırmaktadır (Bryman, 2004: 4959). Teknolojik determinizme göre ortaya çıkan teknolojiler gelişmenin aşikar hedeflerine ulaşmak, üretimdeki zayıflıkları gidermek ve belirli zorlukları aşmak için evrilmektedir (Watts, 1996: 20). Bu bağlamda Dafoe, (2015: 1060-1061) teknolojinin gelişim için kapıyı araladığına ve toplumdaki teknolojik uygulamaların askeri ve ekonomik bağlamda ilerleme kaydettiğine dikkat çekmektedir. Askeri ve ekonomik uyarlanma ilerlemenin lokomotifleri olarak işlemekte, rekabete dayalı askeri-ekonomik alan için yeni teknolojiler geliştirilmekte, ortaya çıkan yeni teknolojinin sağladıkları beraberinde toplumsal pratiklerde de yeni düzenlemeleri getirmektedir.

Medya teorisyenleri açısından da teknolojik determinizme yönelik sert ve ılımlı olmak üzere ikili bir bakış açısı bulunmaktadır. Enformasyon sistemlerinin toplumu kaçınılmaz olarak etkilediği perspektifine sahip olan medya teorisyenleri açısından bu durum sert determinizm olarak nitelendirilmekte, enformasyon sistemlerinin farklı bir çok faktör gibi olası etkileri mümkün kılabilceğine yönelik kanıyı taşıyanlar ise ılıman determinist olarak belirlemektedirler (Levinson, 1997: 3). İlimli teknolojik determinizmde enformasyon teknolojileri ve insan eylemi arasındaki etkileşime dikkat çekilmekte ve Levinson, gelişme gösteren yeni enformasyon araçlarını iyileştirici medyalar olarak nitelendirmektedir (Levinson, 1997: 6). Benzer şekilde Bolter ve Grusin'de iyileştirme olgusuna dikkat çekerek, medya araçlarının sosyal kültürel yapıdan izole olarak işlemediklerini, yeni bir medya aracının kendisinden önceki aracın özellikleri üzerinden hareketle iyileştirici yenilikler ortaya koyduğunu ifade ederler ve bu doğrultuda iyileştirme kuramını geliştirirler (Bolter ve Grusin, 2000: 15). Gelişim sürecinde medya nezdinde yeni aracın iyileştirici unsurları aracızılık ve hiperaracılık özellikleriyle işlerlik kazanmaktadır (Bolter ve Grusin 2000: 21). Her bir yeni medya aracı şeffaf gerçekliği aktarmak için bünyesinde bulunan aracı olma özelliğini ortadan kaldıran fonksiyonları geliştirmektedir. Örneğin siyah beyaz televizyon bir sonraki aşamada gerçeğe daha yakın olan renk özelliğini bünyesine katmış, izleyici açısından bu durum televizyonun aracısız gerçeği yansıttığına dair kanısını kuvvetlendirmiştir. Benzer şekilde hiperaracı özelliğide medyanın şeffaf gerçekliği aktarmasını içermekte bu doğrultuda teknolojiyle ilintili yeni özellikler medya aracına eklenmektedir. Örneğin bir sinema salonunda filmdeki sahneye uygun bir şekilde ışıkların

kısıtlı açılması, şelale sahnesinde izleyicilerin üzerine su serpilmesi şeffaf gerçekliği aktarmak açısından hiperaracı unsurlar olarak sıralanabilir.

Teknolojik determinizm perspektifinden medya araçlarının gelişim süreci sert ya da ılımlı olsun her iki durumdada nedensellik üzerinden hareket etmekte, yeni bir medya aracı kendisinden önceki aracın özellikleri üzerinden temellenerek yenilik ortaya koymaktadır. Bu yenilik Paul Levinson'a göre iyileştirici bir olgu olarak ele alınmakta; Bolter ve Grusin'de bu iyileştiricilik olgusunun şeffaf gerçekliği yansıtmak için aracısızlık ve hiperaracılık özellikleriyle işlerlik kazandığına dikkat çekmektedirler.

MOBİL TELEFON

Mobil cihazların temel özellikleri arasında taşınabilirlik, kişisellik, sürekli yanında bulunabilirlik ve kullanım kolaylığı gibi özellikler vardır (Firtman, 2013: 2). Mobil telefonun teknolojik gelişim süreci incelendiğinde 1890'larda kullanılan telsiz telgraf, 1920'lerde popüler olan hücreli olmayan mobil cihaz, 1980'li yıllarda hücreli analog mobil telefon, 1990'lı yıllarda dijital mobil telefon ve 2000'li yıllardan sonrada multimedya teknolojileri dönüm noktaları olarak karşımıza çıkmakta, birinci nesil (1G), ikinci nesil (2G), üçüncü nesil (3G), dördüncü nesil (4G) dönemselleştirmeleri mobil telefon aygıtının yeni özelliklerine göre yapılmaktadır (Steinbeck, 2005: 2).

Nippon Telegraf ve Telefon Şirketi 1960'lı yılların başında mobil telefonun ilk örneği sayılabilecek araç telefonlarını geliştirmiştir. Hücreli olmayan bu ilk mobil telefonlar radyo dalgalarını kullanarak işlem görmekte, mobil telefona olan talebin yoğunluğu radyo dalgalarının frekans tahsisindeki kısıtlamalarla karşılaşmaktadır (Garcia-Swartz ve Campbell-Kelly 2022: 27-28). Mobil telefonun ilk örneği durumundaki araç telefonları sabit telefon ve radyonun birbirine entegre olmuş biçimindedir. Hücreli olmayan (o günün araç telefonlarından görüşme yapılabilmesi için mobil telefondan santrale bağlanılmakta, santral görevlisi talep edilen telefon görüşmesi için bağlantıyı sağlamaktadır) bu telefon aygıtı ses kalitesi, telefon görüşmelerindeki yoğunluğun operatöre bağlanma sürecini geciktirmesi ve kapsama alanı bakımından olumsuzluklar barındırsada o günün koşullarında popülerlik ve pahalılık açısından elit bir kazanımında yansıtmaktadır. İlk araç telefonları ortalama 50 kilometre karelik bir alanda görüşmeye olanağı sunmakta, bu mesafenin yukarıdaki alanlarda erişim olanağı frekans parazitleriyle devre dışı kalmakta, bu durum aşikar bir şekilde bu yeni aygıtın gelişime muhtaç olduğunu göstermektedir (Klemens, 2014: 45-46). Doğrudan görüşme yapılacak kişiye bağlanmayı sağlayan hücreli mobil telefonların gelişimi 1980'li yılların başında Amerika, birkaç İskandinav ülkesi ve Japonya da kendisini göstermiştir. İlk kuşak sayılan 1G teknolojisini bünyesinde taşıyan mobil telefonların başlıca özellikleri analog olmaları, sadece ses görüşmesi yapmaları ve hücreli olmalarıdır (Garcia-Swartz ve Campbell-Kelly 2022: 37). Bu bağlamda geliştirilen ilk mobil telefon Amerikada ki Motorola firmasına aittir. Motorola firmasının yöneticisi Martin Cooper tarafından DynaTAC isimli bu mobil telefon 1973 yılında tasarlanmış (Goggin, 2006: 29), 1978 yılında tanıtılarak piyasaya sürülmüştür. Boyutu, biçimi ve ağırlığı itibariyle ergonomik açıdan günümüz telefonlarından oldukça farklı olan bu mobil telefonla sadece sesli görüşme yapılabilmektedir (Pei Zheng ve Ni, 2006: 32).



Görsel 1. Motorola DynaTAC
(Pei Zheng ve Ni, 2006: 33).

1990'lı yıllarda gelişme gösteren ikinci kuşak telefonlar (2G) ise bünyelerine dijitalleşme olgusunu katmıştır. Dijitalleşme sesin kodlanmasında, aktarılmasında büyük kolaylıklar getirmiş, bu gelişme aktarım için kullanılan frekans tahisisin de veri akış miktarını çoğaltmıştır (Garcia-Swartz ve Campbell-Kelly, 2022: 31). 2G teknolojisi beraberinde mobil telefonların küresel ölçekte veri kodlamasını ve aktarımını standartlaştıran *Küresel Mobil Telefon* (GSM) olgusunun gelişmesini sağlamıştır. Bu standartlaşma farklı coğrafyalarda mobil telefon görüşmesi yapacak olan bireylere kolaylıklar getirmesinin yanısıra bu dönemde ikinci nesil mobil telefonlara 160 karaktere kadar kısa mesaj (SMS) gönderme özelliği de eklenmiştir (Pei Zheng ve Ni, 2006: 27-29).

Dijitallik, GSM standardı ve SMS özelliğiyle bütünleşen ikinci nesil mobil telefonlara bir sonraki aşamada multimedya fonksiyonu eklenmiş ve mobil telefon üzerinden fotoğraf, video, zil sesi aktarımı yapılabilmektedir. Bu gelişme 2.5G mobil telefon nesli olarak nitelendirilmiştir (Goggin, 2006: 33). İkinci nesil telefonlar ergonomi açısından 200 gramlık bir ağırlığa, birinci nesillere nazaran daha uzun görüşme süresine ve renkli LCD ekrana sahip olmuştur (Pei Zheng ve Ni, 2006: 32).

Mobil telefon endüstrisi 2000'li yıllarda bir çok yeni standartlarla üçüncü nesil (3G) dönemine evrilmiştir. Bu dönem ses aktarımının ötesinde 3G mobil telefonların veri aktaran aygıtlar olduğu özelliklerle ön plana çıkmakta, internet şebekesine katılım sağlayabilen 3G mobil telefonlarıyla data servislerine ulaşılmakta, üçüncü neslin (3G) ardından dördüncü nesil (4G) mobil telefonlar dataya hızlı ve güvenilir ulaşması açısından akıllı telefonlar olarak nitelendirilir duruma gelmişlerdir. Bilgisayarın bünyesindeki çoklu görev özelliğinin yanı sıra 4G mobil telefonlarda Wireless ve Wi-Fi özellikleri mobilitenin yöneliminide genişletmiştir (Firtman, 2013: 6). Bu sayede mobil telefonlar diğer insanlarla sürekli olarak irtibatta kalabilmeyi ve etkileşim içerisinde bulunabilmeyi sağlamıştır (Ling, 2004: 184).

Mobil telefonun dijitalleşmesi ve internete ağıyla bütünleşmesi sesli görüşme yapmanın ötesinde saat, alarm, takvim, hesap makinesi ve oyun gibi birçok farklı özelliği taşımasına

neden olmuş, ağlardaki etkileşim boyutu eş zamanlı görüşme zorunluluğunu da ortadan kaldırmıştır. Ses, görüntü video olgusunu bünyesinde taşıyan mobil telefonlar son kertede görüntülü görüşme özelliğiyle sosyal alanı etkileyebilen bir teknoloji olmuştur (Goggin, 2006: 32-33). Mobil telefonların boyutları tarihsel süreçte günden güne küçülmüş, ağırlıkları azalmış, minyatürleşen bu aygıt bilgisayarın bir çok özelliğiyle bezenmiştir (Pei Zheng ve Ni, 2006: 34). 2000’li yıllardan sonra radikal gelişimleri yaşayan telekomünikasyon sistemleri ağlar üzerinden sosyal bağların kurulmasını, iş faaliyetlerinin yürütülmesini, sosyalleşmeyi sağlamakta ve mobil telefonlar bu ekosistemin yegane araçları olarak kaşımıza çıkmaktadırlar (Goggin, 2006: 1).

YÖNTEM

Teknoloji ve toplum arasındaki ilişkiyi anlamaya çalışan teknolojik determinizm toplumsal dönüşümlerde baskın rolü bizatihi teknolojinin kendisine vermekte, doğrusal ve nedensellik ilkesiyle gelişme gösteren her bir teknolojik aygıtın toplum üzerindeki etkinliğini vurgulamaktadır. Mobil telefon olgusu icat edildiği ilk günlerden bu yana popüler bir araç olarak kaşımıza çıkmış, çoklu görev özelliğiyle günümüzde bireylerin sosyal alanda sürekli yanlarında bulundurdukları bir aygıt halini almıştır. Bu çalışmada mobil telefon olgusu kaynak tarama yöntemiyle teknolojik determinizm’in nedensellik ilkesi çerçevesinde ve determinist bakış açısını benimseyen teorisyenlerin medya araçlarının gelişiminde iyileştirici yeniliklerin ortaya koyulmasıyla ilerleme kaydedildiği perspektifiyle incelenmiştir. Mobil telefonun kuşakları arasında ortaya çıkan farklılıklar ve iyileştirmeler ergonomi ve fonksiyonel özellikler dikkate alınarak açıklanmıştır.

BULGULAR

Telefonun ilk günlerinden bu yana temel fonksiyonu sesli görüşme yapabilmesidir. Uzak bağlarla iletişim kurmak açısından büyük kolayık sağlayan bu teknik ilerleme mobil telefonun birinci nesil versiyonlarında da temel özellik olarak kaşımıza çıkmaktadır. Sadece sesli iletişimin kurulabildiği birinci nesil telefonlar iletişim açısından etkileşim eksikliği taşımaktadır. Etkileşim olgusunun en yüksek olduğu iletişim biçimi yüzyüze yapılan iletişimidir. Bu çerçevede iletişim aygıtı olarak mobil telefonun gerçeğe yakın bir düzlemde yüzyüze yapılacak iletişime ve etkileşime benzer özellikler sağlaması ondan beklenen iyileştirmeler olarak kaşımıza çıkmaktadır. Birinci nesil telefonların teknik iyileştirmeleri başta kapsama alanını genişletmesi için frekans tahsisindeki zorlukları çözmek, taşınabilirliği kolaylaştırmak için boyutlarında küçülmeyi sağlamak ve kısa görüşme süresini geliştirecek bataryalarla uzun sürelerle çekmek olarak dönüşmektedir.

1990’lı yıllardan sonra yoğunlaşan ikinci nesil telefonlar birinci nesil telefonların başta ergonomik yapısını dönüştürerek küçülmüş, bu dönemde farklı coğrafyalarda sayısı katlanarak artan mobil telefonların teknik olarak iletimi kodlaması ve kolay biçimde frekans üzerinden aktarabilmesi ve standart bir yapıya ulaşması sağlanmış, bu standartlaşma GSM olarak kaşımıza çıkmıştır. İşletimde sürekliliğe katkı sağlayan bu durum beraberinde telefonla data iletim fikrinin bir yansıması olan kısa mesaj gönderme uygulamasında ortaya çıkmasını sağlamıştır.

Mobil telefon üzerinden data paylaşımı özellikle 2.5G nesli telefonlarda baskın bir özellik olarak kaşımıza çıkmaktadır. Bu dönem verinin analog olarak kaydedildiği ve aktarıldığı uygulamaların yerine dijital kodlama ve aktarımın yoğun olarak yapıldığı uygulamaların yoğunluğuna şahit olmuş, mobil telefon MMS özelliğiyle SMS’in metin aktarım özelliğini mesaj olarak fotoğraf iletme özelliğine çevirmiş ve geliştirilen Bluetooth özelliğiyle veri

aktarımları kablo bağlantısı olmaksızın gerçekleştirilebilmiştir. İletişim-etkileşim açısından ortaya çıkan bu iyileştirmeyi ileri boyuta taşıyan en önemli gelişme mobil telefonun bilgisayarın dili olan dijital kodla bütünleşik olmasıdır. Üçüncü nesil telefonlar bu doğrultuda bilgisayara ait olan veri işleme özelliğiyle işlerlik kazanmış ve mobil telefon sesli bir iletişim aracı olmasının yanı sıra internet ortamında bilgisayarla yapılan bir çok işlemi gerçekleştirmeye başlamıştır. Bu gelişme mobil telefon üzerinde yapılacak olan iyileştirmelerin sadece telefon görüşmelerinin niteliğini ve etkileşimini arttırmakla devam etmeyeceğinin de bir göstergesidir. Minyatür bir bilgisayar haline gelen mobil telefonlar metin, ses, görüntü ve video verilerini hızlı bir şekilde işleyebilecekleri ve aktarabilecekleri çiplere ve yazılımlara ihtiyaç duymakta, 4G teknolojisi mobil telefonların bu doğrultudaki ilerlemelerinin sonucu olarak karşımıza çıkmaktadır. Görüntülü konuşma özelliği dördüncü nesil telefonların baskın özelliği olmakta, farklı teknolojik aygıtların yondeşmesi sonucunda mobil telefon radyonun, televizyonun, bilgisayarın, fotoğraf makinesinin, kameranın kendine özgü özelliklerini minyatürleşmiş biçimde bünyesine katmış, beşinci nesil (5G) telefonlar bu temelden hareketle hem iletişimde hemde multimedya içeriklerini aktarmada olası iyileştirmelerin uygulanacağı dönem olarak gelişme göstermiştir.

SONUÇ

Mobil telefonun tarihsel süreç içerisinde geçirdiği dönüşümler başta aracın iletişim özelliği olan telefon görüşmesi fonksiyonunu geliştirmeye yönelik olmuştur. Sesli görüşme özelliği zamanla görüntülü görüşme olanağıyla yüzyüze iletişime yaklaşır bir etkileşimi içermiştir. Sesli ve görüntülü iletişim kurma biçiminin bu temelden hareketle daha gerçekçi olması mobil telefon üzerinde yapılacak iyileştirmelerin yönünü tayin etmesi bakımından önem arz etmektedir. Örneğin hologram teknolojisinin mobil telefonlara uyarlanması iletişim açısından bireylerin önceye nazaran yüzyüze iletişime daha yakın bir deneyim elde etmelerini sağlayacak potansiyeli taşımaktadır.

Mobil telefonun görüşme yapılan araç olma özelliğinin yanı sıra özellikle üçüncü nesil telefonlarda yoğun olarak kendisini gösteren diğer bir özelliğide dijital kodlama ve internet teknolojisiyle hemhal olan veri işleyen aygıt olma özelliğidir. Bu çerçevede mobil telefon çoklu görev özelliğiyle dönüşeceği bir sürece geçmiş, bu doğrultuda onun üzerinde yapılacak olan iyileştirmeler sadece iletişimsel olarak etkileşimi üst düzeye çıkaracak gelişmelerin ötesinde çoklu görevleri ilerletebilecek yenilikleri de gerekli kılmıştır. Buradan hareketle sonraki çalışmalarda mobil telefonun üzerinde yapılacak olan iyileştirmelerin taksonomisini, (i) teknolojik, (ii) fonksiyonel ve (iii) sosyal olmak üzere genişletmek mobil telefon özelinde daha kapsamlı bir değerlendirmenin yapılmasına katkı sağlayacağı öngörülmektedir.

KAYNAKÇA

- Bolter, J. D. ve Grusin, R. (2000). *Remediation: Understanding New Media*. Cambridge: MIT Press.
- Bryman, A. (2004). "Technological Determinism". George Ritzer (Ed.), *The Blackwell Encyclopedia of Sociology* (ss. 4958-4959) içinde. Oxford: Blackwell.
- Dafoe, A. (2015). On Technological Determinism: A Typology, Scope Conditions, and A Mechanism. *Science, Technology, & Human Values*, 40(6), 1047–1076. <https://doi.org/10.1177/0162243915579283>
- Firtman, M. (2013). *Programming the Mobile Web*. Sebastopol, CA: O'Reilly.

- Garcia-Swartz, D. D. ve Campbell-Kelly, M. (2022). *Cellular: An Economic and Business History of the International Mobile-Phone Industry*. Cambridge: MIT Press.
- Klemens, G. (2014). *The Cellphone: The History and Technology of the Gadget That Changed the World*. Jefferson: McFarland.
- Korhonen, J. (2003). *Introduction to 3G Mobile Communications*. London: Artech House.
- Levinson, P. (1997). *The Soft Edge*. New York. Routledge.
- Ling, R. (2004). *The mobile connection: The cell phone's impact on society*. London: Elsevier.
- Pei Zheng, P. ve Ni, L. (2006). *Smart Phone and Next-Generation Mobile Computing*. London: Elsevier
- Steinbock, D. (2005). *The Mobile Revolution: The Making of Mobile Services Worldwide*. London: Kogan Page Publishers.
- Watts, T. (1996). Technology Rules Ok? A Review of Technological Determinism and Contingency Theory. *Creativity and Innovation Management*, 5(1), 13-21.

TÜRKİYE SELÇUKLULARI'NDA BAYRAMLAR VE BAYRAM GELENEKLERİNE BİR BAKIŞ

THE FEASTS IN THE SELJUKS OF TURKEY AND A WIEW TO THE FEAST TRADITIONS

Dr. Öğr. Üyesi Yasemin AKTAŞ

Bayburt Üniversitesi, -0000-0002-0808-8874

ÖZET

Bayramlar, toplumlarda millî ve dinî bakımdan kıymet verilen günlerdir. Bu özel günler gerek adlandırma gerekse kutlamalar itibariyle farklılık gösterse de tüm toplumlarda önem arz etmektedir. İslamiyet öncesi Türk toplumlarında inançların ve geleneklerin getirisi olan muhtelif bayramlar vardı. İslamiyet'in Türkler tarafından kabulünden sonra da Türk-İslâm sentezinin sağlanmasıyla millî bayramların yanında dinî bayramlar da kutlanmaya başlandı. Türkiye Selçuklu Devleti'nde de bu kapsamda geleneğin devamı olarak millî ve dinî bayramlar kutlandı. Tüm bireylerin katılımıyla gerçekleştirilen ve toplumsal birlikteliği simgeleyen bayram kutlamalarının belirli kaideleri vardı. Mevsim geçişlerini ve baharın gelişini simgeleyen Nevruz ve Hıdrellez gibi bayram ve önemli günlerde muhtelif ritüeller yapılır, eğlenceler tertip edilir ve ziyafetler verilirdi. Ramazan ve Kurban bayramları da belirli kaideler doğrultusunda kutlanırdı. Özellikle bu dinî bayramlar, devlet erkânı ve ahalinin namazgâhta bayram namazını eda etmesiyle başlar, meydanlarda muhtelif oyun, eğlence ve ziyafetlerle devam ederdi. Bayramların vazgeçilmez gelenekleri arasında sadaka verme, bayramlaşma ve hediyeleşme önemli bir yere sahipti. İnsanlar, birbirlerine hediyeler takdim eder, bayramlaşmak için tebrik mektupları gönderirlerdi. Selçukluların son dönemine kadar devam ettirilen bu millî ve dinî uygulamalar, meydana gelen siyasî bozulmadan etkilendi ve geleneksel değerler ihmal edilmeye başlandı. Siyasî kargaşanın yoğun olduğu bu dönemde mutluluğu ve sevinci simgeleyen bayramlarda istenmeyen çatışmalar ve hânedân üyelerinin infazları dahi gerçekleştirildi. Bu çalışmada, geleneksel değerlere kıymet veren ve bu değerleri yaşatmaya çalışan Türkiye Selçukluları'nda millî ve dinî bayram kutlamaları incelenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Selçuklu, Bayram, Kutlama, Nevruz, Ramazan, Kurban.

ABSTRACT

Feasts are special occasions highly esteemed in societies, both in terms of national and religious significance. While these special days may vary in terminology and celebrations, they hold significance in all societies. In pre-Islamic Turkish societies, there were various holidays that were a legacy of beliefs and traditions. After the acceptance of Islam by the Turks and the establishment of Turkish-Islamic synthesis, alongside national feasts, religious feasts began to be celebrated. In the Seljuk Sultanate of Turkey, in continuation of this tradition, both national and religious feasts were celebrated. These celebrations, symbolizing social unity and involving the participation of all individuals, had certain rules and customs. During various feasts and

significant days such as Novruz and Hidrellez, rituals were performed, festivities were organized, and feasts were held to symbolize the transition of seasons and the arrival of spring. Ramadan and Eid al-Adha were also celebrated following specific customs. Especially these religious feasts would start with the state officials and the public performing the feast prayers at the mosque and continue with various games, entertainment, and feasts in the public squares. Among the essential traditions of these feasts were almsgiving, exchanging greetings, and exchanging gifts. People would present gifts to each other and send congratulatory letters to exchange feast greetings. Until the late period of the Seljuks, these national and religious practices, which were preserved, were affected by the political turmoil and traditional values began to be neglected. During this period of intense political turmoil, unwanted conflicts and even executions of dynasty members took place during feasts, symbolizing happiness and joy. In this study, the national and religious feast celebrations of the Seljuk Turks, who valued traditional values and tried to preserve them, are examined.

Keywords: Seljuk, Feast, Celebration, Novruz, Ramadan, Eid al-Adha.

GİRİŞ

Millî, dinî ve özel bir zaman dilimini ifade etmek için kullanılan bayram, Kâşgarlı Mahmud'un *Divanü Lügati't-Türk* adlı eserinde badram, bayram/beyrem olarak zikredilmektedir. Oğuzlar tarafından kullanıldığı ifade edilen bayram, sevinç, sevinme ve eğlence günü anlamlarına gelmektedir (Kaşgarlı Mahmud, 1985, III, s. 176; Kaşgarlı Mahmud, 1985, I, s. 484).

Tarih boyunca inançlar ve gelenekler doğrultusunda toplumlarda muhtelif kutlamalar ve bayramlar yapılmıştır. Bu kutlamalar, genellikle mevsimlerin dikkate alınması ve doğa olaylarına kutsiyet atfedilmesiyle dinî bir anlam yüklenerek başlamıştır. Kurbanlar adanıp danslar edilerek gerçekleştirilen bu bayramlar ve kutlamalar, zamanla gelenekselleşmiş, muhtelif uygulamaların da ilave edilmesiyle toplumdan topluma yayılmıştır. İslamiyet öncesi Arap ve Türk toplumlarında ve daha sonraki süreçte Türk-İslâm devletlerinde dinî ve millî addedilen bayramlar vardı. Birbirinden farklı coğrafyalar olmakla birlikte Arap toplumunda inanışlar çerçevesinde panayırlar kurulup putlara tapılarak eğlenceler tertip edilirken, Türkler arasında Gök Tanrı'ya kurbanlar kesilerek kutsiyet atfedilen zamanlarda kutlamalar yapılırdı (Erdem, 1992, s. 257-259).

Eski Türk toplumlarından Hun, Göktürk ve Uygurlarda büyük törenlerin ve eğlencelerin yapıldığı, baharın gelişinin kutlandığı bayramların varlığı bilinmektedir (Ögel, 1971, s. 150-151). Devamında ortaya çıkan Türk devletlerinde de bu gelenekler sürdürüldü. Bu özel günlerde oyunlar oynanır, kurbanlar kesilir ve şarkılar söylenip içkiler içilirdi (Turan, 2009, s. 397-398; Turan, 1988, s. 41). İslamiyet'in kabulüyle birlikte bayram kutlamaları da çeşitlendi. Arabistan yarımadasında İslamiyet'in tebliğ edildiği dönemde Nevruz ve Mihrican/Mihrikan (sonbahar) bayramları kutlanmaktaydı. Hz. Peygamber Medine'ye hicret ettikten sonra da söz konusu millî bayramların kutlanmaya devam edildiğine dair bilgiler bulunmaktadır. Diğer yandan Medine İslam Devleti'nin temelini atılması ve hicretin ikinci yılından itibaren de Ramazan ve Kurban

bayramları hem dinî kaideler hem de halkın gelenekleri dikkate alınarak kutlanmaya başlandı (Zeydân, 2015, s. 783-784; Sarıçam-Erşahin, 2011, s. 108).

Türk devletlerinde ise Nevruz, Hıdrellez ve Mihrican gibi özel gün ve bayramların yanına İslamiyet'in kabulünden sonra da Ramazan ve Kurban bayramları eklendi. Bunun yanı sıra Kırgız ve Başkurt gibi Türk topluluklarında ayrıca Kar Bayramı, Kımız Bayramı, Bağ Bozumu, Yoğurt Bayramı, Kaz Toyu gibi isimlerle anılan muhtelif kutlamalar yapılmaktaydı (Baykara, 2001, s. 205-207). İslamiyet öncesi Türk devletlerinde var olan bayram kutlamaları, İslamiyet'in kabulünden sonraki Türk-İslâm devletlerinde de sürdürüldü. Bunlar içerisinde baharın gelişine atfen kutlanan Nevruz, önemli bayramlar arasında yer almaktaydı. Nevruz'un İran menşeli olduğu yönünde iddialarda bulunulmasının yanı sıra *Divanü Lügati't-Türk*'te yer alan tanımlama dikkate alındığında XI. yüzyıldan itibaren Orta Asya Türkleri arasında da yaygın şekilde kutlandığı anlaşılmaktadır (Bedirhan, 2019, s. 214-215). İslamiyet sonrası Türk-İslâm devletlerinden Karahanlılar (Okudan, 2019, s. 82-83), Gazneliler ve Büyük Selçuklular'da dinî ve millî bayramlar kutlanmaya devam etti. Gazne ve Büyük Selçuklu devletlerinde Ramazan ve Kurban bayramları dinî kaideler doğrultusunda, tabiatın yeniden dirilişini simgeleyen Nevruz ise İslâmî kaideler ve Türk gelenekleri ihmal edilmeden büyük eğlenceler yapılarak kutlandı (Piyadeoğlu, 2010; Genç, 2002, s. 109-118; Bedirhan, 2019, s. 214-215). Millî bayram kutlamaları sultan ve devlet erkânının alayla meydana gelmesiyle dinî bayramlar ise bayramgâh ya da namazgâh olarak zikredilen yerde namazın kılınmasıyla başladılar. Namaz sonrasında ise eğlenceler ve ziyafetler tertip edilir, sadaka ve hediyeler verilirdi (Nizâmü'l-Mülk, 1999, s. 29-30; Piyadeoğlu, 2010, s. 1411-1414; Kesik, 2021, s. 454; Ocak, 2002, s. 250). Selçuklu sultanlarından Tuğrul, Alp Arslan ve Melikşah, dinî vecibeleri yerine getirme konusunda kesinlikle ihmalde bulunmazlardı. Bayram geleneklerini de aynı ihtimamla uygulayan söz konusu sultanlar, idareleri süresince insanlar arasında yardımlaşmayı sağlayıp toplumsal huzuru bu vasıta ile sürdürmeye çalışmışlardı. Ramazan ayı boyunca sulh izleyerek yağmaya müsaade etmemişlerdi. Namaz, hutbe, sadaka, eğlence ve ziyafet gibi tüm dinî ve örfî kaideleri uygulamışlardı (Ahmed b. Mahmud, 1977, I, s. 50-51, 122; Ahmed b. Mahmud, 1977, II, s. 22; Reşîdü'd-dîn Fazlullah, 2010, s. 97; el-Bundari, 1999, s. 4-5, 47). Sultanların bu tutumuyla devletin henüz yeni kurulduğu bir tarih olmasına rağmen 1043 yılında Maverâünnahir bölgesinde İslâmiyet'i kabul eden on bin çadır Türk'ün, Kurban Bayramı'nda yirmi bin koyun keserek dinî vecibeyi yerine getirdiği ifade edilmektedir (İbnü'l-Esîr, 2016, VIII, s. 112). Büyük Selçuklular'da yaşanan bir hadiseden hareketle de bayramların ne zaman kutlanacağı konusunda fikir edinilmektedir. Buna göre bayram günleri, devlet hizmetinde bulunan ulema ve sultan tarafından ayın durumuna göre belirlenmekteydi. Bayram gününün tespiti için müneccimlerle istişarede bulunan Sultan Melikşah (Şihabeddin b. Fazlullah el-Ömerî, 2014, s. 219), Ramazan ayında hilâlin görülmesinden yola çıkarak ertesi gün bayram olduğunu bir fermanla duyurmuştu. Lakin Cüveynî, hilâlin görüldüğü gün içinde bayramın kutlanmasını "*Sultanın fermanına bağlı meselelerde ona itaat vaciptir; lakin fetvaya bağlı meselelerde sultanın ona riayeti vaciptir. Oruç tutmak ve bayram etmek fetvaya taalluk eder fermana değil*" sözleriyle bildirmişti (Barthold-Köprülü, 1984, s. 307).

Cihan hakimiyeti mefkuresiyle hareket eden ve oldukça geniş bir coğrafyaya yayılan Türkler, Türk-İslâm gelenekleri doğrultusunda bayramları, hâkim oldukları tüm coğrafyada

unutulmadan devam ettirmeye çalıştılar. Bu kapsamda Büyük Selçuklular'ın varisi olan Türkiye Selçukluları da örf ve adetleriyle birlikte bayram geleneklerini yaşattı. Bu çalışmada Türkiye Selçuklu Devleti'nde kutlanan bayramlar ve bu bayramlardaki uygulamalar ele alınmakta, bayram kutlamalarının nasıl yapıldığı incelenmektedir.

1. Türkiye Selçukluları'nda Dinî ve Millî Bayramlar

Türkiye Selçuklu Devleti'nde gerek sultanlar gerekse maiyetinde bulunanlar, geçmişten itibaren hâkim olan eğlence anlayışını devam ettirdi. Evlilik, cülus, askerî zaferler ve diplomatik gerekçelerin ardından eğlenmek amacıyla bezm meclisleri (Kesik, 2021, s. 445-446; Ersan, 2006a; Ersan, 2006b; Kara, 2014; Uyumaz, 2006) tertip edilmekle birlikte özellikle Ramazan ve Kurban bayramları, cuma günleri ve kandil geceleri geleneksel olarak belirli ritüeller doğrultusunda kutlandı. Böylece Türk-İslâm devletlerindeki genel bayram uygulaması, Selçuklu Türkiyesi'nde de sultanların ve devlet adamlarının desteğiyle hem İslâmî kaideler hem de Türk töresi uygulanmak suretiyle devam ettirildi (Turan, 1988, s. 38, 48). Halktan, ileri gelenlerden ve devlet temsilcilerinden birçok katılımın olduğu bu eğlenceler önem taşımaktaydı. Kutlamalara bu kadar önem verilmesinde tabi olarak devletin sahip olduğu ihtişamı göstermenin önemli bir etkisi vardı. Bunun yanı sıra devlet adamlarının dinî gerekçelerle ve kudretin göstergesi olarak kutladığı bayramlar (Turan, 2009, s. 366), toplum içinde yardımlaşma ve birliktelik duygusunu da ön plana çıkarmaktaydı. Özellikle Allah katında faziletli olan dinî gecelerle Kurban ve Ramazan bayramlarında Allah rızasını kazanmak için iyilikler yapılmaya çalışılırdı (Muhyiddin İbni Arabi, 2020, s. 60; Mevlânâ Celâleddîn, 1992, VI, s. 68). Selçuklu Türkiyesi'nde de dinî bayramlar ve millî bayramlar geleneğe bağlı olarak sürdürüldü.

1.1. Hıdrellez

Anadolu'da halk inancıyla gelenek hâlini alan ve baharın gelişini, tabiatın canlanmasını kutlamak için özel anlam yüklenen günler arasında Hızır-İlyas kültürünün getirisi olan Hıdrellez de yer almaktadır. Bu inanışta ölümsüzlüğe sahip Hızır ve İlyas, yılda bir kez bir araya gelirler ve biri karada diğeri denizde insanlara yardım ederler. Ayrıca bolluk, bereket ve baharı simgelerler. *Nebi bayramı*, *Ruz-i Hızır* olarak da ifade edilen hıdrellez, köken itibariyle İlkçağ Anadolu, Mezopotamya ve eski Orta Asya kültürüne dayandırılmakla birlikte günümüze kadar şenliklerle uygulana gelen özel günler arasında yer almıştır. İslamiyet öncesi Türk toplumunda kutlandığı ifade edilen Hıdrellez, İslamiyet'in kabulünden sonra da İslâmî kaidelerle çelişmeyecek şekilde devam ettirilmiştir. Türk-İslâm toplumunda insanlar, Hızır ve İlyas'ın bir araya geldiğine inandıkları Mayıs ayının 6'sında doğanın canlanması için muhtelif kutlamalar yapmıştır. Bu anlayış içerisinde toplumsal birlikteliği sergileyecek şekilde hıdırlık adı verilen mesire alanlarına gitmiş, yemekler yapmış, ziyaretler gerçekleştirmiştir. Dinî bir mahiyeti olmamakla birlikte tarih boyunca yaz mevsiminin başlangıcı kabul edilen bugünde eğlenceler tertip edilmesi zamanla gelenek hâlini almıştır (Ocak, 1998, s. 313-315; Uca, 2007, s. 114-116; Öztürk, 2021, s. 175; Döğüş, 2015).

Selçuklu dönemi eserlerinde dahi yer edinmiş olan Hızır ve Hıdrellez kültü (Döğüş, 2015, s. 80-81), siyasî ve askerî hadiseleri nakleden eserlerde yer almasa da edebî eserlerde özellikle Mevlânâ'nın eserlerinde sıklıkla vurgulanmaktadır. Yazıldığı topluma dair çok yönlü bilgi

edinilmesine imkân tanıyan bu eserlerden *Mesnevî* (Mevlânâ, 1995, III, s. 400; Mevlânâ, 1988, VI, s. 6, 12, 17) ve *Dîvân-ı Kebîr*'de Hızır'ın ölümsüzlüğü zikredilmektedir (Mevlânâ Celâleddîn, 1957, I, s. 51, 104, 309; Mevlânâ Celâleddîn, 1992, II, s. 62, 340). Bunun yanı sıra Hızır-İlyas'ın denizde ve karada insanlara beklemedikleri anda yardımcı gazellerde dile getirilmektedir (Mevlânâ Celâleddîn, 1992, III, s. 179).

Diğer yandan Anadolu'da varlığına inanılan Hıdrellez kültünün, hiçbir dinî dayanağı olmamakla birlikte Hristiyan kültürleriyle benzerlik gösterdiği de ifade edilmektedir. Zira Anadolu'yu yurt edinen Türkler, gayrimüslimlerle birlikte yaşam tesis etmişti. Tabiiyetleri sağlanan gayrimüslimlerle hayatın her aşamasında uyum içerisinde olmaya çalışmışlardı. Türkleşme ve İslamlaşmanın da kademeli olarak gerçekleştiği Anadolu'da sosyo-kültürel etkileşimin görüldüğü konulardan biri de mevsimleri temsil eden özel günlerdi. Gayrimüslimlerin bazı ritüelleri ile Türk-İslâm toplumunda hâkim olan birtakım gelenekler halkın kaynaşmasını sağladı. Bundan hareketle de Müslümanların baharın gelişini temsilen kutladığı Hıdrellez'in, Hristiyanların aziz kültürleriyle benzerlik gösterecek şekilde kutlandığı ifade edilmektedir. Müslümanların 6 Mayıs'ta kutladığı Hıdrellez ile Hristiyanların Aya Yorgi (Aziz George) günleri aynı tarihte gerçekleşmekteydi. Hızır-İlyas kültü ile Hristiyanların kutsiyet atfettiği Aziz George ve Aziz Theodore figürlerinin eşitlendiği bu anlayış çerçevesinde her iki toplum da ziyaretler yapar ve ağaçlık mekanlarda eğlenceler tertip ederler (Ocak, 2012, s. 465-468; Vryonis, 2020, s. 601-605).

1.2. Nevruz

Toplumsal birlikteliği ve kültürel devamlılığı sağlayan bayramlar arasında yer alan ve yeni gün anlamına gelen Nevruz, 21 Mart tarihinde kutlanmaktadır. Baharın gelişini müjdeleyen Nevruz, Türk ve İran toplumlarında günlerce coşku içinde kutlanmıştır. Bu kutlamada hükümdar huzura kabul töreni düzenler, halka ziyafetler verir ve ihsanlarda bulunurdu (Gündüz, 2007, s. 60-61). Bu uygulama, Selçuklular tarafından da devam ettirilmişti (Korkmaz, 1999, s. 254-256). Ancak Selçuklu Türkiye'sinde kutlanan günler arasında Nevruz varsa da döneme ilişkin siyasî eserlerde yer almamaktadır. Mevlânâ'nın eserlerinde ise Hamel burcu olarak zikredilen Nevruz, ilkbaharın gelişini müjdeleyen bahar bayramıdır. Doğanın canlandığı, dağların ve ovaların yeşerdiği bir gündür (Mevlânâ Celâleddîn, 1957, I, s. 90, 118; Mevlânâ Celâleddîn, 1992, II, s. 287; Mevlânâ Celâleddîn, 1992, VI, s. 244).

“Gül bahçesinin canları, karakışın soluğuyla uçmuştu; ilkbahar mevsimi geldi, her can, kendi bedenine girdi.

Güzelliğini kırıp geçiren güz mevsimi kör olsun diye gizlilik puthanesinden güzeller çıka geldiler....

Bahar bayramında bulut, gülsuları serpti; o gök gürlemesi de havanın yücelerinde davul çaldı.

Bir bağ bir bahçe ki güzellerle dopdolu; fakat ne Türk onlar, ne rum; binlerce Hutunli güzel geldi.

Nice canlar, Yusuf gibi helak olma kuyusuna düşmüştü; kaybolmuş sandılar ama yurda çıkageldi onlar.

Hızır'ın ab-ı hayat yolu kapkaranlıktır; fakat sonunda gül diken yolundan yurda geliverdi.

Gazelin çok kısmı kaldı ama gene de sus da padişah söylesin; çünkü şu topluma geldi o... ”(Mevlânâ Celâleddîn, 1992, VII, s. 10).

Bayramlar arasında yer alan Nevruz, gazelden de anlaşıldığı üzere sultan ve devlet adamlarının bizzat katılımıyla meydanlarda coşku içerisinde kutlanırdı. Hatta Nevruz’un diğer kutlamaları da etkilemiş olduğu görünmektedir. Zira Türkiye Selçuklu Devleti’nin inhitat dönemi içerisinde yer alan II. Gıyâseddin Keyhüsrev’in sultanlığında diplomatik vesileyle düzenlenen bezm meclisi ve ihtişamı, İbn Bîbî tarafından Nevruz kutlamalarına benzetilerek aktarılmaktadır. Uç bölgesindeki Türkmen beylerinin ve Selçuklu emirlerinin katıldığı bu kutlamada eğlence düzenlenmiş ve ziyafet sofraları kurulmuştur (İbn Bîbî, 1996, II, s. 83-85). Bu şekilde bezm eğlencesinin Nevruz’a benzetilmesi, Nevruz’un diğer kutlamalara nispeten daha büyük bir coşkuyla gerçekleştirildiğine işaret etmektedir. Ayrıca dönemin edebî eserlerinde Nevruz’a yer verilmesi, Selçuklu Türkiyesi’nde toplum tarafından bilindiğini ve kutlandığını da göstermektedir. Bununla birlikte Mevlânâ’nın eserlerinde yer alan bilgilere göre Nevruz’un gelişi sadece ileri gelenlerin değil aynı zamanda halkın da büyük bir coşkuyla beklediği bayramdı. Baharın gelişi ve doğanın uyanışı olarak zikredilen Nevruz Bayramı, tüm insanlara mutluluk vermekteydi (Mevlâna, 1995, II, s. 122, 316; Mevlâna, 1995, V, s. 207).

1.3. Dinî Bayramlar

İslamiyet’in tebliğinden sonra İslâm dünyasında Müslümanlara mahsus olan iki büyük dinî bayram vardır. Bunlar hicretin ikinci yılında farz kılınan Ramazan ve Kurban bayramlarıdır. Ramazan ayını oruçlu geçirenler, Allah’ın farz kıldığı vazifeyi yerine getirmeyi Ramazan Bayramı ile kutlar, Allah’a şükürün ve teslimiyetin ifadesi olarak kurbanlarını kesen ve imkânı dahilinde hac vazifesini yerine getirenler ise Kurban Bayramı’nı kutlar. Dinî bayramların yanı sıra tüm İslâm alemi için kıymet arz eden ve aynı ihtimamın gösterildiği mübarek gün ve geceler de vardır (Bayraktar, 1992, s. 259-261; Mevlânâ Celâleddîn, 1992, III, s. 89). Selçuklu hânedân üyeleri, meliklik döneminden itibaren tüm dinî kaideler öğretilerek yetiştirilirdi. Önemli bir çoğunluğu da saltanatları süresince İslâm dininin getirdiği hükümleri uygulamaya çalışmışlardı. Bu şekilde sultanların dinî vecibelere dikkat göstermesi, İslâmî kaidelerin uygulanmasını ve başta bayramlar olmak üzere geleneklerin sürdürülmesini sağlamıştı (Soyer, 2021).

Selçuklu Türkiyesi’nde gerek devlet adamları gerekse halk, dinî gün ve gecelere dikkat göstermekteydi. Mevlânâ’ya yılda iki kez bayram, ayda ise dört kez cuma olmasının sebebi sorulduğu zaman bayram kutlamalarının gerekçesini izah etmişti. Âlime göre Ramazan ayının, bayramların ve cuma günlerinin amacı, Allah dostlarının bu güzel günlerde bir araya gelmeleri, görüşmeleri ve konuşmalarıydı. Mevlânâ, “*birlikte rahmet vardır*” görüşünden hareketle ulema, ümera ve halkın bir araya gelişinin Allah dostlarına kıyamet gününü anımsattığını ifade etmektedir (Mevlânâ Celâleddîn, 2017, s. 235-236). Bu sebeple dinî günlerde cemaatle birlikte ibadet edilmeli, iyiliklerde bulunulmalıdır (Mevlânâ, 1988, VI, s. 41).

Selçuklu dönemi edebî eserlerinde Ramazan ayı ve bayram, Allah’a yakınlaşma ve rızasını kazanmanın yanı sıra mutluluk ve bayramlaşma gibi konulara vurgu yapılarak ele alınmaktadır. Ramazan ayının gelişinden duyulan mutluluk, tutulan oruçların mutluluğu ve insanların Ramazan ayıyla gafletten çıkışı, Mevlânâ’nın gazellerinde sıklıkla yer bulmuştur

(Mevlânâ Celâleddin, 1992, III, s. 111, 402, 425; Mevlânâ Celâleddin, 1992, VI, s. 156, 285, 316). Mevlânâ tarafından Ramazan ayından sonra kutlanan bayramlar, müminlerin kurtuluşu ve muradına erdiği gün olarak kabul edilir (Mevlâna, 1988, VI, s. 150). Ayrıca bayrama kavuşma, sevgiliye kavuşmaya benzetilmekte ve ayrılığın son bulması olarak zikredilmektedir (Mevlânâ Celâleddin, 1992, II, s. 44; Mevlânâ Celâleddin, 1992, V, s. 137; Mevlânâ Celâleddin, 1992, VII, s. 122, 140, 169). Oruç tutmanın verdiği heyecanla Ramazan ayı nasıl ki büyük bir coşkuyla bekleniyorsa hilâlin görülmesiyle bayramın başladığı ve aynı coşkuyla kutlandığı anlatılmaktadır (Mevlânâ Celâleddin, 1992, II, s. 43-44, 51; Mevlânâ Celâleddin, 1992, VII, s. 122, 418).

2. Bayram Kutlamaları

Türkiye Selçukluları'nda sultanların özellikle ihtimam gösterdiği bayram günlerinde birlikteliğin sağlanıp mutluluğun yansıtılması için uygulanan belirli kaideler vardı. I. Alâeddin Keykubâd'ın saltanatı, bayram geleneğinin seyrinin nasıl olduğu konusunda en belirgin örneği teşkil etmekteydi. Buna göre Ramazan ve Kurban bayramları, sultanın alayıyla kutlamanın yapılacağı alana gitmesi ve namaz kılmasıyla başlar, eğlence, sadaka dağıtımı, bayramlaşma ve ziyafetlerle sürdürülürdü (İbn Bibî, 1996, I, s. 406-411, 455; Mevlânâ Celâleddin, 1992, VI, s. 238; Kesik, 2021, s. 454).

Bayramlar konusunda ilk zikredilecek konu nerede gerçekleştirildiğidir. Türk-İslâm devletlerinde saray, köşk, kervansaray ve sultanın otağının bulunduğu yer gibi birden fazla eğlence mekânı vardı (Kesik, 2021, s. 446-447). Bundan hareketle de bayramların doğrudan tek bir mekânda kutlandığı ifade edilemez. Lakin toplumsal birlikteliği sağlayacak mekanlar dikkat çekmektedir. Bunlar içerisinde özellikle bayram namazlarının kılınması için ihtiyaca binaen oluşan cami, mescit ya da namazgâh önemli bir yer tutmaktadır. Namazgâh inşa etme geleneği, Türklerin İslamiyet ile tanışmalarından sonra başladı. İslâm dünyasında ilk olarak Hz. Peygamber döneminden itibaren var olup, Medine İslam Devleti'nin temelini atılması ve İslamiyet'in yayılmasıyla birlikte Medine'de dinî bayramların kutlanması için musalla olarak adlandırılan alan inşa edildi. Toplumun tüm ihtiyacını karşılayacak şekilde düzenlenen bu mekanlarda sadece namaz kılınmayıp İslâmî kaidelere riayet edilerek def çalınmakta, ok ve mızrak atılmakta, hayvanlarla yarışların yapıldığı eğlenceler tertip edilmekteydi. Hz. Peygamber'den itibaren musalla olarak adlandırılan açık alanlarda kutlanmaya başlanan bayramlar, Emevî ve Abbâsî halifeliklerinde de benzer şekilde sürdürüldü (Sarıçam-Erşahin, 2011, s. 108-109). Türklerin İslamiyet ile tanışmasından sonra da Maverâünnehir'de Sâ mânîler ve Karahanlılar, bayram namazını eda etmek için saray yakınlarında namazgâh olarak zikredilen yerler yaptırdı (Barthold, 1990, s. 115, 145, 341; Sarıçam-Erşahin, 2011, s. 108).

Anadolu'da bayram kutlaması sırasında belirli bir mekân algısı bulunmamaktaydı. Konar göçer hayattan yerleşik düzene geçen, devletleşen ve saraylar inşa eden Türklerin eğlenceleri saraylar ve bunların çevresinde gerçekleşmeye başladı. Türkiye Selçukluları'nda da sosyo-kültürel birlikteliğin simgesi olan eğlenceler, hem saraylarda hem de toplumun ortak kullanım alanları olan meydanlarda yapıldı (Ersan, 2006a, s. 74; Metin, 2021, s. 52-59). Selçuklularda üstü açık toplu namaz kılınmasına imkân tanıyan namazgâhlar, meydanların inşasına vesile olmuştu (Arslan, 2020, s. 285). Müslümanlar için kıymet taşıyan dinî bayramlar da aynı şekilde sultan, devlet erkânı ve halkın katılımıyla meydanlarda ve namazgâhlarda gerçekleştirilirdi.

Toplumsal birlikteliğin sağlandığı ve ihtiyaçların giderildiği bu mekanlarda bayram namazları toplu olarak kılınır, muhtelif aktiviteler düzenlenirdi. Eflâkî'nin nakillerinden de Kurban ve Ramazan bayramlarının meydana yapıldığı teyit edilmektedir. Eflâkî'ye göre Mevlânâ ve oğlu Sultan Veled, insanların Kurban Bayramı vesilesiyle Konya sokaklarında ve meydanında toplanarak salavatlar getirdiğine şahit olmuşlardır (Ahmet Eflâkî, 1973, I, s. 369, 437-438).

Meydanların bu önemini yanı sıra Selçuklu sultanları, bayram olduğu vakit savaşta seferde ya da istirahat sürecinde olsun buldukları her yerde bayram hazırlıklarını yaparlardı. Buna Yassıçimen Savaşı örnek verilebilir. Selçuklu dönemi müellifi İbn Bîbî'den edinilen bilgiye göre Sultan I. Alâeddin Keykubâd, 1230'da Hârezmşahlar ile savaşmak üzere gerekli hazırlıklarını tamamladı ve Ramazan ayının 28. günü yapılan savaşta Hârezmşahlar'a büyük bir darbe vurdu. Savaş sonrasında ilerleyişini sürdüren sultan, maiyetindekilerle Erzurum'a ulaştı ve burada bayram hazırlığı yaptı. Dinî kaidelere uyularak meydana bayram namazı kılındı, sadakalar dağıtıldı ve eğlenceler yapıldı (İbn Bîbî, 1996, I, s. 406-411; İbn Bîbî, 2015, s. 129; Cemaleddin Muhammed b. Sâlim İbn Vâsıl, 1972-1977, IV, s. 300). Yine diğer bir bayram kutlaması, Alâeddin Keykubâd'ın 1237'de Eyyûbîler'e karşı düzenleyeceği sefer öncesinde tüm ahalinin bulunduğu Meşhed Ovası'nda gerçekleştirildi. Sultanın bizzat dahil olduğu bu bayram kutlamasında meydana gösteri yapıldıktan sonra bayram namazına geçildi. Namaz sonrasında ise tebrikler iletildi (İbn Bîbî, 1996, I, s. 454-455). Türkiye Selçuklu Devleti'nin yükseliş dönemindeki bu genel uygulamayla Geyhatu'nun Anadolu'da bulunduğu son döneminde de karşılaşılmaktadır. Döneme ilişkin diğer eserler tarafından desteklenmemekle birlikte *Anonim Selçuknâme*'de 1291'de Konya'ya ilerleyen Geyhatu'nun Kurban Bayramı olması vesilesiyle bir meydana durduğu ve şehirden hatip çağırarak namaz kıldığı bildirilmektedir (*Anadolu Selçukluları Devleti Tarihi*, 1952, s. 55).

Selçuklu sultanlarının alayları ise özel günlerde daima büyük gösteriş içerisinde hazırlanmaktaydı. Bayram törenlerinde de meydana ilerleyen sultanın ihtişamı her yönden yansıtılırdı. Sultan, hakimiyet alametleri içerisinde yer alan davul, sancak ve başında çetreden denilen güneşlikle hareket ederdi. Altın sırmalı ya da atlas kumaştan yapılan çetren yanı sıra (Zeydân, 2015, s. 779) rikabdâr tarafından önünde gaşiye tutulurdu (Kesik, 2021, s. 40). Ayrıca savaş, sefer ve düğün gibi özel günlerde sultanın yanında yer alan durbaş ya da serhengler/çavuşlar, bayramlarda da görkemli kıyafetleriyle alayın önünde giderdi. İhtişamlı kıyafetler içerisindeki saray görevlileri, bellerine gümüş kemerler takar, ellerinde yaldızlı ya da gümüşten murassa asalar taşırlardı (Köprülü, 1983, s. 240, 244; Solmaz, 2008, s. 430-431). Bu ihtişamlı alayların içinde askerî zümrenin yanı sıra Ahiler de yer alarak bayram eğlencelerine dahil olur ve her esnaf grubu geçit törenine katılırdı (Cahen, 2000, s. 162). Gösterişli ilerleyişin ardından meydanlarda ya da namazgâh olarak da zikredilen alanlarda namaz kılınır ve hatipler tarafından hutbe okunurdu (İbn Bîbî, 1996, I, s. 411; Mevlânâ Celâleddin, 1992, III, s. 275; Turan, 1988, s. 48; Sevim-Merçil, 1995, s. 500).

Türkiye Selçukluları'nda kadın ve erkekler elbise, kaftan, şalvar, sarık ve örtü gibi parçalardan oluşan giysilerini kolye, yüzük, kemer, bilezik ve incilerle süsleyerek ön plana çıkarmaktaydı (Atasoy, 1971, s. 128, 148). Bayramlarda ve özel günlerde kılık kıyafetlerine ayrıca özen gösteriyorlardı. Sultanlar da insanların birbirleriyle bayramlaştığı ve huzura kabul edildiği bu günlerde yeni elbiseler giyerlerdi (Mevlânâ Celâleddin, 1992, II, s. 172). Alâeddin

Keykubâd'ın ölmeden önce katıldığı son bayramda süslü elbiseler giydiği, “*tacını başına koydu. Keyhüsrevi kemerini beline taktı. Mücevherlerle süslü elbisesini sırtına geçirdi. Elinde hattı mızrak olduğu halde sahaya çıktı*” (İbn Bîbî, 1996, I, s. 454) sözleriyle zikredilmektedir. Sultanların yanı sıra ileri gelenler arasında da günün anlam ve önemine binaen kaftan hediye edilmesi ve giyilmesi söz konusuydu (İbn Bîbî, 1996, II, s. 84). Kılık kıyafet konusunda ihtişama ve gelenekleri sürdürmeye gayret gösterilirdi. Buna göre bayramlarda ya da huzura kabulün gerçekleştiği özel günlerde başa takılan külah çıkarılmaktaydı. I. Alâeddin Keykubâd, kardeşi I. İzzeddin Keykâvus'un cenazesinde başındaki külahı çıkararak törene katılmıştı. Bayram törenlerinde de emir ya da ileri gelenler, başlarındaki külahı çıkararak huzura girerlerdi (Turan, 1969, s. 176).

3. Bayram Gelenekleri: Bayramlaşma, Hediyeleşme, Ziyafet ve Eğlenceler

Bayramlarda dinî vecibelerin gerçekleştirilmesinin yanında dayanışmayı sağlayan birtakım uygulamalar da vardı. Namaz kılınması ve hutbe okunmasından sonra bayramlaşma yani tebrikleşme gerçekleştirilmekteydi. Bununla birlikte tebrikleşme vasıtalarından biri de mektuplardı. Selçuklu Türkiyesi'nde tahta çıkış, kandil ve bayram gibi özel günlerde tebrik amacıyla mektup olarak ifade edilen tebriknâme suretleri hazırlanmaktaydı (Turan, 1988, s. 57; Daş, 2004, s. 206). Ebû Bekr el-Zeki, Selçuklu emirlerinden Melikü's-Sevahil Bahâüddin'e Ramazan Bayramı'nı kutlamak için mektup gönderdi. Mektupta, “*Ay ve yıllar dizisinin değerli bir incisi Ramazan Bayramı'nın gelişi Hudavend'e kutlu olsun*” lafzına yer verdikten sonra hediyeleşmenin bir töre olduğunu ancak böyle yüksek rütbeli bir emire dünyevî hediye vermektense mektup yazmayı uygun bulduğunu bildirmekteydi. Ebû Bekr el-Zeki, Kurban Bayramı'nda da Emir Seyfeddin'e tebrik mektubu gönderdi. Hediye gönderme geleneğini mektubunda kaleme aldığı şiirle gerçekleştirdi (Abu Bakr İbn Al-Zakî, 2011, s. 40, 43-46).

Tebrik mektubunun yanı sıra bayramlaşmanın bir parçası olarak hediyeleşme (Ersan, 2000) ve sadaka dağıtma geleneği de vardı. Ahaliden ihtiyaç sahiplerine sadaka dağıtılırken, Selçuklu emirlerine, bağlı beylere ve şehrin ileri gelenlerine kıymetli hediyeler takdim edilirdi. Hatta I. Alâeddin Keykubâd, sefer sırasında yanında bulunan Eyyübî meliki Eşref ve kardeşlerine on at ile on hilat hediye ederek onları ziyafete davet etti (İbn Bîbî, 1996, I, s. 410-412). Hediyeleşmede maddî bir değer ya da mevki aranmamaktaydı. Mektup gönderilmesi ve şiir yazılması örneklerinde de görüldüğü üzere sarayda ve ahali arasında imkân dahilinde hediyeleşmeler yapılmaktaydı. Nevruz, Ramazan ve Kurban bayramlarında ihtiyaç sahiplerine hediyeler verilmesi ve çocukların sevindirilmesi ilk dönemden itibaren hem İslâmî hem de Türk kültürünün bir parçası olarak uygulanmaktaydı. Hatta bu konuda Mevlânâ, hediye ve sadaka verilmemesini eleştirmekteydi (Mevlâna, 1995, III, s. 199).

Mevlânâ Celâleddîn'in dinî bayramlara ve özel günlere gerek yaşantısı gerekse geleneklerin sürdürülmesi adına özellikle dikkat ettiği anlaşılmaktadır. Mevlânâ, bir Ramazan ayının ilk gününde ortadan kaybolmuş ve zamanını Mevlevihane'nin bahçesindeki kuyuda geçirmişti. Bayram günü de kuyudan çıkarak müritlerinin yanına gitmişti (Ahmet Eflâkî, 1973, I, s. 500-501). Bu şekilde itikâfa çekilmesinin başka bir örneğinin oğlu Sultan Veled tarafından zikredildiği nakledilmektedir. O, babasının Ramazan ayında on gün hücreye kapandığını ve kimseyle görüşmediğini, çıktuktan sonra da yedi gün boyunca gece-gündüz sema yaptığını

bildirmiştir (Ahmet Eflâkî, 1973, I, s. 260-261). Ramazan ayında itikâfa çekilen Mevlânâ'nın, bayramları ise layığıyla değerlendirdiği anlaşılmaktadır.

Bayram kutlamalarında hediye ve sadaka verme geleneği, sadece saray mensuplarına ait bir uygulama olmayıp halk arasında da yaygındı. Mevlânâ'nın müritleri arasında yer alan bir tacir vardı. Bu kişinin karısı, Kurban Bayramı vesilesiyle arife günü helva yaparak ihtiyaç sahiplerine hediye ve sadaka niyetiyle dağıttı. Helvanın hediye niyetiyle ikram edildiği kimseler arasında Mevlânâ ve müritleri de yer almaktaydı. Mevlânâ'nın memnuniyet duyduğu bu hediyeleşme hadisesiyle ilgili bir kıssaya yer verilmektedir. Buna göre Mevlânâ ve müritlerine ikram edilen bir sini helva, yenmesine rağmen bitmedi ve Mevlânâ helva sinisini medresenin çatısına çıkardı. Müritleri bunun sebebini sorduğu zaman helvayı yapan kadının hacda olan kocasını kastederek “*bu helvayı, o adam da yesin diye siniyi götürdüm*” şeklinde cevap verdi. Mevlânâ'nın çatıya bıraktığı helva, Arafat'ta tacir ve yanında bulunanlara ikram olundu, sini de tacir hacdan döndüğü zaman eşyalarının arasında bulundu (Ahmet Eflâkî, 1973, I, s. 219-220).

Bayram günlerinde ziyafet verme geleneği de vardı. Bu uygulama esasında Türk ve İslâm dünyasında ilk dönemlerden itibaren tüm özel günlerin bir parçasıydı. Türklerdeki ziyafet verme geleneği, Kaşgarlı Mahmud tarafından da zikredilmektedir. Müellife göre Nevruz Bayramı ve özel günlerde hanlar, *kençliyü* adı verilen ve yerden 30 arşın yükseklikte sofraya hazırlanmalıydı. Velayet-i pederane anlayışı doğrultusunda ziyafet vermeli ve hanı yağma uygulamalıydı (Kaşgarlı Mahmud, 1985, I, s. 347; Donuk, 1988, s. 77). Türk dünyasındaki bu yemek verme uygulaması, İslâm dünyasında da Emevî ve Abbâsîler tarafından Ramazan ayı boyunca devam ettirilmişti (Erkoçoğlu, 2016, s. 393; Bozkurt, 2016, s. 506). Büyük Selçuklu Devleti'nde de hem dinî hem de Türk töresinin gereği olarak ziyafetler sürdürülmüştü (İbnü'l-Esîr, 2016, VIII, s. 594; Ocak, 2002, s. 262, 304, 382). Türkiye Selçukluları'nda da tahta çıkış, elçi kabulü, evlilik ve başarılı kuşatmaların akabinde ve bayramlarda belirli kurallar doğrultusunda ziyafetler tertip edilirdi (İbn Bîbî, 1996, I, s. 58, 66-67, 70, 196, 224, 251, 323-324, 431, 449; İbn Bîbî, 1996, II, s. 105, 107, 210; Necmuddîn-i Dâye, 2013, s. 341; Kesik, 2021, s. 454-455). Sarayda ya da dışarıda verilen ve ayrı ayrı tertip edilen ziyafetlerde sofraya âdâbına özellikle dikkat gösterilirdi. Bu çerçevede halka açık ziyafetlerde sofraya oturanlar oyalanmadan yemeğini yer ve kalkar, diğerleri aynı şekilde sofrada yerini alırdı. Bu vesileyle hiç kimsenin sofradan mahrum kalmasına izin verilmezdi (İbn Bîbî, 1996, I, s. 323-324, 455). Alâeddin Keykubâd örneğinde görüldüğü üzere, bayramlarda her anlamda cömertlik sergileyen sultanlar, bunu ziyafet sofralarına da yansıtmaktaydı. Bayram günlerinde namaz vazifesinin akabinde meydanda gösteriler başlatılır, oradan da ziyafete geçilirdi. Öncelikli olarak halka açık sofralar kurulur, akabinde ulema ve ümeranın dahil olduğu özel ziyafet düzenlenirdi. İbn Bîbî'ye göre ziyafet esnasında kızartma, balık, boğa uyluğundan oluşan yemekler, altın ve gümüş tabaklarda ikram edilirdi. Çâşnîgîr, şarabdâr, emîr-i meclis, mîrhân gibi görevlilerin hizmet ettiği sultan ziyafetlerinde yemekler yenilir, şerbetler (şarap) içilip çeng, levta (barut) ve rebab gibi müzik aletleri dinlenirdi. Bu ziyafetlerde altın ve gümüş tabaklar kullanılmasındaki ve çalgılı eğlenceler düzenlenmesindeki bir amaç da Selçuklu Devleti ve sultanının tüm ihtişamını törene katılan komşu devlet temsilcilerine ve ahaliye göstermekti (İbn Bîbî, 1996, I, s. 411, 455-457).

Sultanların ihtişamlı bayram eğlencelerinin yanı sıra devlet adamları tarafından da arife günlerinde ikram amacıyla pişi ve et pişirtilirdi (Koç, 2019, s. 55; *Manakıb-ı Hacı Bektâş-ı Velî Vilayet-nâme*, 1958, s. 6). Selçuklu devlet adamlarından Fahreddin Ali de bayramlarda safranlı zerde pilavı yapılmasını vakfiyede şart koşmuştu (Baykara, 2001, s. 103).

Bayramlarda gerçekleştirilen diğer bir faaliyet ise eğlencelerdi. Bunlar, Türk kültürünü yansıtan muhtelif gösterilerdi. Sultanın otağının bulunduğu yerde ya da sarayda ziyafet ve bezm meclisleriyle birlikte eğlenceler tertip edilirdi. Namaz sonrasında sultanla birlikte emir ve yetenek sahibi kimseler, gösterileriyle tüm hünerlerini sergiler ve oyunlar oynarlardı. Meydanlardaki sportif faaliyetler içerisinde özellikle cevgan, sultanların sıklıkla oynadığı bir oyundu (Mevlânâ Celâleddîn, 1992, VII, s. 59, 592, 600; İbn Bîbî, 1996, I, s. 79, 183, 188, 289, 393, 420). Bunun yanı sıra meydanlarda yapılan eğlencelere sultanın da dahil olmasıyla pehlivanlar gösteride bulunur, halka kapma, mızrak, okçuluk ve biniciliğe yeteneği olanlar gösteriler yapardı. Alâeddin Keykubâd, 1237 yılı Ramazan Bayramı'nda meydana çıkarak Celaleddin Karatay ile mızrak ve kalkanla gösteri yapmıştı (İbn Bîbî, 1996, I, s. 410-411, 454).

Bayram uygulamalarındaki eğlenceler, sadece saraya ve sultanlara mahsus değildi. Bayramlarda sultanların nevbet çaldırma geleneğinin dışında toplumda davul ve nakkare (kudüm) çaldırma geleneği Mevlânâ'nın eserlerinde yer bulmuştu. Bayramın gelişi davullarla müjdelenmekte, bayram eğlencelerinde de aynı şekilde davullar kullanılmaktaydı (Mevlâna, 1995, III, s. 356; Mevlânâ Celâleddîn, 1992, V, s. 49). Davul çalınması, kıssalar içerisinde de yer bulmuştur ki bayramlarda davul çalındığı nüktedan şekilde anlatılmaktadır (Mevlâna, 1995, III, s. 356).

Yapılan eğlenceler, düzenlenen ziyafetler ve sportif faaliyetler, diğer İslâm âlimleri tarafından da değerlendirilmektedir. Binicilik, atıcılık ve ok yarışlarının helal ve haram olduğu yönünde farklı görüşler öne sürülmektedir. Bu ihtilaf içerisinde Gazâlî'ye göre devletin emiri satranç ve tavla gibi oyunlar oynamamalı ve sarhoşluk verecek şeyler içmemeliydi. Zira bunları yapması, doğru karar vermesini etkileyebilir ve onu halkın gözünde itibarsızlaştırabilirdi (İmâm-ı Gazâlî, 2020, s. 127). Mâverdi ise altın ve gümüş kaplarda yiyip içilmesinin caiz olmadığını, israf olan bu uygulamanın saltanatın sonuna işaret ettiğini bildirmişti. Bunun yanı sıra içkinin haram olduğunu lakin müzik aleti dinlemenin, binicilik ve atıcılık gibi faaliyetlerde bulunmanın tartışıldığını, ihtilafa rağmen de aşırıya kaçılmaması (hayvana eziyet edilmemesi ya da müziğin kişiyi olumsuz etkilememesi) kaydıyla yapılabileceğini ifade etmektedir. Hz. Peygamber ve Hz. Ömer dönemlerinden verilen örneklerle de bunun caiz olduğunu ispatlamaya çalışmaktadır (Ebu'l Hasan el-Mâverdi, 2022, s. 363-365). Esasında âdet hâlini alan, ziyafet ve eğlenceler, Hz. Peygamber döneminden de uygulanmaktaydı. Hz. Peygamber ve eşi Hz. Ayşe, Medine'ye hicret sonrası Nevruz ve Mihrican bayramlarının kutlandığına tanıklık etmişlerdi. İslamiyet'in toplum tarafından kabul görmesiyle de dinî bayramlar kutlanmaya başlandı. İslâm devleti kurulduktan sonra Hz. Peygamber'in katılımıyla musalla olarak adlandırılan alanlarda namaz kılınmasıyla başlayan bayramlar, eğlencelerle devam etti. Hz. Peygamber ve eşinin, Kurban Bayramı'nda eğlenceleri izleyerek def çalan cariyeleri dinlemesi de bu konuya örnek teşkil etmektedir (Sarıçam-Erşahin, 2011, s. 108-109; Üçok, 1968, s. 155).

4. Geleneksel Değerlerin Kaybına Yönelik Örnekler

Türkiye Selçukluları'nda dinî günlere veyahut bayramlara her dönemde ihtimam gösterilmesi söz konusu değildi. Zira taht kavgalarının zaman zaman bayram günlerinde dahi sürdürüldüğü görülmüştü. II. Rükneddin Süleymanşah ve kardeşi I. Gıyâseddin Keyhüsrev arasındaki taht mücadelesi buna örnek teşkil etmektedir (*Anadolu Selçukluları Devleti Tarihi*, 1952, s. 27). Bunun dışında bazı sultanların yaşantısında da olumsuzluklarla karşılaşılıyordu. Son Selçuklu sultanlarından III. Alâeddin Keykubâd, bu örneklerden biriydi. Aksarayî'ye göre kendisine dair zikredilen birçok idarî ve siyasî olumsuzluğun yanında Türk-İslâm devletinin Müslüman bir lideri olarak makamına yakışmayan tutum sergilerdi. O, bir yandan zulme varan davranışlar gösterirken diğer yandan Ramazan ayını dinî kaidelerden uzak bir şekilde geçirdi. Halka cehennem azabı yaşattığı ifade edilen III. Alâeddin, “*Kadir gecesi bin aydan hayırlıdır*” ayeti hükmüne uymayarak dinî kaidelerden uzak hareket etmekteydi. Kendisinden önceki sultanlardan farklı olarak Kadir gecesini cevgan oynayarak eğlenceyle geçirdi. Ayrıca Ramazan ayının son günleri olmasına rağmen işret meclisinde herkesin gözü önünde orucunu bozdu (Kerimüddin Mahmûd Aksarayî, 2000, s. 229).

Türkiye Selçukluları'nda dinî bayramlar, her zaman güzelliklerle de dolu olmamıştı. III. Alâeddin Keykubâd'ın uygunsuz tutumunun dışında bayramlarda görülen bir diğer olumsuz hadise de idam hükümlerinin uygulanmasıydı. II. Mesud döneminde yaşananlar, buna önemli bir örnekti. Ramazan Bayramı'nın ilk gününün sabahında Sultan II. Mesud'un ikinci kez tahta çıkış töreni yapıldı (Ertuğrul, 2015, s. 448). *Sultan Veled Divanı*'nda II. Mesud'un tahta çıkışından duyulan mutluluk, Ramazan ayı ve bayramın getirdiği sevinçle kıyaslanmaktadır. Sultan Veled, halkın perişan hâlde olduğu günlerde kurtarıcı olarak gördüğü II. Mesud'un tahta çıkışından duyduğu memnuniyeti, Ramazan ayı içinde bayramdan önce bayram mutluluğu yaşanması olarak zikretmektedir (*Sultan Veled Divanı*, 2016, s. 530). Ancak bu günlerde Argun Han'ın emriyle III. Gıyâseddin Keyhüsrev'in iki çocuğu, yalancı melik oldukları gerekçesiyle bayram günü öldürüldüler. İlk olarak tahkir etmek için eşeğe bindirilerek şehirde gezdirildiler, daha sonra Konya Kalesi kapısında asıldılar. Bununla yetinmeyen emîr-i dâd, üç gün sonra şehzadelerin cesedini indirdi ve başlarını keserek teşhir etmeye devam etti (*Anadolu Selçukluları Devleti Tarihi*, 1952, s. 46).

SONUÇ

Türklerde çeşitli isimlerle kutlanan bayramlar, eski dönemden itibaren toplumu bir araya getiren sevincin ve mutluluğun ortak bir paydada buluştuğu değerli günlerdir. İslamiyet öncesi Türk toplumunda kutlanan bayramların ve özel günlerin bazıları İslamiyet sonrasına aktarılmışsa da bir kısmının kaybolduğu anlaşılmaktadır. Ancak kutlama geleneği, çeşitli isimler altında devam ettirilmiştir. İslâm'ın gelişi de bayramlar konusunda önemli bir çeşitliliği getirmiştir. Bunlar Ramazan ve Kurban bayramlarıdır. Öncesinde var olan kutlama geleneğinin Hz. Peygamber'den itibaren dinî değerlere uygun olarak bu bayramlarda da sürdürüldüğü görülmektedir.

İslamiyet'in gelişi ve bu yeni dinin Türkler tarafından kabul edilmesi, Türk toplumundaki bayramları da çeşitlendirmiştir. Böylece Türk-İslâm devletlerinde Türk örf ve gelenekleriyle İslamiyet'in getirdiği bayramlar kutlanmaya başlanmış ve değerler birleştirilmiştir.

Selçuklularda kutlanan bayramlara ve özel günlere bakıldığında İslâm öncesinde birçok isim altında kutlanan bazı günlerin yok olduğu görülse de aynı kutlama kültürünün devam ettirildiği anlaşılmaktadır. Türkiye Selçukluları'nda da geleneklerin yaşatıldığı ve bu özel günlerin daha fazla ihtimamla kutlandığı tespit edilmektedir. Zira bu kapsamda geleneksel inanışın getirdiği Hıdrellez ile Türklerin önemli Millî bayramları arasındaki Nevruz yaşatılmıştır. Özellikle bu özel günlerin Mevlânâ'nın eserlerinde yer bulması ve desteklenmesi, geleneksel Türk kültürünün İslâmî değerlerle entegre olarak kutlandığına işaret etmektedir.

İslamiyet'in doğuşu, Müslüman dünyasına Ramazan ve Kurban bayramlarını hediye etmiştir. Bu dinî bayramların da Türkiye Selçukluları'nda ihtimamla kutlandığı, başta dinî kaideler üzerine yetiştirilen ve birçoğu bu doğrultuda yaşayan sultanların söz konusu özel günlerin kutlanışına dikkat gösterdiği tespit edilmektedir. Buna karşın çeşitli olumsuzlukların da varlığı aşikardır. Ancak kutlamaya savaş da dahil olmak üzere herhangi bir durumun engel teşkil etmediğini görmek ve tebrikleşme, verilen ziyafetler, dağıtılan sadakalar, giyilen elbiseler dikkate alındığında bu kutlu günlere verilen değer açık bir şekilde kendini göstermektedir. Sonuç olarak atalarının geleneklerini, kutlama etkinlikleri içinde yaşatmaya çalışan Türkiye Selçukluları, bu değerleri dinî kaidelere uygun bir şekilde sürdürmeye ve var etmeye dikkat göstermiştir.

KAYNAKÇA

- Abu Bakr İbn Al-Zakî. (2011). *Ravzat al-Kuttâb va Hadikat al-Albâb*, (Yay. Ali Sevim), Ankara: TTK Yayınları.
- Ahmed b. Mahmud. (1977). *Selçuk-Nâme*, I-II, (Çev. Erdoğan Merçil), İstanbul: Kervan Kitapçılık.
- Ahmet Eflâkî. (1973). *Âriflerin Menkıbeleri*, I, (Çev. Tahsin Yazıcı), İstanbul: Hürriyet Yayınları.
- Arslan, Muhammed. (2020). "Anadolu Selçuklu Namazgahları", *Atatürk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü Dergisi*, (68), 281-311.
- (1952). *Anadolu Selçukluları Devleti Tarihi*, III, (Haz. Feridun Nafiz Uzluk), Ankara.
- Atasoy, Nurhan. (1971). "Selçuklu Kıyafetleri Üzerine Bir Deneme", *Sanat Tarihi Yıllığı*, (4), 111-151.
- Barthold, W.-Köprülü, Fuat. (1984). *İslâm Medeniyeti Tarihi*, Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları.
- Barthold, W. (1990). *Moğol İstilasına Kadar Türkistan*, (Haz. Hakkı Dursun Yıldız), Ankara: TTK Yayınları.
- Baykara, Tuncer. (2001). *Türk Kültür Tarihine Bakışlar*, Ankara: Atatürk Kültür Merkezi Başkanlığı Yayınları.
- Bayraktar, İbrahim. (1992). "Bayram", *İslam Ansiklopedisi*, 5, İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları, 259-261.
- Bedirhan, Yaşar. (2019). *İslamiyet Öncesi Türk Tarihi ve Kültürü*, Konya: Eğitim Yayınevi.
- Bozkurt, Nahide. (2016). "Abbâsiler (750-1258)", *İslam Tarihi El Kitabı*, (Ed. Eyüp Baş), Ankara: Editör Yayınları, 457-522.
- Cahen, Claude. (2000). *Osmanlılardan Önce Anadolu*, (Çev. Erol Üyepazarcı), İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.

- Cemaleddin Muhammed b. Sâlim İbn Vâsıl. (1972-1977). *Müferricü'l-Kürub fi Ahbâri Benî Eyyûb*, IV, (Thk. Hasaneyn Muhammed Rebî-Sâid Abdulfettah Âşur), Kahire.
- Daş, Abdurrahman. (2004). “Türkiye Selçukluları ve Osmanlı Dönemi Hakkında Tarihi Kaynak Olarak Münşeât Mecmualarının Değerlendirilmesi”, *Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, XLV(11), 205-218.
- Donuk, Abdülkadir. *Eski Türk Devletlerinde İdarî-Askerî Unvan ve Terimler*, İstanbul: Türk Dünyası Araştırmaları Vakfı.
- Döğüş, Selahattin. (2015). “Anadolu’da Hızır-İlyas Kültü ve Hıdrellez Geleneği”, *Türk Kültürü ve Hacı Bektaş Veli Araştırma Dergisi*, (74), 77-100.
- Ebu’l Hasan el-Mâverdi. (2022). *Mâverdi’ye Göre Siyaset Sanatı ve Nasihatü’l-Mülûk Tercümesi*, (Telif ve Trc. Mustafa Sarıbiyık), İstanbul: Ark Kitapları.
- el-Bundari. (1999). *Zubdat al-Nusra ve Nuhbet al-Usra/Kıvameddin Burslan, Irak ve Horasan Selçukluları Tarihi*, Ankara: TTK Yayınları.
- Erdem, Sargon. (1992). “Bayram”, *İslam Ansiklopedisi*, 5, İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları, 257-259.
- Erkoçoğlu, Fatih. (2016). “Emevîler”, *İslam Tarihi El Kitabı*, (Ed. Eyüp Baş), Ankara: Editör Yayınları, 345-395.
- Ersan, Mehmet. (2000). “Türkiye Selçukluları’nda Hediye ve Hediyeleşme II”, *Tarih İncelemeleri Dergisi*, 15(1), 95-104.
- Ersan, Mehmet. (2006a). “Türkiye Selçuklularında Devlet Erkânının Eğlence Hayatı”, *Tarih İncelemeleri Dergisi* XXI(1), 73-106.
- Ersan, Mehmet. (2006b). “Türkiye Selçuklularında Halkın Eğlence Hayatı”, *Tarih İncelemeleri Dergisi*, XXI(2), 77-92.
- Ertuğrul, Ali. (2015). *Niğdeli Kadı Ahmed’in El-Veledü’ş-Şefik Ve’l-Hâfidü’l-Halik’ı (Anadolu Selçuklularına Dair Bir Kaynak)*, 1, Ankara: TTK Basımevi.
- Genç, Reşat. (2002). *Karahanlı Devlet Teşkilatı (XI. Yüzyıl)*, Ankara: TTK Yayınları.
- Gündüz, Şinasi. (2007). “Nevruz”, *İslam Ansiklopedisi*, 33, İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları, 60-61.
- İbn Bîbî. (1996). *el-Evamirü’l-Ala’iyye Fi’l-Umuri’l-Ala’iyye (Selçuk-name)*, I-II, (Çev. Mürsel Öztürk), Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları.
- İbn Bîbî. (2015). *Selçuknâme*, (Yay. Mükrimin Halil Yinanç, Haz. Refet Yinanç, Ömer Özkan), İstanbul: Kitabevi Yayınları.
- İbnü’l-Esîr. (2016). *İslam Tarihi el-Kâmil fi’t-Tarih*, VIII, (Çev. Ahmet Ağırakça, Beşir Eryarsoy, Zülfikar Tüccar, Abdülkerim Özaydın, Yunus Apaydın, Abdullah Köşe), İstanbul: Ocak Yayıncılık.
- İmâm-ı Gazâlî. (2020). *Mülkün Sultanlarına Nasihatü’l-Mülûk*, (Çev. Osman Şekerci), İstanbul: Büyüyenay Yayınları.
- Kara, Seyfullah. (2014). “Selçuklu Türkiye’sinde Eğlence Türü Olarak Bezm ve Musiki”, *Bilig*, (68), 169-182.
- Kaşgarlı Mahmud. (1985). *Divanü Lûgat-it-Türk*, I, III, (Çev. Besim Atalay), Ankara: TDK Yayınları.
- Kerimüddîn Mahmûd Aksarayî. (2000). *Müsâmeretü’l-Ahbâr*, (Çev. Mürsel Öztürk), Ankara: TTK Yayınları.

- Kesik, Muharrem. (2021). *Selçuklu Müesseseleri ve Medeniyeti*, İstanbul: Bilge Kültür Sanat Yayınları.
- Koç, Canan. (2019). *Selçuklu Anadolusunda Gelenek ve Görenekler (1075-1318)*, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Marmara Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü, İstanbul.
- Korkmaz, Seyfullah. (1999). “Selçuklular’da Nevruz Kutlamaları”, *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (8), 254-256.
- Köprülü, Fuat. (1983). *İslâm ve Türk Hukuk Tarihi Araştırmaları ve Vakıf Müessesesi*, İstanbul: Ötüken Neşriyat.
- (1958). *Manakıb-ı Hacı Bektâş-ı Velî Vilayet-nâme*, (Haz. Abdülbaki Gölpınarlı), İstanbul: İnkılap Kitabevi.
- Merçil, Erdoğan. (2000). *Türkiye Selçuklularında Meslekler*, Ankara: TTK Yayınları.
- Metin, Tülay. (2021). *Selçuklu Çağında Yaşamak, Ortaçağda Türk Şehri*, İstanbul: Kronik Kitap.
- Mevlânâ Celâleddîn. (1957). *Divân-ı Kebîr*, I, (Haz. Abdülbaki Gölpınarlı), İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Mevlânâ Celâleddîn. (1992). *Divân-ı Kebîr*, II-III, V-VII, (Haz. Abdülbaki Gölpınarlı), Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları.
- Mevlânâ Celâleddîn. (2017). *Fîhi Mâ-Fîh*, (Çev. Abdülbaki Gölpınarlı), İstanbul: İnkılap Yayınevi.
- Mevlâna. (1995). *Mesnevî*, II-III, V, (Çev. Veled İzbudak, Gözden Geç. Abdülbaki Gölpınarlı), İstanbul: Milli Eğitim Bakanlığı Yayınları.
- Mevlânâ. (1988). *Mesnevî*, VI, (Çev. Veled İzbudak, Gözden Geç. Abdülbaki Gölpınarlı), İstanbul: Milli Eğitim Bakanlığı Yayınları.
- Muhyiddin İbni Arabi. (2020). *Nasihatname*, İstanbul: Ehil Yayıncılık.
- Necmüddîn-i Dâye. (2013). *Sûfîlerin Seyri Mirsâdu'l-İbâd*, (Trc. Hakkı Uygur), İstanbul: İlk Harf Yayınları.
- Nizâmü'l-Mülk. (1999). *Siyâset-nâme*, (Haz. Mehmet Altay Köymen), Ankara: TTK Yayınları.
- Ocak, Ahmet Yaşar. (1998). “Hıdrellez” *İslam Ansiklopedisi*, 17, İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları, 313-315.
- Ocak, Ahmet Yaşar. (2012). “Toplum, Kültür ve Entelektüel Hayat”, *Türkiye Tarihi 1071-1453 Bizans’tan Türkiye’ye*, (Ed. Kate Fleet, Çev. Ali Özdamar), İstanbul: Kitap Yayınevi, 421-499.
- Ocak, Ahmet. (2002). *Selçukluların Dinî Siyaseti (1040-1092)*, İstanbul: Tarih ve Tabiat Vakfı Yayınları.
- Okudan, Gülseri. (2019). *Saray, Askeri ve İdari Yönleriyle Karahanlı Devleti’nin Teşkilat Tarihi*, (Ed. Ekrem Kalan), Ankara: İksad Yayınları.
- Ögel, Bahaeddin. (1971). *Türk Kültürünün Gelişim Çağları*, II, İstanbul: Milli Eğitim Basımevi.
- Öztürk, Osman. (2021). “Konya Hızır İlyas(lık) Zaviyesi Vakfiyesi”, *Konya Kitabı XVIII Konya Vakıfları*, 1, (Ed. Caner Arabacı, Nesimi Yazıcı, İsmail Kıvrım, Ahmet Akman, Mustafa Akkuş), Konya, 171-188.

- Piyadeoğlu, Cihan. (2010). “Gazneliler ve Büyük Selçuklular’da Bayram ve Bayram Kutlamaları”, *Turkish Studies*, 5(4), 1412-1420.
- Reşîdü’l-dîn Fazlullah. (2010). *Camii’-t-Tevârih, Selçuklu Devleti*, (Çev. Erkan Göksu, H. Hüseyin Güneş), İstanbul: Selenge Yayınları.
- Sarıçam, İbrahim-Erşahin, Seyfeddin. (2011). *İslam Medeniyeti Tarihi*, Ankara: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları.
- Sevim, Ali-Merçil, Erdoğan. (1995). *Selçuklu Devletleri Tarihi Siyaset, Teşkilat ve Kültür*, Ankara: TTK Yayınları.
- Solmaz, Sefer. (2008). “Çavuş Unvanının Kökeni, Anlamları ve Türkiye Selçukluları Döneminde Kullanımı” *Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, (43), 423-436.
- Soyer, Ozan Hayri. (2021). *Türkiye Selçuklu Sultanlarının Dini Anlayışları ve Siyasî Yansımaları*, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- (2016). *Sultan Veled Divanı*, (Çev. Veyis Değirmençay), İstanbul: Demavend Yayınları.
- Şihabeddin b. Fazlullah el-Ömerî. (2014). *Türkler Hakkında Gördüklerim ve Duyduklarım, Mesâlikü’l Ebsâr*, (Çev. Ahsen Batur), İstanbul: Selenge Yayınları.
- Turan, Osman. (2009). *Selçuklular Tarihi ve Türk-İslâm Medeniyeti*, İstanbul: Ötüken Neşriyat.
- Turan, Osman. (1969). *Türk Cihân Hakimiyeti Mefkûresi Tarihi*, II, İstanbul: Turan Neşriyat.
- Turan, Osman. (1988). *Türkiye Selçukluları Hakkında Resmî Vesikalar Metin, Tercüme ve Araştırmalar*, Ankara: TTK Yayınları.
- Uca, Alaattin. (2007). “Türk Toplumunda Hıdırellez I”, *Atatürk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü Dergisi*, (34), 113-138.
- Uyumaz, Emine. (2006). “Türkiye Selçuklu Devleti’nde Resmî Eğlence/Bezm Meclisleri”, *Tarih Dergisi*, (43), 37-52.
- Üçok, Bahriye. (1968). *İslâm Tarihi Emevî-Abbasîler*, Ankara: Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Yayınları.
- Vryonis, Speros. (2020). *Küçük Asya’da Orta Çağ Helenizminin Çöküşü ve 11. Yüzyıldan Başlayarak 15. Yüzyıla Kadar İslamlaşma*, (Çev. İdem Erman), İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Zeydân, Corcî. (2015). *İslam Uygarlıkları Tarihi*, 2, (Notlarla Günümüz Türkçesine Çev. Nejdet Gök), İstanbul: İletişim Yayınları.