

BOOK OF FULL TEXT



ANATOLIAN CONGRESSES

6th INTERNATIONAL SOCIAL SCIENCES CONGRESS

Issued: 27. 05. 2021

ISBN : 978-625-7341-31-8





ANATOLIAN CONGRESSES
6th INTERNATIONAL SOCIAL SCIENCES CONGRESS
MAY 21-23 , 2021
VAN

Edited By

DR. GÜLTEKİN GÜRÇAY

AMANEH MANAFIDIZAJI

All rights of this book belong to UBAK Publishing house.

Without permission can't be duplicate or copied.

Authors of chapters are responsible both ethically and juridically.

UBAK Publications – 2021 ©

Issued: 27.05.2021

ISBN: 978-625-7341-31-8

CONGRESS ID

ANATOLIAN CONGRESSES 6TH INTERNATIONAL SOCIAL SCIENCES CONGRESS

DATE – PLACE

MAY 21-23, 2021
VAN - TURKEY

ORGANIZATION

UBAK International Sciences Academy

CONGRESS ORGANIZING BOARD

Head of Congress: Dr. Ziyafat Huseynova
Head of Organizing Board: Dr Gültekin Gürçay
Organizing Committee Member: Dr. Nadire Kantarcıoğlu
Organizing Committee Member: Aynurə Əliyeva
Organizing Committee Member: Dr. Leman Kuzu
Organizing Committee Member: Dr. Zehra Fırat
Organizing Committee Member: Dr. Öğr. Üyesi Özcan Ekici
Organizing Committee Member: Editor of the EuroAsia Journal
Organizing Committee Member: Editor of UBAK Publishing house.
General Coordinator: Amaneh Manafidizaji

EVALUATION PROCESS

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

PARTICIPATING COUNTRIES

Turkey –India- Nigeria – Azerbaijan- Iran. Iraq

PRESENTATION

Oral presentation

LANGUAGES

Turkish, English, Russian, Persian, Arabic

Scientific & Review Committee

Dr. Gulmira ABDİRASULOVA
Kazak Devlet Kızlar Pedagoji Üniversitesi

Prof. Dr. Yunir ABDRAHIMOV
Ufa State Petroleum Technological University

Dr. Maha Hamdan ALANAZİ
Riyad Kral Abdülaziz Teknoloji Enstitüsü

Dr. Dzhakipbek Altaevich ALTAYEV
Al – Farabi Kazak Milli Üniversitesi

Doç. Dr. Hülya BALKAYA
Atatürk Üniversitesi

Doç. Dr. Mehmet Fırat BARAN
Mardin Artuklu Üniversitesi

Dr. Amina Salihi BAYERO
Yusuf Maitama Sule Üniversitesi

Dr. Karligash BAYTANASOVA
Al – Farabi Kazak Milli Üniversitesi

Dr. Baurcan BOTAKARAEV
Hoca Ahmet Yesevi Üniversitesi

Dr. Ahmad Sharif FAKHEER
Ürdün Devlet Üniversitesi

Dr. Zehra FIRAT

Doç. Dr. Abbas GHAFARI
Tebriz Üniversitesi

Prof.Dr. Ariz Avaz GOZALOV
Moskova Devlet Üniversitesi

Prof. Dr. Gulzar İBRAGİMOVA
Bakü Avrasya Üniversitesi

Dr. Gültekin GÜRÇAY

Doç. Dr. Dilorom HAMROEVA
Özbekistan Bilimler Akademisi

Dr. Bazarhan İMANGALİYEVA
K.Zhubanov Aktobe Devlet Bölge Üniversitesi

Dr. Keles Nurmaşulı JAYLIBAY
Kazak Devlet Kızlar Pedagoji Üniversitesi

Dr. Mamatkuli Jurayev
Özbekistan Bilim Akademisi

Dr. Kalemkas KALIBAEVA
Kazak Devlet Kızlar Pedagoji Üniversitesi

Dr. Bouaraour Kamel
Ghardaia Üniversitesi

Dr. Nadire KANTARCIOĞLU

Prof. Dr. Ergün KOCA
Girne Amerikan Üniversitesi

Prof Dr. Bülent KURTIŞOĞLU
Ardahan Üniversitesi

Dr. Leman KUZU
İstanbul Kültür Üniversitesi

Sonali MALHOTRA
Delhi Balbahtri Academy

Dr. Alia R. MASALİMOVA
Al – Farabi Kazak Milli Üniversitesi

Prof. Muntazir MEHDI
Pakistan Language Academy

Dr. Amanbay MOLDİBAEV
Taraz Devlet Pedagoji Üniversitesi

Doç. Dr. Yeliz ÇAKIR SAHİLLİ
Munzur Üniversitesi

Dr. Aysulu B. SARSEKENOVA
Orleu Milli Kalkınma Enstitüsü

Dr. Gulşat ŞUGAYEVA
Dosmukhamedov Atyrau Devlet Üniversitesi

Doç. Dr. Yeliz KINDAP TEPE
Cumhuriyet Üniversitesi

Doç. Dr. Mehmet Özkan TİMURKAN
Atatürk Üniversitesi

Dr. K.A. TLEUBERGENOVA
Kazak Devlet Kızlar Pedagoji Üniversitesi

Dr. Cholpon TOKTOSUNOVA
Rasulbekov Kırgız Ekonomi Üniversitesi

Doç. Dr. Yıldırım İsmail TOSUN
Şırnak Üniversitesi

Dr. Botagul TURGUNBAEVA
Kazak Devlet Kızlar Pedagoji Üniversitesi

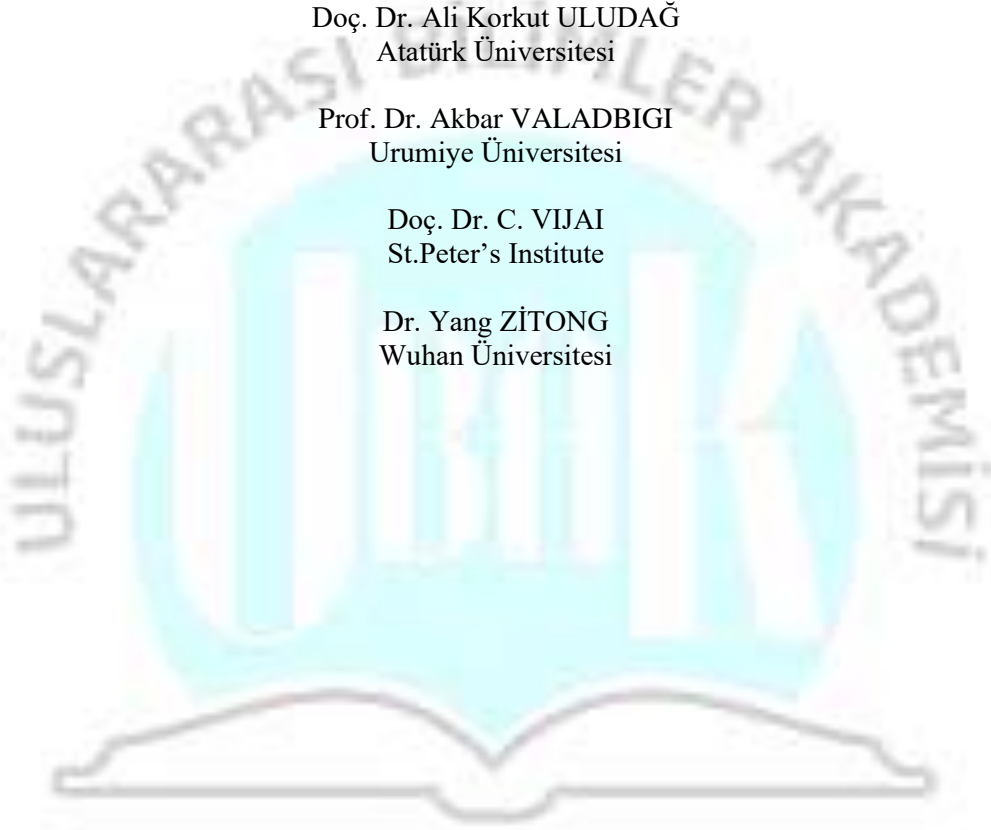
Dr. Dinarakhan TURSUNALIEVA
Rasulbekov Kırgız Ekonomi Üniversitesi

Doç. Dr. Ali Korkut ULUDAĞ
Atatürk Üniversitesi

Prof. Dr. Akbar VALADBİGİ
Urumiye Üniversitesi

Doç. Dr. C. VIJAI
St.Peter's Institute

Dr. Yang ZITONG
Wuhan Üniversitesi



ANATOLIAN CONGRESSES
6th INTERNATIONAL SOCIAL SCIENCES CONGRESS
6th INTERNATIONAL APPLIED SCIENCES CONGRESS
MAY 21- 23, 2021
VAN – TURKEY

ANATOLIAN CONGRESSES
6th INTERNATIONAL SOCIAL SCIENCES CONGRESS
6th INTERNATIONAL APPLIED SCIENCES CONGRESS
MAY 21- 23, 2021
VAN - TURKEY

CONGRESS PROGRAM
Online (with Video Conference) Presentation

Meeting ID: 820 2896 0677
Passcode: 212223



ANATOLIAN CONGRESSES
6th INTERNATIONAL SOCIAL SCIENCES CONGRESS
6th INTERNATIONAL APPLIED SCIENCES CONGRESS
MAY 21- 23, 2021
VAN – TURKEY

IMPORTANT, PLEASE READ CAREFULLY

- To be able to make a meeting online, login via <https://zoom.us/join> site, enter ID instead of “Meeting ID or Personal Link Name” and solidify the session.
- The Zoom application is free and no need to create an account.
- The Zoom application can be used without registration.
- The application works on tablets, phones and PCs.
- Speakers must be connected to the session **10 minutes before** the presentation time.
- All congress participants can connect live and listen to all sessions.
- During the session, your camera should be turned on **at least %70** of session period
- Moderator is responsible for the presentation and scientific discussion (question-answer) section of the session.

TECHNICAL INFORMATION

- Make sure your computer has a microphone and is working.
- You should be able to use screen sharing feature in Zoom.
- Attendance certificates will be sent to you as pdf at the end of the congress.
- Moderator is responsible for the presentation and scientific discussion (question-answer) section of the session.
- Before you login to Zoom please indicate your name surname and hall number,

exp. H-2, S- 1 NAME SURNAME

ANATOLIAN CONGRESSES
6th INTERNATIONAL SOCIAL SCIENCES CONGRESS
6th INTERNATIONAL APPLIED SCIENCES CONGRESS
MAY 21- 23, 2021
VAN – TURKEY

22. 05. 2021

10: 00 – 12:00

Meeting ID: 820 2896 0677

Passcode: 212223

HALL: 1

SESSION : 1

MODERATOR:

DR. HÜLYA YILMAZ

MEHMET ALİ AYÇİLEK
PROF. DR. YÜCEL AYRIÇAY
NUR ESRA BEKEREÇİ

İslami Finansa Diyanet Personelinin Bakış Açısı Üzerine Bir Araştırma

DR. ULVİ SANDALCI

Endüstri 4.0 Nin Getirdiği Yeni Bir Vergileme: Robot Vergisi

DR. ULVİ SANDALCI

Vergi Takozu, Doğrudan Yabancı Yatırımlar Ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Oecd Ülkeleri Örneği

KÜBRA ÇİFTÇİ

İdari Uyuşmazlıklarda Alternatif Çözüm Yolu Olarak Ombudsmanlık Kurumu Ve Sağlık
Ombudsmanlığı Uygulamaları

DR. HÜLYA YILMAZ

Covid-19 Sürecinde Sürdürülebilir Finansman Araçlarının Ülke Ve Şirketler Açısından Önemi

İNCI SANDALCI
ULVI SANDALCI

Ekonomik Gelişmişlik Ve Kamu Etkinlik Düzeyi İlişkisi

İNCI SANDALCI
ULVI SANDALCI

Vergi Uyumunun Bir Bileşeni Olarak Vergi Okuryazarlığı

SERKAN ARAS

A Novel Meta-Learning Method For Forecasting Bitcoin Volatility

ANATOLIAN CONGRESSES
6th INTERNATIONAL SOCIAL SCIENCES CONGRESS
6th INTERNATIONAL APPLIED SCIENCES CONGRESS
MAY 21- 23, 2021
VAN – TURKEY

| | | |
|---|--|-------------------------------------|
| 22. 05. 2021 | | 10: 00 – 12:00 |
| Meeting ID: 820 2896 0677 | | Passcode: 212223 |
| HALL: 2 | | SESSION: 1 |
| | 10:15 – 12:00 (Turkey Time) 8:15 -10:00 (Nigeria Time) | MODERATOR: DOÇ. DR. MUSTAFA KAYA |
| ARŞ. GÖR. DR. MUHAMMED TUNAGÜR ÖĞRETMEN ALİ ASLANTÜRK | 8. Sınıf Ders Kitaplarında Yer Alan Metinlerin 2019 Türkçe Öğretim Programındaki Metinlerde Bulunması Gereken Nitelikler Bakımından İncelenmesi | |
| DOÇ. DR. MUSTAFA KAYA ÖĞRETMEN MERVE TAŞ TETİK | Uzaktan Eğitim Sürecinde Öğrenci Ödevleri Hakkında Veli Görüşlerinin İncelenmesi | |
| DOÇ. DR. MUSTAFA KAYA ÖĞRETMEN ÖMER KOÇ | 6. Sınıf Ders Kitaplarında Yer Alan Metinlerin 2019 Türkçe Öğretim Programındaki Metinlerde Bulunması Gereken Nitelikler Bakımından İncelenmesi | |
| DR. HASAN BOZKAYA | Suriye’den Türkiye’ye Yönelen Göçün Eğitim Üzerindeki Etkisine Dair Yönetici Ve Öğretmen Görüşleri | |
| ABDULGAFFAR MUHAMMAD, BUSHRA IBRAHİM MARYAM ABDULMALİK MUHAMMAD UMAR HAMISU | Administrators Supervisory Skills and Teachers Job Performance in Secondary Schools in Kaduna North Local Government Area, Kaduna State | |
| EMİNE ESRA KAZANCI | Ekoloji Dedektifleri İş Başında | |

ANATOLIAN CONGRESSES
6th INTERNATIONAL SOCIAL SCIENCES CONGRESS
6th INTERNATIONAL APPLIED SCIENCES CONGRESS
MAY 21- 23, 2021
VAN – TURKEY

22. 05. 2021

10: 00 – 12:00

Meeting ID: 820 2896 0677

Passcode: 212223

HALL: 3

SESSION: 1

MODERATOR:

PROF. DR. SACIDE PEHLIVAN

DR. ÖĞR. ÜYESİ ENVER YÜKSEL

Böbrek Nakli Yapılan Hepatit B Hastalarında Klinik Seyir Ve Hepatit Göstergeleri

DR.ÖĞR.ÜYESİ, DENİZ GENÇ
YL. ÖĞRENCİSİ BURCU GÜNAYDIN
PROF.DR., AKIN ALADAĞ
PROF.DR.,EMİNE FİGEN TARHAN

Alerjik Astımın Eşlik Ettiği Primer Sjögren Sendromlu Hastaların T Yardımcı Lenfositlerinde
Dental Folikül Mezenkimal Kök Hücrelerin Sitokin Sekresyonu Üzerine Etkisi

OYA GÜVEN
SELİM TETİK

İdiyopatik İzole Hipoglossal Sinir Felci Olgu Sunumu

PROF. DR. SACIDE PEHLIVAN

The Importance Of Mannose Binding Lectin 2 Gene And Their Relationship With Neurological,
Autoimmune, Periodental, Infectious, Psychiatric Diseases And Cancer

SEVDE HASANOĞLU
SACIDE PEHLIVAN

Molecular Genetics of Multiple System Atrophy (MSA)

DR. ÖĞR. ÜYESİ. CAN SEVİNÇ
DR. RECEP DEMIRCI

Hemodiyaliz Hastalarında Damar Giriş Yolu Ve İnflamasyon Arasındaki İlişki

ASLIHAN ALP ÖZTÜRK

Preterm Doğum Ve İlişkili Risk Faktörleri

GÜLŞAH BARĞI
YİĞİT EGE GÜNEY
MEHMET EGEMEN AKKAYA

Covid-19 Pandemi Döneminde Üniversite Öğrencilerinin Teorik ve Uygulamalı Dersler
Bakımından Web Tabanlı Uzaktan Eğitim Hakkındaki Tutumlarının Araştırılması

ANATOLIAN CONGRESSES
6th INTERNATIONAL SOCIAL SCIENCES CONGRESS
6th INTERNATIONAL APPLIED SCIENCES CONGRESS
MAY 21- 23, 2021
VAN – TURKEY

| | |
|-------------------------------------|--|
| DOÇ. DR, NECATİ ÜÇLER | Lomber Pedikül Vidaların Uzun Dönem Sonuçları |
| DR. ÖĞR. ÜYESİ, SÜLEYMAN KILINÇ | Torakolomber Kırıklarda Pediküler Vida İle Kısa Segment Fiksasyonun Sonuçları |
| DR. ÖĞR. ÜYESİ ÖZGÜR ÖMER YILDIZ | Kronik Obstruktif Akciğer Hastalığı Ve Akciğer Kanseri Birlikteğinde Cerrahi Deneyim |

ANATOLIAN CONGRESSES
6th INTERNATIONAL SOCIAL SCIENCES CONGRESS
6th INTERNATIONAL APPLIED SCIENCES CONGRESS
MAY 21- 23, 2021
VAN – TURKEY

22. 05. 2021

14: 00 – 16:00

Meeting ID: 820 2896 0677

Passcode: 212223

HALL: 1

SESSION: 2

MODERATOR:

DR. NADİRE KANTARCIOĞLU

DOÇ.DR. HALUK YERGIN
NİDA GÜNSAN

Türkiye’de Özel İstihdam Büroları

DR. HAVİN ÖNER GÖREN

Kamu Yönetiminin İnceleme Nesnesi: Kuramsal Bir Çözümleme

DR. HAVİN ÖNER GÖREN

Bölgesel Kalkınmada Kalkınma Ajanslarının Rolü: Çukurova Kalkınma Ajansı

ADEM BALTACI

Takım Çeşitliliğinin Küresel Sanal Takımların Performansına Etkisi

ADEM BALTACI

Değerlendirici Kişilik Özelliklerinin Performans Değerlendirmelerine Etkisi: Beş Faktör Modeli Bağlamında Bir İnceleme

DR. ŞABAN ÖZTÜRK

Uluslararası İlişkilerin Değişimi: Türkiye-Mısır İlişkileri

DR. ŞABAN ÖZTÜRK

Dış Politikada Ekonominin Etkisi: 1980 Sonrası Türkiye Örneği

DR.ÖĞR. ÜYESİ MUHAMMET
MURAT ÖZKUL

Göç, Göçmen ve Göçmeyenler: Balıkesir Örneği

ANATOLIAN CONGRESSES
6th INTERNATIONAL SOCIAL SCIENCES CONGRESS
6th INTERNATIONAL APPLIED SCIENCES CONGRESS
MAY 21- 23, 2021
VAN – TURKEY

22. 05. 2021

14: 00 – 16:00

Meeting ID: 820 2896 0677

Passcode: 212223

HALL: 2

SESSION: 2

| | |
|---|---|
| | MODERATOR: DR. LEMAN KUZU |
| DR. ÖĞR. ÜYESİ YASİN AKYILDIZ | Evsizlik Ve Sosyal Hayat: İstanbul Örneği |
| MURAT ÇOLAK SEVİM KOÇER | Z Kuşağının Siyasal Katılımı Üzerine Bir İnceleme |
| DR. MURAT TURAN MUHAMMET URAS | Gençlik Ve Spor İl Müdürlüğü Personellerinin Sporda Tüketici Etnosentrizmi Düzeylerinin Çeşitli Değişkenlere Göre İncelenmesi |
| DR.ÖĞR.ÜYESİ H.NAZAN ÇAĞLAR | Çapraz Tabloların Regresyon Yöntemi İle Görselleştirilmesi |
| DR. ÖĞR. ÜYESİ GÜLHANIM KARAOĞLU BARAN OK | Kültürel Kimlik Ve Ötekileştirme Bağlamında Dom Belgeseli Üzerine Göstergebilimsel Bir Analiz |
| PROF. DR., SERTİF DEMİR | Environmental Concern: How to Handle With |
| PROF. DR., SERTİF DEMİR | Globalization and Covid-19 Pandemic |
| | |

ANATOLIAN CONGRESSES
6th INTERNATIONAL SOCIAL SCIENCES CONGRESS
6th INTERNATIONAL APPLIED SCIENCES CONGRESS
MAY 21- 23, 2021
VAN – TURKEY

22. 05. 2021

14: 00 – 16:00

Meeting ID: 820 2896 0677

Passcode: 212223

HALL: 3

SESSION: 2

14: 00 – 16:00 (Turkey Time)

MODERATOR:

15:30 -17:30 (Iran Time)

DR. ÖĞRT. ÜYESİ ALİ RIZA DENİZ

DR. ÖĞRT. ÜYESİ ALİ RIZA DENİZ

An Investigation About The I-V (Current-Voltage) Characteristic Of Sn/Sodium Trifluoromethanesulfonate/P-Si/Al Heterojunction Depending On Temperature

ABDULLAH KOCAMER
İBRAHİM HALİL GÜZELBEY

Sabit Kanatlı Vtol İha'lar İçin Kanat Profili Seçimi Ve Aerodinamik Performans Karşılaştırması

ABDURRAHMAN KOÇAK
ZÜLEYHA DEĞİRMENCI

Yeni Mobil Oyun Geliştirme Süreçlerinde Pazarda Tutunabilecek Çekirdek Özelliklere Sahip Ürün Geliştirme (MVP) Tekniklerinin Kullanılması: Hyper-Casual Mobil Oyunlar Örneği

MURAT ESKITAŞÇIOĞLU
LANA BAHRAM KHIDHER
BEYZA ÜNALAN DEĞİRMENCI

The Evaluation of The Influence Of Different Finishing Line Depth on Fracture Strength Of Lithium Disilicate CAD/CAM Restorations

NAGIHAN CAYLAK DELIBAS
SEYYED REZA HOSSEINI
MAHSA BAHRAMGOUR, ALIGOLI
NIAEI

Investigation Of A 4-Terminal Tandem All Perovskite Solar Cells Compared With Single-Junction Perovskite Solar Cells By Simulation In SCAPS-1D

SEYYED REZA HOSSEINI
NAGIHAN CAYLAK DELIBAS
MAHSA HOSSEIN ZADEH DAMRIGH
MAHSA BAHRAMGOUR, ALIGOLI
NIAEI

Investigation Of CZTS Solar Cells And Its Constituent Layers With Additional MO Layer With Different Buffer Layers And Their Simulation And Optimization By SCAPS-1D Software

ANATOLIAN CONGRESSES
6th INTERNATIONAL SOCIAL SCIENCES CONGRESS
6th INTERNATIONAL APPLIED SCIENCES CONGRESS
MAY 21- 23, 2021
VAN – TURKEY

| | |
|--------------------------------------|--|
| ERTAN KÖSEDAG RECEP EKİCİ | Numerical Analysis Of Impact Behavior Of SiC / Al6061 Metal Matrix Composites |
| ERTAN KÖSEDAG RECEP EKİCİ | Effect Of Artificial Aging On Impact Resistance Of Glass Fiber Reinforced Polymer Matrix Composites |
| DR. ÖĞR. ÜYESİ AYKUT ÖZTEKİN | 3-Hidroksiflavon Ve 3-Metilflavon-8-Karboksilik Asitin Potansiyel Asetilkolinesteraz İnhibitörleri Olarak İncelenmesi; İn Vitro ve İn Silico Çalışma |
| ERDOĞAN KAYHAN ZÜLEYHA DEĞİRMENCI | Ortam Isısına Bağlı Olarak Isı İzolasyonu Ayarlaması Yapan Giyilebilir Teknolojik Ürün Konsepti Tasarımı |

ANATOLIAN CONGRESSES
6th INTERNATIONAL SOCIAL SCIENCES CONGRESS
6th INTERNATIONAL APPLIED SCIENCES CONGRESS
MAY 21- 23, 2021
VAN – TURKEY

23. 05. 2021

10: 00 – 12:00

Meeting ID: 820 2896 0677

Passcode: 212223

HALL: 1

SESSION: 1

| | | |
|--|---|--------------------------------------|
| | 10:00 – 12:00 (Turkey Time) 11:00 – 13:00 (Azerbaijan Time) | MODERATOR: DOÇ.DR. SEVİNÇ RUİNTAN |
| DOÇ.DR. SEVİNÇ RUİNTAN | Azerbaycan'ın II Karabağ Savaşına (27 Eylül – 10 Kasım 2020) Uluslararası Hukukun “Jus Ad Bellum” Ve “Jus in Bello” İlkeleri Bağlamında Bakış | |
| SENA KURT İHSAN EKEN | Müşteri Sadakati Ücrete Tabi Mi? | |
| DR. ÖĞR. ÜYESİ M. SERHAT ÖZTÜRK | Covid 19 Pandemi Sürecinde Gençlerde İnternet Bağımlılığı Araştırması | |
| AYGÜLEN KAYAHAN KARAKUL | Yeşil Tedarikçi Seçiminde Sezgisel Ve Küresel Bulanık Topsıs Yöntemlerinin Karşılaştırılması | |
| DOÇ. DR. PERVİN NEDİM BAL ABDULLAH KAAN GÖK | LGBTİ+ Ve Heteroseksüel Bireylerde Kaygı Duyarlılığı İle Madde Kullanımına Eğilim Arasındaki İlişkinin İncelenmesi | |
| DOÇ. DR. PERVİN NEDİM BAL BUSE BÜŞRA KOCA | Çalışan Bireylerin Öz Duyarlılık Düzeyleri İle Tükenmişlik Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi | |
| | | |

ANATOLIAN CONGRESSES
6th INTERNATIONAL SOCIAL SCIENCES CONGRESS
6th INTERNATIONAL APPLIED SCIENCES CONGRESS
MAY 21- 23, 2021
VAN – TURKEY

| | | | |
|--|--|----------------------------|--|
| 23. 05. 2021 | | 10: 00 – 12:00 | |
| Meeting ID: 820 2896 0677 | | Passcode: 212223 | |
| HALL: 2 | | SESSION: 1 | |
| | 10:00 – 12:00 (Turkey Time) 11: 00 -12: 00 (Azerbaijan Time) | MODERATOR: GÜRKAN İLTER | |
| ASSOC. PROF. DR. KAZIMI PARVIZ FIRUDIN OQLU USUBALİYEV ORXAN BEYBALA OĞLU | Post Sovet Respublikalarında “Latinlaşdırma” (Latin Əlifbasına Keçid) Müasir Gerçəklik -Tarixi Hadisələrin Nəticəsi Kimi | | |
| ÖĞR. GÖR., ERDEN KİŞİ | “Su Medeniyeti” Ve “Stratejik Konum” Bağlamında, Karakoyunlu Devleti’nin Merkezliğini Yapmış Erciş Bölgesi Üzerine Bir İnceleme | | |
| GÜRKAN İLTER | Abdülhak Hamid Tarhan’ın Hoca Tahsin Efendiye Yazdığı Mersiye Üzerine | | |
| DR. TANUSHRI PUROHIT | Social Entrepreneurship: An Inclusive Innovation Process | | |
| DR. ÖĞR. ÜYESİ SEMİH ZEKA | Ölüm Bağlamında Necip Fazıl Kısakürek’in Şiirleri Üzerine Bir İnceleme | | |
| DR. REYHAN ERDOĞDU BAŞARAN | Tanrısallığın Üç Boyutu: İlahi Üçlemenin Nusayri Alevilik Ve Kızılbaş-Alevilik’de Nasıl Algılandığı Hususunun Karşılaştırmalı Bir Analizi | | |
| SELAMİ ÇAKMAKCI | “ELİF”İN ÜÇ ÖYKÜSÜ Karacaoğlan, Ahmet Muhip Dıranas ve Bahaettin Karakoç’un “Elif” Konulu Şiirleri Üzerine Bir İnceleme | | |

ANATOLIAN CONGRESSES
6th INTERNATIONAL SOCIAL SCIENCES CONGRESS
6th INTERNATIONAL APPLIED SCIENCES CONGRESS
MAY 21- 23, 2021
VAN – TURKEY

| | | | |
|--|--|---------------------------|--|
| 23. 05. 2021 | | 10: 00 – 12:00 | |
| Meeting ID: 820 2896 0677 | | Passcode: 212223 | |
| HALL: 3 | | SESSION: 1 | |
| MODERATOR: | | PROF. DR. ERTAN YANIKOĞLU | |
| DR. ÖĞR. ÜYESİ HAKAN ERKOL | Description Of Optoacoustic Pressure Waves In Terms Of Laser Beam-Width And Pulse Duration Factors | | |
| BURCU KIYAK FATMA YEŞİL BARAN | Riordan Matrislerin Özel Sayı Dizileri Üzerindeki Uygulamaları | | |
| LALE ÇAVUŞOĞLU UZUN MUSTAFA KANDEMİR | Süreksiz Katsayılı Ve Geçiş Şartlı Bir Sturm-Liouville Probleminin Fredholm Operatörü Olma Özelliği | | |
| DR. MUHAMMET ZEKİ ÖZYURT ÜMİT YİĞİT | Betonarme Yapılarda Dış Akslarda L Tipi Perdelerin Konumunun Yapısal Davranış Üzerindeki Etkileri | | |
| DR. MUHAMMET ZEKİ ÖZYURT EREN YILMAZ | Planda Perde Yeri Değişiminin Kenar Akslarında Perdeler Bulunan Yapının Davranışına Etkisi | | |
| TÜLAY BAYRAKDAR PROF. DR. ERTAN YANIKOĞLU | Güç Kalitesi Ve Harmoniklerin Farklı Aydınlatma Teknolojilerinde Karşılaştırılması | | |
| ABDÜLLATİF KNIFATI SEVGİ YURT ÖNCEL | Uniform, Size-Biased Uniform Ve Truncated Size-Biased Uniform Dağılımları İçin Çeşitli Entropi Ölçülerinin Karşılaştırması | | |
| SERAY PEŞİN PROF. DR. ZEKİ GÜNDÜZ | Türkiye Deprem Tehlike Haritası Ve 2018 Türkiye Bina Deprem Yönetmeliği Zemin Sınıflarının Dayanma Yapılarının Davranışlarına Getirdiği Farklılıklar | | |

ANATOLIAN CONGRESSES
6th INTERNATIONAL SOCIAL SCIENCES CONGRESS
6th INTERNATIONAL APPLIED SCIENCES CONGRESS
MAY 21- 23, 2021
VAN – TURKEY

FAHRETTIN SARCAN
YUE WANG

Few-layer MoTe₂-based Photodetector

ANATOLIAN CONGRESSES
6th INTERNATIONAL SOCIAL SCIENCES CONGRESS
6th INTERNATIONAL APPLIED SCIENCES CONGRESS
MAY 21- 23, 2021
VAN – TURKEY

| | | |
|---------------------------------------|---|--|
| 23. 05. 2021 | | 14: 00 – 16:00 |
| Meeting ID: 820 2896 0677 | | Passcode: 212223 |
| HALL: 2 | | SESSION: 2 |
| | 14: 00 – 16:00 (Iraq Time) 17:00 – 19:00 (Kyrgyzstan Time) | MODERATOR: DOÇ. MÜZEYYEN SEVTAP AYTUĞ |
| BÜLENT AYBERK | Anadolu Türk Ortodokslarının Bağımsız Mücadelesinde Bir Sembol Yapı: “Zincidere Vaftizci Yahya Manastır Kilisesi” Ve Kilisenin İç Mekanının İncelenmesi | |
| ARŞ. GÖR. AYDAN ÜNLÜKAYA | Kültür Bozumu Bağlamında Marka Aktivizmi Ve Yıkıcı Reklamlar: H&M-She’s A Lady Reklam Filmi Örneği | |
| KÜBRA ŞANLI | Sosyal Medyada Yürütülen Siyasal Kampanyalarda Kullanılan İletişim Stratejileri: Ankara Büyükşehir Belediye Başkan Adayı Mansur Yavaş’ın Kampanyasının İncelenmesi | |
| DR. NAJM AL-DEEN M. YASEEN REAKANY | The Question of Citizenship Culture In the Face of Sectarian Culture In the new Reality of Iraq (study on paths and enablers) | |
| AMANBEK MURZAKMATOV VILEN TURDIEV | Kronemik: İletişim Sürecinde Zamanın Kullanılması | |
| MÜGE SAVRUM-KORTANOĞLU | Kentsel Arkeoloji Kavramının Tarihsel Gelişimi | |
| DOÇ. MÜZEYYEN SEVTAP AYTUĞ | Uşak İlinin, Yeni Medyanın Gücü İle, Dünyaya Tanıtımında “53 Ayrı Tasarımcı Ve Üretici Firma İle 280 Farklı Tasarımın Üretilmesi” Projesi | |
| ERCAN ULUSOY | Reklam Ajanslarının Dijital Dönüşüm Analizi | |

ANATOLIAN CONGRESSES
6th INTERNATIONAL SOCIAL SCIENCES CONGRESS
6th INTERNATIONAL APPLIED SCIENCES CONGRESS
MAY 21- 23, 2021
VAN – TURKEY

23. 05. 2021

14: 00 – 16:00

Meeting ID: 820 2896 0677

Passcode: 212223

HALL: 3

SESSION: 2

MODERATOR:

DR. ÖĞR. ÜYESİ SEVİM HAMZAÇEBİ

DR. ÖĞR. ÜYESİ İBRAHİM ALTUN

Van Otlı Peynirinin Biyojen Amin İçeriklerinin Bazı Geleneksel Peynirlerle Karşılaştırılması

AKIN YİĞİN

Screening of Salmonella Carrier by Vi-Antigen in Istanbul Province and Districts

DR. ÖĞR. ÜYESİ SEVİM HAMZAÇEBİ

Deniz Hıyarlarının (Holothuroidae) Önemi

BAHATTİN ÇAK
SEMİHA DEDE
VEYSEL YÜKSEK
ORHAN YILMAZ
AHMET FATİH DEMİREL

Siyah Alaca, Simental Ve İsviçre Esmeri Sığırlarında Alfa- Kazein, Beta- Kazein Ve Kappa- Kazein Genlerinin Genetik Değişkenliği

AYŞEGÜL ARSLAN

Topraktan Uygulanan Yarasa Gübresinin Mercimek Gelişimi İle Rizosfer Toprağın Bazı Biyolojik Özelliklerine Etkisi

ÖNDER AYBASTIER

Optimization Of Extraction Of Rutin From Butcher's Broom Fruit By Central Composite Design

CONTENT

| CONGRESS ID | |
|---|-----|
| SCIENTIFIC & REVIEW COMMITTEE | |
| PROGRAM | |
| CONTENT | |
| FULL TEXT OF ORAL PRESENTED PAPERS | |
| Mehmet Ali Ayçilek & Yücel Ayriçay & Nur Esra Bekereci | |
| İSLAMİ FİNANSA DİYANET PERSONELİNİN BAKIŞ AÇISI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA | 1 |
| Ulvi Sandalcı | |
| ENDÜSTRİ 4.0 NİN GETİRDİĞİ YENİ BİR VERGİLEME: ROBOT VERGİSİ | 22 |
| Ulvi Sandalcı | |
| VERGİ TAKOZU, DOĞRUDAN YABANCI YATIRIMLAR VE EKONOMİK BÜYÜME İLİŞKİSİ: OECD ÜLKELERİ ÖRNEĞİ | 39 |
| Kübra Çiftçi | |
| İDARİ UYUŞMAZLIKLARDA ALTERNATİF ÇÖZÜM YOLU OLARAK OMBUSMANLIK KURUMU VE SAĞLIK OMBUDSMANLIĞI UYGULAMALARI | 48 |
| Abdulgaffar Muhammad & Bushra Ibrahim & Maryam Abdulmalik Muhammad & Umar Hamisu | |
| ADMINISTRATORS SUPERVISORY SKILLS AND TEACHERS JOB PERFORMANCE IN SECONDARY SCHOOLS IN KADUNA NORTH LOCAL GOVERNMENT AREA, KADUNA STATE | 59 |
| Emine Esra KAZANCI | |
| EKOLOJİ DEDEKTİFLERİ İŞ BAŞINDA | 68 |
| Havin Öner GÖREN | |
| BÖLGESEL KALKINMADA KALKINMA AJANSLARININ ROLÜ: ÇUKUROVA KALKINMA AJANSI | 76 |
| Murat ÇOLAK & Sevim KOÇER | |
| Z KUŞAĞININ SİYASAL KATILIMI ÜZERİNE BİR İNCELEME | 80 |
| Murat TURAN & Muhammet URAS | |
| GENÇLİK VE SPOR İL MÜDÜRLÜĞÜ PERSONELLERİNİN SPORDA TÜKETİCİ ETNOSENTRİZMİ DÜZEYLERİNİN ÇEŞİTLİ DEĞİŞKENLERE GÖRE İNCELENMESİ | 97 |
| H.Nazan Çağlar | |
| ÇAPRAZ TABLOLARIN REGRESYON YÖNTEMİ İLE GÖRSELLEŞTİRİLMESİ | 110 |
| Sena Kurt & İhsan Eken | |
| MÜŞTERİ SADAĞATI ÜCRETE TABİ Mİ? | 115 |
| Aygülen KAYAHAN KARAKUL | |
| YEŞİL TEDARİKÇİ SEÇİMİNDE SEZGİSEL VE KÜRESEL BULANIK TOPSIS YÖNTEMLERİNİN KARŞILAŞTIRILMASI | 125 |
| Pervin NEDİM BAL & Buse Büşra KOCA | |
| ÇALIŞAN BİREYLERİN ÖZ DUYARLILIK DÜZEYLERİ İLE TÜKENMİŞLİK DÜZEYLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ | 134 |
| Pervin NEDİM BAL & Abdullah Kaan GÖK | |
| LGBTİ+ VE HETEROSEKSÜEL BİREYLERDE KAYGI DUYARLILIĞI İLE MADDE KULLANIMINA EĞİLİM ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ | 158 |

| | |
|--|-----|
| KAZIMI PARVİZ FIRUDİN OĞLU & USUBALİYEV ORXAN BEYBALA OĞLU | |
| POST SOVET RESPUBLİKALARINDA “LATINLAŞDIRMA” (LATİN ƏLİFBASINA KEÇİD) MÜASİR GERÇƏKLİK -TARİXİ HADİSƏLƏRİN NƏTİCƏSİ KİMİ | 183 |
| Erden KİŞİ | |
| “SU MEDENİYETİ” VE “STRATEJİK KONUM” BAĞLAMINDA, KARAKOYUNLU DEVLETİ’NİN MERKEZLİĞİNİ YAPMIŞ ERCİŞ BÖLGESİ ÜZERİNE BİR İNCELEME | 192 |
| Semih ZEKA | |
| ÖLÜM BAĞLAMINDA NECİP FAZİL KISAKÜREK’İN ŞİİRLERİ ÜZERİNE BİR İNCELEME | 207 |
| Bülent Ayberk | |
| ANADOLU TÜRK ORTODOKSLARININ BAĞIMSIZ KİLİSE MÜCADELESİNDE BİR SEMBOL YAPI: “ZİNCİDERE VAFTİZCİ YAHYA MANASTIR KİLİSESİ” VE KİLİSENİN İÇ MEKANININ İNCELENMESİ | 224 |
| Aydan Ünlükaya | |
| KÜLTÜR BOZUMU BAĞLAMINDA MARKA AKTİVİZMİ VE YIKICI REKLAMLAR: H&M-SHE’S A LADY REKLAM FİLMİ ÖRNEĞİ | 273 |
| Kübra ŞANLI | |
| SOSYAL MEDYADA YÜRÜTÜLEN SİYASAL KAMPANYALARDA KULLANILAN İLETİŞİM STRATEJİLERİ: ANKARA BÜYÜKŞEHİR BELEDİYE BAŞKAN ADAYI MANSUR YAĞAŞ’IN KAMPANYASININ İNCELENMESİ | 288 |
| Ercan Ulusoy | |
| REKLAM AJANSLARININ DİJİTAL DÖNÜŞÜM ANALİZİ | 297 |
| Selami ÇAKMAKCI | |
| “ELİF”İN ÜÇ ÖYKÜSÜ KARACAOĞLAN, AHMET MUHİP DIRANAS VE BAHAETTİN KARAKOÇ’UN “ELİF” KONULU ŞİİRLERİ ÜZERİNE BİR İNCELEME | 306 |

İSLAMİ FİNANSA DİYANET PERSONELİNİN BAKIŞ AÇISI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Mehmet Ali AYÇİLEK¹, Prof. Dr. Yücel AYRIÇAY², Nur Esra BEKERECİ³

¹ Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, İİBF, 0000-0002-4606-2536

² Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, İİBF, 0000-0001-5148-391X

³ Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, İİBF, 0000-0003-4625-5132

ÖZET

Dünyada 1970'li yılların ortalarından itibaren gelişmeye başlayan İslami finans son yıllarda Türkiye'de sıklıkla gündeme gelmektedir. İslam dinine uygun finansal sözleşmelere, araçlara, kurumlara, denetim ve gözetim fonksiyonlarına atıf yapan İslami finansın dini referanslarını, felsefesini ve uygulamalarını ele alan, bir başka deyişle, maddi ve manevi önemini, işlevlerini inceleyen araştırmalara daha sık rastlanmaktadır. İslami finans sisteminin gelişmesi ve İslami finans sektörünün büyümesi için yoğun bir çaba sarf edilmektedir. Bir kısım akademisyenler, İslami finansal kurum ve kuruluşlar, katılım bankaları bu yükün altına girmişlerdir. Bu bağlamda, Türkiye'de son yıllarda İslami finans ve katılım bankacılığının gelişmesine yönelik adımlar atılmıştır. Türkiye'de yapılan araştırmalar, bireylerin İslami finans algısının genellikle zayıf olduğunu göstermektedir. İslami finansın geliştirmesinde toplumun dini konularda aydınlatılmasının önemi büyüktür. Toplumun İslami finansa ilişkin konularda bilinçlendirilmesinde, konunun dini nitelikleri olması nedeniyle, doğal olarak diyanet personeline de görevler düşmektedir.

Bu çalışmanın amacı, diyanet personelinin İslami finansa ilişkin algılarını tespit etmektir. Bu amaç doğrultusunda Gaziantep İl'inde görev yapan diyanet personeline anket uygulanmış ve 291 anket verisi analize tabi tutulmuştur. Ankette yer alan önermelerin güvenilirliği test edilmiştir. Faktör analizi yapılarak anketteki 8 önerme bilgi ve inanç olmak üzere iki boyut altında toplanmıştır. İslami finans algısına ilişkin boyut ortalamalarının demografik özelliklere göre farklılaşp farklılaşmadığını tespit etmek için T ve Anova testleri yapılmıştır. Analizler sonucunda İslami finans algısına ilişkin boyut ortalamalarının cinsiyete göre farklılaşmadığı saptanmıştır. Ayrıca Anova testi sonucunda katılımcıların yaşı ve diyanetteki vazife süreleri ile boyut ortalamalarının farklılaştığı görülmüştür. Çalışmada diyanet personelinin İslami finans sisteminin temel paradigması olan faiz yasağı konusunda oldukça hassas oldukları tespit edilmiştir. Fakat, katılımcılar toplumsal yapıdan bağımsız olarak sadece İslami finansa vurgu yapan bir anlayışla İslami finansın uygulanabilirliğini mümkün görmemektedir. Bunun bir yansıması olarak, İslami finans için bireylerin kuvvetli bir inanç ve dindarlık düzeyine sahip olmaları gerektiğini belirtmektedirler.

Anahtar Kelimeler: Diyanet İşleri Personeli, İslami Finans, Faiz

A RESEARCH ON THE RELIGIOUS AFFAIRS STAFF'S PERSPECTIVE OF ISLAMIC FINANCE

ABSTRACT

Beginning to develop in the mid-1970s, Islamic finance has been recently drawing more and more attention in Turkey. The research studies addressing the religious references, philosophy, and practices of Islamic finance by referring to financial contracts, instruments, institutions, audit, and oversight functions in regards to Islam, that is, investigating the material and spiritual significance and functions of Islamic finance, are on the increase. Intense efforts are being made for the development of the Islamic financial system and the growth of the Islamic financial sector, into which some academicians, Islamic financial institutions and organizations, and participation banks are putting efforts. In this context, Turkey has also taken steps towards the development of Islamic finance and banking participation in recent years. Informing society about religious issues in developing Islamic finance is of great significance; however, studies conducted in Turkey usually indicate that the perception of individuals regarding Islamic finance is usually weak. Due to the religious nature of the issue, the personnel employed in the Administration of Religious Affairs naturally have a duty in raising the awareness of society concerning the issues related to Islamic finance.

The present study aims to determine the perceptions of those employed in the Administration of Religious Affairs regarding Islamic finance. For this purpose, a questionnaire was applied to the personnel working in the Administration of Religious Affairs located in Gaziantep, Turkey, as a result of which 291 questionnaire data were put to analysis. The reliability of the eight propositions presented in the questionnaire was tested. Following factor analysis, the propositions were categorized into two dimensions: knowledge and belief. The t-Test and Anova tests were performed in determining whether the mean dimensions of Islamic finance perception differed according to demographic characteristics or not. As a result of the analysis, it was determined that the average size of the perception of Islamic finance showed no difference for gender. On the other hand, the Anova test revealed that the age of the participants and their term of office, and their average size differed. The present study showed that the personnel working for the Administration of Religious Affairs tend to be very sensitive about the interest ban, which forms the basic paradigm of the Islamic financial system. However, the participants were determined not to believe in the feasibility of Islamic finance with an understanding that emphasized only Islamic finance regardless of the social structure. They, therefore, believed that individuals should have a strong level of faith and religiosity concerning Islamic finance issues.

Keywords: Religious Affairs Staff, Islamic Finance, Interest

1. GİRİŞ

Bireylerin finansal tercihlerine etki eden en önemli faktörlerden biri de inançları ve değer yargılarıdır. Şüphesiz ki, çağdaş İslam iktisat düşüncesinin ortaya çıkmasındaki en büyük etken Müslümanların İslam dinine uygun bir ekonomi ve ticari hayat arzusudur. İslam iktisadı, 20. yüzyılın ilk yarısında ortaya çıkan, İslam dininin ilkelerine uygun ekonomik model arayışını

ifade etmektedir. İslam iktisadının en görünür, hatta İslam iktisadı denildiğinde ilk akla gelen alt dalı İslami finanstır (Orhan, 2020:12). İslami finans, İslam dininin kurallarına uygun olarak ortaya çıkmış ve gelişmiştir. Faizsiz finans olarak da isimlendirilen bu sistem İslam iktisadının bir parçasıdır (Kervan, 2018:1). İslami finans sistemi konvansiyonel finans sistemine alternatif olarak görülmüştür. Bu algının en temel nedeni İslam dininin temel kaynağı olan Kur'an ve hadislerde açık bir şekilde yasaklanan, konvansiyonel finansal sistemin ise temelinde yer alan faizin İslami finans sisteminde bulunmamasıdır (Alım, 2018:1). İslam literatüründe "riba" olarak ifade edilen faiz, ödünç işlemlerinde taraflardan birinin lehine şart koşulan karşılıksız fazlalık olarak tanımlanmaktadır (Özsoy, 2012:110). Bir başka ifadeyle faiz; bireylerin, kurumların veya işletmelerin ihtiyaçları doğrultusunda belirli bir vadede ödenmek üzere almış oldukları borca karşılık borç veren sermaye sahibine ödedikleri fazlalıktır (Okka, 2002:164). Kur'an-ı Kerim'de faiz ile ilgili toplam 13 ayet bulunmaktadır. Bu ayetlerden ilk nazil olanlarda faiz kötülenmiş, daha sonra nazil olan ayetlerde ise kesin olarak yasaklanmıştır (Erdem, 2018:42).

İslam dininde faizin yasaklanmasının hikmetleri hakkında İslam âlimleri tarafından çeşitli görüşler ileri sürülmüştür. Borç veren kesimin sürekli kazanıp zenginleşirken borç alan kesimlerin fakirleşmesine yol açması, insanları atalete sevk edip emeksiz kazanç sağlamaya alıştırmaması, bireylerin, toplumların hatta devletlerin birbirlerine düşmanlık beslemesine neden olması ve makroekonomik olumsuzluklara yol açması faiz yasağının sebepleri arasında sayılabilir (Orhan, 2020:18; Ayub, 2017:5).

Faiz yasağı, İslam dinindeki kadar net ve kesin olmasa bile, Hammurabi Kanunları, Roma Hukuku hatta Budist meditasyonlarında yer almıştır. Aynı zamanda Tevrat ve İncil de faizi yasaklamıştır (Thomas, 2017:211). Dinlerin yanı sıra, filozoflar da faizin ahlakiliği meselesini ele almışlardır. İlkçağ filozoflarından Eflatun ve Aristo faizi mahkûm etmişlerdir. Çirkin bir kazanç yolu olarak gördükleri faiz onlara göre zenginlerle fakirleri karşı karşıya getirerek devletin selametini tehlikeye atabilir (Özsoy, 1995:110-126). İnsanlık tarihinin kadim devirlerinden beri dile getirilen, İslami finansın temel paradigması ve kamçısı olan faiz yasağı, İslami finansal enstrümanlarının tasarlanmasında, uygulamasında üzerinde en fazla durulan konudur (Yanpar, 2014:61). Ancak, İslami finansı sadece faiz yasağından ibaret görmek eksik olacaktır. İslami finans, ekonomik, ticari, finansal iş ve işlemlerde İslam hukukunun öngördüğü aşırı belirsizlik durumunun reddi, kumar yasağı, dürüstlük, şeffaflık ve risk paylaşımı gibi ilkelerden oluşan bütünsel bir yaklaşımla şekillenmektedir. Söz konusu ilkeler, İslami finansal sistemi, birçok durumda, konvansiyonel sistemden ayıran nitelikleri önermektedir. Klasik finans kitapları her ne kadar etkin bir şekilde işleyen finansal sistemin ekonomik büyümeyi ve refahı arttırdığını söyleseler de küresel krizlerin sıklığının, büyüklüğünün artması, gelir dağılımında yaşanan adaletsizlikler, borç sarmalının ülkeler üzerindeki olumsuz etkileri, küresel ekonominin görülmemiş ölçüde finansallaşması gibi birçok sorun piyasa ekonomisinin dinamikleri ve işleyişiyle ilgili tartışmaları da beraberinde getirmektedir.

İslami finans sisteminin etkin bir şekilde işlemesinin şüphesiz birçok boyutu bulunmaktadır. Bunlardan biri de İslami finans konusunda toplumun aydınlatılması, kitleler tarafından benimsenmesidir. Bu bağlamda, başta faiz olmak üzere İslami finans sisteminin ilkeleri ve İslami finansal okuryazarlık konusunda toplumun bilinçlendirilmesi kritik önem taşımaktadır.

TBMM’de 1965 yılında 633 sayılı Diyanet İşleri Başkanlığının Kuruluş ve Görevleri Hakkında Kanununun 1. maddesinde; “İslam Dininin inançları, ibadet ve ahlâk esasları ile ilgili işleri yürütmek, din konusunda toplumu aydınlatmak ve ibadet yerlerini yönetmek” görevi Diyanet İşleri Başkanlığına verilmiştir. İslam dini, ticarettten siyasete, ahlaktan ibadete kadar hayatın bütünüyle ilişkilidir. Dolayısıyla, ekonomik, ticari, finansal iş ve işlemlerin dini yönden doğru ve sağlıklı bir biçimde ele alınması görevinin Diyanet İşleri Başkanlığı’nın görevleri arasında olduğunu varsaymak yanlış bir çıkarım olmayacaktır. Bu bağlamda, toplumun İslami finans sistemi konusunda doğru bir biçimde aydınlatılmasında diyanet personeli işlevseldir. Ancak, toplumun doğru bilgilendirilmesi için diyanet personelinin ticari hayatta faiz kavramını ve İslami finansı nasıl algıladıklarının tespit edilmesi büyük önem taşımaktadır. Zira, diyanet personelinin halkın nezdinde dini konularda muteber bir konumu vardır. Ayrıca, toplumla iç içe olan diyanet personeli toplumun büyük kesimine hitap etme imkânına sahiptir. Bu çalışmada, söz konusu gerekçelerle diyanet personelinin İslami finansla ilişkin algılarının ne olduğunun belirlenmesi amaçlanmıştır.

İslami finans alanında yapılan çalışmalar genellikle bu sistemin bir kurumu olan İslami bankacılık, diğer bir ifadeyle katılım bankacılığı ile ilgili çalışmalardır. Diyanet personelinin doğrudan İslami finans algısına yönelik araştırmaların oldukça sınırlı olması nedeniyle çalışmanın literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bununla beraber bu çalışmanın, İslami finans sisteminin gelişmesi için yoğun çaba içinde olan kurum ve kuruluşların diyanet personelinin bilgilendirilmesi amacıyla yapacakları faaliyetlerin yürütülmesine de katkı sağlaması ümit edilmektedir. Bu doğrultuda, diyanet personeline yönelik bir anket hazırlanarak Gaziantep İl’inde görev yapan diyanet personeline uygulanmıştır. Ankette yer alan önermeler faktör analizi yapılarak bilgi ve inanç olmak üzere iki boyut altında toplanmıştır. Bu boyutların ankette yer alan demografik özelliklere göre farklılaşp farklılaşmadığı incelenmiştir. Ayrıca anketteki her bir önermenin tanımlayıcı istatistik analizleri yapıp yorumlanmıştır.

2. LİTERATÜR ÖZETİ

İslami finansla yönelik bilgi ve algı düzeyini ölçen çalışmalara ilişkin literatür incelendiğinde üniversite öğrencilerinin, akademisyenlerin ve bireysel müşterilerin İslami finans ve katılım bankacılığı algısına yönelik çalışmaların görece fazla olduğu görülmektedir. Ancak, buldukları konum itibarıyla İslami yönden toplumun aydınlatılmasında merkezi rolleri olan diyanet personelinin İslami finans algısını tespit etmeye yönelik çalışmalar son derece sınırlıdır. Ulaşabildiğimiz kadarıyla Türkiye’de söz konusu hedef kitleye yönelik çok az sayıda çalışma katılım bankacılığı algısı ve faiz hassasiyetine yönelik çalışmalardan ibarettir. Aşağıda, dünyada ve Türkiye’de konuyla benzer nitelikte olan çalışmalar özetlenmiştir.

Bley ve Kuehn (2004) Birleşik Arap Emirlikleri’nde işletme ve yönetim bölümü lisans ve lisansüstü öğrencilerinin konvansiyonel ve İslami bankacılıkla ilgili finansal kavramlar ve terimler hakkındaki bilgi düzeyleri, din ve dilin buna etkisini ve diğer bireysel değişkenlerin finansal hizmetler tercihi ile ilişkisini araştırmayı amaçlamıştır. Elde edilen bulgular neticesinde konvansiyonel bankacılık terimlerinin İslami bankacılık terimlerine göre daha yüksek düzeyde bilindiği sonucuna ulaşılmıştır. Bununla beraber Arapça dilinin İslami bankacılık bilgi düzeyini olumlu yönde etkilediği geleneksel bankacılık bilgi düzeyini ise

olumsuz yönde etkilediği tespit edilmiştir. Ayrıca, öğrencilerin eğitim seviyeleri yükseldikçe finansal bilgi düzeylerinin de arttığı ve İslami bankacılık tercihinde esas faktörün bilgi değil din olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.

Loo (2010) çalışmasında Malezya'daki Müslümanlar ve gayrimüslimler arasında İslami bankacılığa yönelik tutum ve algı farklılıklarını araştırmayı amaçlamıştır. Bunun üzerine her biri eşit sayıda olan Baby Boomers (1946-1964 arası doğan) ve X- kuşağına (1965-1980 arası doğan) sahip 100 Müslüman ve 100 gayrimüslim olmak üzere toplam 200 Malezyalı ile görüşme gerçekleştirmiştir. Elde edilen sonuçlar şu şekildedir: Müslümanlar İslami bankacılığı desteklemede gayrimüslimler ise İslami bankacılığın Müslümanlar ile ilgili olduğunu düşünmektedir. X kuşağı, Baby Boomers'e göre İslami bankacılık hakkında daha olumlu bir algıya sahiptir ve Müslümanların İslami bankacılığı desteklemelerinde dini inançları etkilidir.

Hanif (2011), çalışmasında İslami bankacılık ile konvansiyonel bankacılık arasındaki benzerlik ve farklılıkları inceleyerek algısal sorunları değerlendirmeyi amaçlamıştır. İslami bankaların İslam kurallarına uygun hareket ettiği ve bununla birlikte insanların gereksinim duydukları çok hizmetleri başarılı bir şekilde yerine getirdiği sonucuna ulaşmıştır. Ayrıca, İslam bankalarının geleneksel bankacılık ile tamamen aynı olduğu algısının doğru olmadığı bilakis aralarında büyük ölçüde farklılık olduğu belirlenmiştir.

Noonari vd. (2015) çalışmalarında üniversite öğrencilerinin İslami bankacılık algısı ve bilgisi arasındaki ilişkiyi araştırmayı amaçlamışlardır. Veriler Pakistan'da iki kamu ve bir özel üniversitede eğitim gören lisansüstü öğrencilerinin anket çalışmasına katılımlarıyla toplanmıştır. Demografik özellikler ve İslami bankacılık bilgi ve algısı arasındaki ilişkiyi ölçmek için regresyon analizi kullanılmıştır. Analiz sonuçları, yaş, gelir düzeyi ve çalışma alanının İslami bankacılık bilgi ve algı seviyelerini pozitif yönde etkilediğini göstermektedir. Ayrıca öğrencilerin İslami bankacılık hakkında yüksek bir algıya sahip olmalarına rağmen bilgilerinin zayıf olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Ürün ve hizmetlerin Arapça terimler ile ifade edilmesinin öğrencilerin anlayışlarını olumsuz yönde etkilediği de elde edilen bulgular arasındadır.

Mosvood ve Choudary (2015) Chennai'deki üç özel üniversitenin öğrencilerinin İslami bankacılık farkındalık düzeyleri ve kültürler arası patronaj faktörlerini incelemeyi amaçlayan bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Elde edilen sonuçlara göre, katılımcıların çoğunluğunun Müslüman olmamasına rağmen İslami bankacılığa olumlu baktıkları ve İslami bankacılığın geleceğini parlak gördükleri belirlenmiştir. Bunun sebebinin ise dindarlık olgusundan değil İslami bankaların global başarısından kaynaklandığı görülmüştür. Ayrıca t-testi ve Anova testi sonucunda Hindistan dışındaki milletlerin İslami bankacılığa yüksek düzeyde motivasyon sergiledikleri bulgusu elde edilmiştir.

Toraman vd. (2015) tarafından yapılan çalışmada Gaziantep İl'inde mevcut ve potansiyel banka müşterilerinin İslami bankacılık faaliyetlerine yönelik algısını ölçmek amaçlanmış ve 539 kişinin katıldığı bir anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Elde edilen bulgular neticesinde İslami

bankacılık sisteminin geleneksel bankacılık sistemine alternatif olarak görüldüğü ancak müşteriler tarafından yeterince bilinmediği saptanmıştır. Bu bağlamda İslami bankacılık sisteminin yeterince bilinmemesinin tercih edilmemesine neden olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Siti vd. (2016) Malezya Utara Üniversitesi'nde lisans eğitimi alan 200 öğrencinin İslami finansal okuryazarlık seviyesini ölçmeyi ve İslami finansal okuryazarlık düzeyine etki ettiği düşünülen psikolojik ve demografik faktörleri tespit etmeyi amaçlamışlardır. Yapılan analizler neticesinde dindarlığın en yüksek varyansı sergilediği ve bunu çaresizlik ve mali tatmin değişkenlerinin takip ettiği sonucuna ulaşılmıştır.

Kızıltepe ve Yardımcıoğlu (2017) Sakarya ilinde görev yapan diyanet personelinin faiz konusundaki hassasiyet ve davranışlarına yönelik bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Anket yönteminin kullanıldığı çalışmadan elde edilen bulgulara göre çalışmaya katılan diyanet personelinin üçte birinin hiç faiz hassasiyetinin olmadığı üçte birinin ise kararsız olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların sadece üçte birinin faiz hassasiyetine sahip oldukları bulgusu elde edilmiştir. Ayrıca katılımcıların İslami finans ve faiz ile ilgili birçok konuda kararsız olma oranlarının beklenenden çok fazla olduğu görülmüştür.

Türkan ve Arpacık (2017) Bingöl'de görev yapan diyanet personelinin katılım bankacılığına ilişkin algısını tespit etmek amacıyla anket çalışması gerçekleştirmişlerdir. Araştırma sonucunda katılım bankalarının yapmış oldukları işlemlerin İslami kurallara uymadığı ancak ihtiyaç halinde katılım bankalarının tercih edilebileceği bulgusu elde edilmiştir. Ayrıca katılım bankacılığının din görevlileri tarafından yeterince bilinmediği ve İslami finans algılarının zayıf olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Bekereci vd. (2018) çalışmalarında Abdul Rahim vd. (2016) tarafından geliştirilen ölçeği Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi öğrencilerine uygulayarak İslami finansal okuryazarlık düzeyi ve bu düzeye etki edebilecek psikolojik faktörlerin üniversite öğrencileri üzerindeki etkisini araştırmayı amaçlamışlardır. Çalışmanın amacı doğrultusunda yapılan analizler neticesinde psikolojik faktörlerin (çaresizlik, dindarlık ve mali tatmin) İslami finans okuryazarlık düzeyine etki ettiği sonucuna ulaşılmıştır.

Durmuş ve Yardımcıoğlu (2018) Sakarya Üniversitesi'nde eğitim gören İlahiyat Fakültesi öğrencilerinin finansal okuryazarlık ve İslami finansal okuryazarlık seviyelerini tespit etmeyi amaçlayan bir çalışma yapmışlardır. 269 öğrencinin katıldığı bu çalışmada İlahiyat Fakültesi öğrencilerinin İslami finans okuryazarlık düzeylerinin oldukça düşük olduğu tespit edilmiştir. Bu çalışmalara benzer nitelikte sayılabilecek bir çalışma da Yanık ve Sümer'in (2019) Atatürk Üniversitesi İlahiyat Fakültesi öğretim üyelerine yönelik yaptıkları çalışmadır. Bu çalışmada katılım bankacılığı sisteminin geleneksel bankacılık sistemine benzer nitelikte olup olmadığı ve aynı zamanda kâr payı üzerinden yapılan işlemlerin İslami hukuk esaslarına uygunluğunun tespit edilmesi amaçlanmıştır. Çoğunluğun kararsızım yanıtını verdiği bu çalışmada katılımcılar, katılım bankacılığının geleneksel bankacılıktan farklı olup olmadığını ve sistemin

tasarlanması, işleyişi ve gelişimi konusunda İslami esaslara uyulup uyulmadığını net olarak ifade edemediği ve bu hususlarda kararsız kaldıkları görülmüştür.

Yıldız (2020) yaptığı çalışmada bireylerin İslami finansal okuryazarlık düzeyi ile katılım bankacılığı tercihleri arasındaki ilişkiyi tespit edebilmek amacıyla 18 yaş ve üzeri bireylere anket uygulamış ve toplamda 479 adet anketi analize tabi tutmuştur. Yıldız, bireylerin İslami finansal okuryazarlık düzeyini temel finans ve ekonomi, katılım bankacılığı, İslami finans prensipleri ve İslami finans ürünleri bilgi düzeyi olmak üzere dört boyutta incelemiştir. Bu boyutlardan herhangi birinin artmasının diğer boyutları da arttırdığı ve sadece katılım bankalarını tercih edenlerin diğer bankaları da tercih edenlere göre İslami finans bilgi düzeyinin daha yüksek olduğu sonucunu elde etmiştir.

Doğan (2020) Türkiye'deki İslami finans okuryazarlık düzeyini üniversite öğrencileri üzerinden inceleyerek, finansal okuryazarlık düzeyi ile ilişkisini ve İslami finansın yaygınlaşmasına katkısını analiz etmeyi amaçlayan bir çalışma yapmıştır. Çalışmanın amacı doğrultusunda İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi'nde okuyan öğrencilere anket uygulamış ve elde edilen verileri analize tabi tutmuştur. Elde edilen bulgular neticesinde katılımcıların İslami finans okuryazarlık düzeyinin oldukça düşük olduğu; hatta pek çoğunun İslami finans farkındalığına sahip olmadığı görülmüştür. Ayrıca finansal okuryazarlık düzeyindeki artış ile birlikte İslami finansal okuryazarlık düzeyinin anlamlı olarak arttığı tespit edilmiştir. İslami finans okuryazarlık düzeyinin artmasında İslam Ekonomisi ve Finans bölümünde eğitim görmesinin önemli ölçüde etkisinin olduğu ancak İslami İlimler bölümünde okumanın anlamlı bir etkisinin olmadığı saptanmıştır. Son olarak İslami finans okuryazarlık düzeyinin artışının İslami finans sisteminin yayılmasına katkı sağladığı sonucuna ulaşılmıştır.

3.ARAŞTIRMANIN AMACI VE YÖNTEMİ

Bu çalışmada, Diyanet İşleri Başkanlığı'na bağlı diyanet personelinin İslami finansa ilişkin literatürde tartışılan konulara yönelik algısını belirlemek amaçlanmıştır. Bu kapsamda, söz konusu algı düzeyini ölçmeyi amaçlayan araştırmanın ana kütesini Gaziantep il ve ilçe müftülüklerinde görev yapan diyanet personeli oluşturmaktadır. Anket metodunun kullanıldığı çalışmada yer alan önermeler, Kızıltepe ve Yardımcıoğlu (2017) Yanık ve Sümer (2019), Türkan ve Arpacık (2017) tarafından yapılan çalışmalardan, bireysel müşterilerin katılım bankacılığı algıları üzerine yapılmış farklı araştırmalardan ve literatürde tartışılan konulardan oluşturulmuş, anket soruları hedef kitleye uygun bir şekilde tasnif edilip düzenlenmiştir. Bu bağlamda, anket sorularının hedef kitleye uygun olup olmadığı ve soruların anlaşılıp anlaşılmadığı hakkında Gaziantep il müftülüğünde görev yapan bir müftü yardımcısı ve birde vaiz olmak üzere iki kişi ile sorular tek tek değerlendirilmiş, gerekli görülen değişiklikler yapılmıştır. Son şeklini alan anket soruları dijital ortamda hazırlanıp diyanet personeline ulaştırılmıştır. Toplamda 314 adet katılımcı, ankette yer alan soruları cevaplandırmış ve bu anketlerden 23 tanesi çeşitli nedenlerden dolayı çalışmaya dahil edilmemiş, çalışma geriye kalan 291 anket ile sürdürülmüştür.

Diyanet personelinin İslami finansa ilişkin algılarını tespit etmeye yönelik hazırlanan anket iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde diyanet personelinin kişisel ve demografik özelliklerini ölçmeye yönelik 5 soru yer alırken, ikinci bölümde diyanet personelinin İslami finansa ilişkin algılarını belirlemeye yönelik 8 soru bulunmaktadır. Anket formunda yer alan sorularda 5'li Likert ölçeği kullanılmıştır. Ölçek puanlamasında Kesinlikle Katılmıyorum:1, Katılmıyorum:2, Karasızım:3, Katılıyorum:4, Kesinlikle Katılıyorum:5 puan olarak değerlendirilmektedir. Çalışmada değerlendirmeye tabi tutulan 291 adet anketten elde edilen veriler SPSS paket programı kullanılarak analize tabi tutulmuş, bu doğrultuda öncelikle soruların güvenilirliği test edilmiştir. Daha sonra ankette yer alan sorular arasındaki ilişkilerden faydalanıp anlamlı boyutlar oluşturmak amacıyla faktör analizi yapılmıştır. Katılımcıların demografik özellikleri ve İslami finans algısına ilişkin sorulara verdikleri yanıtlar için frekans analizleri gerçekleştirilmiş ve demografik özellikleri ile İslami finans algısı arasındaki ilişkilere yönelik oluşturulan hipotezler ise t – testi ve ANOVA analizi yapılarak incelenmiştir.

3.1.Araştırmanın Hipotezleri

Araştırmaya katılan diyanet personelinin İslami finans algı düzeyi; cinsiyet, eğitim durumu, yaş, diyanetteki vazifesi ve vazife süresi açısından değerlendirilmek istenmiş ve aşağıdaki hipotezler oluşturulmuştur:

- H1: “İslami Finans Algısına İlişkin Boyut Ortalamaları Katılımcıların Cinsiyetine Göre Farklılaşmaktadır.”
- H2: “İslami Finans Algısına İlişkin Boyut Ortalamaları Katılımcıların Eğitim Durumlarına Göre Farklılaşmaktadır.”
- H3: “İslami Finans Algısına İlişkin Boyut Ortalamaları Katılımcıların Yaşlarına Göre Farklılaşmaktadır.”
- H4: “İslami Finans Algısına İlişkin Boyut Ortalamaları Katılımcıların Diyanetteki Vazifelerine Göre Farklılaşmaktadır.”
- H5: “İslami Finans Algısına İlişkin Boyut Ortalamaları Katılımcıların Diyanetteki Vazife Sürelerine Göre Farklılaşmaktadır.” şeklindedir.

4. ARAŞTIRMANIN BULGULARI VE YORUMU

4.1. Güvenilirlik Analizi

Ankette yer alan önermelerin birbiri arasındaki tutarlılığı ifade eden güvenilirlik her ölçüm için gereklidir (Kalaycı, 2008:403). Bu çalışmada, anketi oluşturan önermelerin homojen bir yapı gösterip göstermediğini diğer bir ifadeyle birbiri arasındaki tutarlılığı test etmek için Cronbach's Alpha modeli kullanılacaktır.

Ölçekteki soruların toplandaki güvenilirlik seviyesini gösteren Cronbach's Alpha değerinin 0,70 olduğu durumlarda ölçek güvenilir kabul edilir. Ancak güvenilirlik alt sınırı, soru sayısı az olduğu durumlarda 0,60 olarak kabul edilir (Sipahi vd., 2010:89). Alpha katsayısına bağlı olarak ölçek ifadeleri şu şekilde aralıklandırılır (Kalaycı, 2008:405):

- $\leq \alpha < 0.40$ ise ölçek güvenilir değildir,
- $0.40 \leq \alpha < 0.60$ ise ölçeğin güvenilirliği düşük,
- $0.60 \leq \alpha < 0.80$ ise ölçek oldukça güvenilir ve
- $0.80 \leq \alpha < 1.00$ ise ölçek yüksek derecede güvenilir bir ölçektir.

Araştırmanın gerçekleştirilmesi amacıyla kullanılan anket formundaki önermelerin güvenilirliğinin ölçülmesinde Cronbach's Alpha testi uygulanmış ve elde edilen sonuçlar çizelge 1'de gösterilmiştir.

Çizelge 1. İslami Finans Algı Ölçeğinin Güvenilirlik Analizi Sonuçları

| | ÖNERMELER | Cronbac'h Alpha | | |
|--------------|---|-----------------|------|------|
| İNANÇ BOYUTU | 1.Finansal ya da ticari işlemlerimde faize bulaşıp bulaşmadığım konusu benim için önemlidir. | ,709 | ,747 | ,679 |
| | 2.İslami finans için İslami toplumsal düzenin şart olduğunu düşünüyorum. | ,670 | | |
| | 3.İslami finans için bireylerin kuvvetli bir inanç ve dindarlık düzeyi gereklidir. | ,653 | | |
| | 4.Faizin hükmettiği bir ekonomik düzen içinde İslami finansı uygulanabilir bulmuyorum. | ,776 | | |
| | 5.Az da olsa faiz almanın ya da vermenin İslam dinine göre kesinlikle yasak olduğunu düşünüyorum. | ,693 | | |
| BİLGİ BOYUTU | 6.İslam'da faiz yasağının sadece finansal iş ve işlemler için geçerli olduğunu düşünüyorum. | ,614 | ,744 | |
| | 7.İslam'da yasak olanın piyasa faizi değil, tefeci faizi (yüksek oranlı faiz) olduğunu düşünüyorum. | ,584 | | |
| | 8.Bankaların kredi faiz oranı enflasyon oranından daha düşükse kredi almanın İslam'a aykırı olmadığını düşünüyorum. | ,766 | | |

Çizelge 1'de diyanet personelinin İslami finans algısına ilişkin bilgi ve inanç boyutu önermelerinin güvenilirlik analizi sonuçları görülmektedir. Buna göre inanç boyutunun Alpha katsayısı 0,747; bilgi boyutunun Alpha değeri 0,744; ölçeğe ait 8 önermenin ise genel güvenilirlik katsayısı ise 0,679 olarak saptanmıştır. Güvenilirlik analizlerinden elde edilen bulgular, Cronbach's Alpha değerleri kapsamında değerlendirildiğinde belirlenen boyutların "oldukça güvenilir" sayılabilecek değerleri ortaya koyduğu görülmektedir. Ayrıca, elde edilen sonuçlar doğrultusunda diyanet personelinin anketleri güvenilir şekilde doldurdıkları ifade edilebilir.

4.2. Faktör Analizi

Faktör analizi, değişkenler arasındaki ilişkilerden faydalanıp birbiriyle ilişkili olanları gruplandırarak değişken sayısını daha az ve daha anlamlı bir hale getirmeye yarayan çok değişkenli bir analiz tekniğidir (Kalaycı, 2008:321). Faktör analizi, ölçekte yer alan soruların katılımcılar tarafından kaç değişik boyutta algılandığını tespit edip değişken sayısını azaltmak için kullanılır (Sipahi vd., 2010:73). Bu bağlamda araştırma modelinde, diyanet personelinin İslami finansa ilişkin algılarını tespit eden değişkenler arasında ilişki olup olmadığının anlaşılması ve ölçeklerin faktör analizine uygunluğunun belirlenmesi için Kaiser-Mayer-Olkin (KMO) ve Bartlett testleri yapılmıştır. Zira, elde edilen verilerin faktör analizine uygunluğu Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ve Bartlett testiyle açıklanabilmektedir (Çokluk vd., 2012;

Büyüköztürk, 2010; Karagöz ve Kösterelioğlu, 2008:89). Bartlett testi, değişkenler arasındaki ilişkinin varlığının belirlenmesi amacıyla kullanılır. Örneklemin analiz için yeterlilik durumunu açıklamaktadır. P değeri $<0,05$ ise ölçeği oluşturan değişkenler faktör analizi için uygundur (İslamoğlu, 2009:229-234). KMO ise, veri setinde yer alan değişkenler arasındaki ilişkinin faktör analizine uygun olup olmadığını test eder. 0 ile 1 arasında değişen KMO oranının kabul edilebilir en alt sınırı olan 0,50'nin üzerinde olması gerekir (Field, 2000; Sipahi vd., 2010:80).

Çizelge 2. KMO ve Bartlett Testi Sonuçları

| KMO Bartlett's test | DEĞER |
|--|---------|
| Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Örnekleme Yeterliliği testi | 0,743 |
| Bartlett küresellik testi (Bartlett's test of Sphericity) Yaklaşık ki-kare | 691,026 |
| Serbestlik Derecesi (sd) | 28 |
| Anlamlık Düzeyi (Sig) | 0,000 |

Çizelge 2'de görüldüğü üzere KMO ve Bartlett testi sonuçları verilmiştir. Bu bağlamda yapılan Bartlett testi sonucunda ($P=0,000<0,05$) değişkenler arasında ilişki olduğu kabul edilmiştir. Ayrıca yapılan analiz sonucunda KMO değeri 0,743 olarak hesaplanmıştır. Bu değer 0,70 ile 0,80 arasında olduğundan iyi bir uyumu ifade eder (Sipahi vd., 2010:80). Hesaplama sonucunda çıkan bu KMO değeri neticesinde değişkenlerin faktör analizi için yeterli olduğu anlaşılmaktadır.

Çizelge 3. İslami Finans Algı Ölçeğinin Faktör Analizi Sonuçları

| ÖNERMELER | BİLEŞENLER | |
|---|--------------|--------------|
| | İnanç Boyutu | Bilgi Boyutu |
| İnanç Boyutu | | |
| ❖ Finansal ya da ticari işlemlerimde faize bulaşıp bulaşmadığım konusu benim için önemlidir. | 0,637 | |
| ❖ İslami finans için İslami toplumsal düzenin şart olduğunu düşünüyorum. | 0,756 | |
| ❖ İslami finans için bireylerin kuvvetli bir inanç ve dindarlık düzeyi gereklidir. | 0,723 | |
| ❖ Faizin hükmettiği bir ekonomik düzen içinde İslami finansı uygulanabilir bulmuyorum. | 0,504 | |
| ❖ Az da olsa faiz almanın ya da vermenin İslam dinine göre kesinlikle yasak olduğunu düşünüyorum. | 0,702 | |
| Bilgi Boyutu | | |
| ❖ İslam'da faiz yasağının sadece finansal iş ve işlemler için geçerli olduğunu düşünüyorum. | | 0,750 |
| ❖ İslam'da yasak olanın piyasa faizi değil, tefeci faizi (yüksek oranlı faiz) olduğunu düşünüyorum. | | 0,778 |
| ❖ Bankaların kredi faiz oranı enflasyon oranından daha düşükse kredi almanın İslam'a aykırı olmadığını düşünüyorum. | | 0,687 |
| Öz Değer | 2,642 | 33,024 |
| Varyans Yüzdesi | 2,226 | 60,855 |

Çizelge 3'te görüldüğü üzere diyanet personelinin İslami finansa ilişkin algı önermelerinin varyans yüzdesinin %60,855'ini açıkladığı gözlemlenmektedir. Yapılan faktör analizi sonucunda 8 önermenin iki boyut altında toplandığı tespit edilmiştir. Bu önermelerden 5 tanesi inanç boyutuna, 3 tanesi ise bilgi boyutuna ait olmak üzere gruptandırılmıştır. Her sorunun faktör yükü çizelge 3'te belirtilmiştir.

Ankette yer alan “İslam alimleri arasında, günümüzde İslami finansın uygulanabilir olacağı hakkında görüş birliği olduğunu düşünüyorum” (9. Soru) ve “İslami finanstaki yeni ürün ve hizmetlerin İslam'a uygunluğunun yeterince denetlendiğini düşünüyorum” (10. Soru) soruları katılımcılar tarafından farklı algılanmış ve anlamlı boyutlar sağlanamadığı için analizden çıkarılmıştır.

4.3. Frekans Analizleri

4.3.1. Demografik Verilere İlişkin Tanımlayıcı Analizler

Çalışmanın bu bölümünde araştırmaya katılan diyanet personelinin cinsiyet, yaş, eğitim durumu, diyanetteki vazifesi ve diyanetteki vazife süresi durumları tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu sonuçlara, elde edilen verilerin SPSS 25 programında frekans analiz yönteminin kullanılmasıyla ulaşılmıştır. Elde edilen sonuçlar çizelgeler halinde sunulmuştur.

Çizelge 4. Araştırmaya Katılanların Cinsiyete Göre Dağılımı

| Cinsiyet | Frekans | Yüzde | Kümülatif Yüzde |
|----------|---------|-------|-----------------|
| Kadın | 39 | 13,4 | 13,4 |
| Erkek | 252 | 86,6 | 100,0 |
| Toplam | 291 | 100,0 | |

Çizelge 4'te görüldüğü üzere katılımcıların %13,4'ü (39 kişi) kadınlardan, %86,6'sı ise (252 kişi) erkeklerden oluşmaktadır. Buna göre katılımcıların büyük çoğunluğunun erkeklerden oluştuğu görülmektedir.

Çizelge 5. Araştırmaya Katılanların Yaşa Göre Dağılımı

| Yaş | Frekans | Yüzde | Kümülatif Yüzde |
|-------------|---------|-------|-----------------|
| 20 ve Altı | - | - | - |
| 21-30 | 80 | 27,5 | 27,5 |
| 31-40 | 120 | 41,2 | 68,7 |
| 41-50 | 71 | 24,4 | 93,1 |
| 51-60 | 20 | 6,9 | 100,0 |
| 61 ve Üzeri | - | - | - |
| Toplam | 291 | 100,0 | |

Çizelge 5'te görüldüğü üzere katılımcıların, %27,5'i (80 kişi) 21-30 yaş aralığında, %41,2'si (120 kişi) 31-40 yaş aralığında, %24,4'ü (71 kişi) 41-50 yaş aralığında, %6,9'u (20 kişi) ise 51-60 yaş aralığındadır. 20 yaş ve altı ile 61 yaş ve üzeri yaş gruplarından hiçbir katılım olmamıştır. En fazla katılım 31-40 yaş aralığında olmuş iken en az katılım ise 51-60 yaş aralığında olmuştur.

Çizelge 7. Araştırmaya Katılanların Eğitim Durumuna Göre Dağılımı

| Eğitim Durumu | Frekans | Yüzde | Kümülatif Yüzde |
|---------------|---------|-------|-----------------|
| Lise | 24 | 8,2 | 8,2 |
| Ön Lisans | 137 | 47,1 | 55,3 |
| Lisans | 108 | 37,1 | 92,4 |
| Lisans Üstü | 22 | 7,6 | 100,0 |
| Diğer | - | - | |
| Toplam | 291 | 100,0 | |

Çizelge 6'da görüldüğü üzere katılımcıların %8,2'si (24 kişi) lise, %47,1'i (137 kişi) ön lisans, %37,1'i (108 kişi) lisans, %7,6'sı (22 kişi) ise lisan üstü seviyesinde eğitim görmüşlerdir. Diğer kategorisinden hiçbir katılım olmamış, en yüksek katılım ise ön lisans mezunlarından olmuştur. Bu çizelgeden hareket ederek araştırmaya katılan diyanet personelinin eğitim düzeyinin oldukça yüksek olduğunu söyleyebiliriz.

Çizelge 7. Araştırmaya Katılanların Diyanetteki Vazifelerine Göre Dağılımı

| Diyanetteki Vazife | Frekans | Yüzde | Kümülatif Yüzde |
|-------------------------|---------|-------|-----------------|
| Müftü | - | - | - |
| Müftü Yardımcısı | 2 | 0,7 | 0,7 |
| İmam- Hatip | 157 | 54,0 | 54,6 |
| Murakıp | 6 | 2,1 | 56,7 |
| Vaiz | 15 | 5,2 | 61,9 |
| Kur'an Kursu Öğreticisi | 49 | 16,8 | 78,7 |
| Müezzin- Kayyım | 46 | 15,8 | 94,5 |
| Diğer | 16 | 5,5 | 100,0 |
| Toplam | 291 | 100,0 | |

Çizelge 7'de görüldüğü üzere katılımcıların %0,7'sini (2 kişi) müftü yardımcısı, %54'ünü (157 kişi) imam-hatip, %2,1'ini (6 kişi) murakıp, %5,2'sini (15 kişi) vaiz, %16,8'ini (49 kişi) Kur'an kursu öğreticisi, %15,8'ini (46 kişi) müezzin-kayyım, %5,5'ini (16 kişi) ise diğerleri oluşturmaktadır.

Diyanette müftü olarak görev yapan personelden hiç kimse katılmamış ve en yüksek katılım imam-hatip olarak görev yapanlardan olmuştur.

Çizelge 8. Araştırmaya Katılanların Diyanetteki Vazife Sürelerine Göre Dağılımı

| Diyanetteki Vazife Süresi | Frekans | Yüzde | Kümülatif Yüzde |
|---------------------------|---------|-------|-----------------|
| 0-1 Yıl | 6 | 2,1 | 2,1 |
| 2-5 Yıl | 45 | 15,5 | 17,5 |
| 6-10 Yıl | 110 | 37,8 | 55,3 |
| 11-15 Yıl | 59 | 20,3 | 75,6 |
| 16-20 Yıl | 34 | 11,7 | 87,3 |
| 21 Yıl ve Üzeri | 37 | 12,7 | 100,0 |
| Toplam | 291 | 100,0 | |

Çizelge 8’de görüldüğü üzere katılımcıların %2,1’i (6 kişi) 0-1 yıl arasında, %15,5’i (45 kişi) 2-5 yıl arasında, %37,8’i (110 kişi) 6-10 yıl arasında, %20,3’ü (59 kişi) 11-15 yıl arasında, %11,7’si (34 kişi) 16-20 yıl arasında, %12,7’si (37 kişi) ise 21 yıl ve üzeri diyanette görev yapmıştır. En fazla katılımcının 6-10 yıl arası diyanette görev yapanlardan olduğu saptanmıştır.

4.3.2. İslami Finans Algı Boyutlarına İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

Bu bölümde araştırmaya katılan diyanet personelinin ankette yer alan İslami finans algısına ilişkin sorulara verdikleri cevapların tanımlayıcı istatistikleri yapılmış ve her bir soruya verilen cevapların ortalaması ve standart sapması hesaplanıp çizelge 9’da gösterilmiştir. Elde edilen bulgular yorumlanmıştır.

Çizelge 9. Diyanet Personelinin İslami Finans Algısına İlişkin Sorularına Verdikleri Cevapların Frekans ve Yüzde Dağılımları

| Önermeler | Kesinlikle Katılmıyorum (1) | | Katılmıyorum (2) | | Kararsızım (3) | | Katılıyorum (4) | | Kesinlikle Katılıyorum (5) | | Ortalama | Standart Sapma |
|--|-----------------------------|------|------------------|------|----------------|------|-----------------|------|----------------------------|------|----------|----------------|
| | N | % | N | % | N | % | N | % | N | % | | |
| 1 Finansal ya da ticari işlemlerimde faize bulaşıp bulaşmadığım konusu benim için önemlidir. | 8 | 2,7 | 6 | 2,1 | 6 | 2,1 | 53 | 18,2 | 218 | 74,9 | 4,60 | ,85 |
| 2 İslami finans için İslami toplumsal düzenin şart olduğunu düşünüyorum. | 28 | 9,6 | 44 | 15,1 | 25 | 8,6 | 57 | 19,6 | 137 | 47,1 | 3,79 | 1,41 |
| 3 İslami finans için bireylerin kuvvetli bir inanç ve dindarlık düzeyi gereklidir. | 9 | 3,1 | 39 | 13,4 | 21 | 7,2 | 96 | 33,0 | 126 | 43,3 | 4,00 | 1,15 |
| 4 Faizin hükmettiği bir ekonomik düzen içinde İslami finansı uygulanabilir bulmuyorum. | 79 | 27,1 | 77 | 26,5 | 39 | 13,4 | 50 | 17,2 | 46 | 15,8 | 2,68 | 1,43 |
| 5 Az da olsa faiz almanın ya da vermenin İslam | | | | | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|-----|------|----|------|----|------|----|------|-----|------|------|------|
| | dinine göre kesinlikle yasak olduğunu düşünüyorum. | 20 | 6,9 | 12 | 4,1 | 4 | 1,4 | 48 | 16,5 | 207 | 71,1 | 4,40 | 1,16 |
| 6 | İslam'da faiz yasağının sadece finansal iş ve işlemler için geçerli olduğunu düşünüyorum. | 165 | 56,7 | 70 | 24,1 | 28 | 9,6 | 20 | 6,9 | 8 | 2,7 | 1,74 | 1,06 |
| 7 | İslam'da yasak olanın piyasa faizi değil, tefeci faizi (yüksek oranlı faiz) olduğunu düşünüyorum. | 191 | 65,6 | 50 | 17,2 | 18 | 6,2 | 20 | 6,9 | 12 | 4,1 | 1,66 | 1,12 |
| 8 | Bankaların kredi faiz oranı enflasyon oranından daha düşükse kredi almanın İslam'a aykırı olmadığını düşünüyorum. | 167 | 57,4 | 59 | 20,3 | 41 | 14,1 | 12 | 4,1 | 12 | 4,1 | 1,77 | 1,09 |

Çizelge 9'da görüldüğü üzere anket formunda 5'li Likert ölçeği kullanılmıştır. (1=Kesinlikle Katılmıyorum, 2= Katılmıyorum, 3=Kararsızım, 4=Katılıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum) Katılımcıların vermiş oldukları cevapların frekans analizi ve ortalamalar sonucu çizelge 9'da gösterilmiştir. Elde edilen bulgular şu şekildedir:

- “Finansal ya da ticari işlemlerimde faize bulaşıp bulaşmadığım konusu benim için önemlidir” ifadesine katılımcıların %74,9'u (218 kişi) “kesinlikle katılıyorum”, %18,2'si (53 kişi) ise “katılıyorum” şeklinde yanıt vermiş dolayısıyla bu ifadeye oldukça yüksek oranda katılım gösterdikleri görülmüştür (=4,60). Bu durumda diyanet personelinin mesleki ve eğitim altyapılarına uygun biçimde finansal ve ticari işlemlerinde büyük ölçüde faiz hassasiyetine sahip olduğu söylenebilir.
- “İslami finans için İslami toplumsal düzenin şart olduğunu düşünüyorum” ifadesine katılımcıların %47,1'i (137 kişi) “kesinlikle katılıyorum”, %19,6'sı (57 kişi) ise “katılıyorum” şeklinde yanıt vererek, yine bu önermeye büyük oranda katılım sağladıkları görülmüştür (=3,79). Bu bağlamda diyanet personeli İslami finansın uygulanabilirliği için İslami toplumsal düzeni şart olarak görmektedirler.
- “İslami finans için bireylerin kuvvetli bir inanç ve dindarlık düzeyi gereklidir” ifadesini katılımcılar %43,3 oranında (126 kişi) “kesinlikle katılıyorum”, %33 oranında (96 kişi) “katılıyorum” şeklinde yanıtlamışlardır (=4,00). Buradan hareketle, diyanet personelinin İslami finansın uygulanabilmesi için bireylerin kuvvetli bir inanç ve dindarlık düzeyine sahip olmaları gerektiği düşüncesinde oldukları söylenebilir.

- “Faizin hükmettiği bir ekonomik düzen içinde İslami finansı uygulanabilir bulmuyorum” ifadesine katılımcıların %27,1’i (79 kişi) “kesinlikle katılmıyorum”, %26,5’i (77 kişi) ise “katılmıyorum” şeklinde yanıt vererek bu önermeye katılmadıkları görülmüştür (=2,68). Bu durumda araştırmaya katılan diyanet personelinin yarısından fazlasının faizin hükmettiği bir ekonomik düzen içinde de İslami finansın uygulanabilirliği yönünde bir kanaate sahip oldukları çıkarımı yapılabilir.
- “Az da olsa faiz almanın ya da vermenin İslam dinine göre kesinlikle yasak olduğunu düşünüyorum” ifadesine katılımcıların %71,1’i (207 kişi) “kesinlikle katılıyorum”, %16,5’i (48 kişi) ise “katılıyorum” şeklinde yanıt vererek bu önermeye oldukça büyük oranda katıldıkları görülmüştür (=4,40). Bu sonuçlardan hareketle diyanet personeli, az da olsa faiz almanın ya da vermenin dolayısıyla faizle ilgili işlemlere ucundan dahi bulaşmanın İslam dinine göre kesinlikle yasak olduğu kanaatindedirler.
- “İslam’da faiz yasağının sadece finansal iş ve işlemler için geçerli olduğunu düşünüyorum” ifadesine katılımcıların %56,7’si (165 kişi) “kesinlikle katılmıyorum”, %24,1’i (70 kişi) ise “katılmıyorum” şeklinde yanıt vererek bu önermeye büyük oranda katılmadıkları görülmüştür (=1,74). Bu durumda diyanet personelinin İslam’da faiz yasağının sadece finansal iş ve işlemler için geçerli olmayıp içerisinde faizin olduğu her türlü işlemlerin yasak olduğu düşüncesine sahip oldukları çıkarımı yapılabilir.
- “İslam’da yasak olanın piyasa faizi değil, tefeci faizi (yüksek oranlı faiz) olduğunu düşünüyorum” ifadesine katılımcıların %65,6’sı (191 kişi) “kesinlikle katılmıyorum”, %17,2’si (50 kişi) ise “katılmıyorum” şeklinde yanıt vererek büyük oranda katılmadıkları görülmüştür (=1,66). Bu durumda diyanet personelinin İslam dininde faizin her türünün yasaklandığı görüşünü benimsedikleri söylenebilir.
- “Bankaların kredi faiz oranı enflasyon oranından daha düşükse kredi almanın İslam’a aykırı olmadığını düşünüyorum” ifadesine katılımcıların %57,4’ü (167 kişi) “kesinlikle katılmıyorum”, %20,3’ü (59 kişi) ise “katılmıyorum” şeklinde yanıt vererek, bu ifadeye büyük oranda katılmadıkları görülmüştür (=1,77). Diyanet personeli, kredi faiz oranının enflasyon oranından düşük olmasının faizi meşrulaştırmayacağı görüşündedirler.

4.4. Araştırmanın Ortalamalar Arası Fark Testi (T Testi Analizi)

Gerçekleştirilen güvenilirlik, faktör ve frekans sınamalarından sonra çalışmanın temel amacını oluşturan hipotezler, =0,05 anlamlılık düzeyine göre test edilecektir. Cinsiyet ile İslami finans algı boyutları arasında anlamlı bir fark olup olmadığını test etmek için “Bağımsız Örneklem T-Testi” analizi kullanılmıştır. Bu bağlamda araştırmanın analizi için oluşturulan H1: “İslami Finans Algısına İlişkin Boyut Ortalamaları Katılımcıların Cinsiyetine Göre Farklılaşmaktadır” hipotezine ilişkin elde edilen bulgular çizelge 10’da verilmiştir.

Çizelge 10. Cinsiyet ile İslami Finans Algı Boyutları İlişkisi

| Değişkenler | Gruplar | N | X | T-Testi | P |
|--------------|---------|-----|--------|---------|------|
| Bilgi Boyutu | Kadın | 39 | 1,8974 | 1,267 | ,206 |
| | Erkek | 252 | 1,7037 | | |
| İnanç Boyutu | Kadın | 39 | 3,7077 | -1,484 | ,139 |
| | Erkek | 252 | 3,9270 | | |

Çizelge 10’da yer alan sonuçlara göre cinsiyet değişkeni açısından, katılımcıların hem bilgi hem de inanç boyutunu oluşturan önermelere verdikleri cevaplar arasında anlamlı bir farklılık bulunmadığı saptanmıştır ($p>0,05$). Yani, diyanette görev yapan kadın ve erkekler ankette yer alan, bilgi ve inanç boyutlarını oluşturan sorulara benzer nitelikte yanıtlar vermişlerdir. Bu bağlamda “İslami finans algısına ilişkin boyut ortalamaları, cinsiyete göre farklılaşmaktadır” hipotezi her iki boyut değişkeni açısından da reddedilmektedir.

4.5. Araştırmanın Ortalamalar Arası Fark Testi (Anova Testi)

Çalışmanın bu bölümünde araştırmaya katılan diyanet personelin eğitim durumu, yaş, diyanetteki vazife ve diyanetteki vazife süresi ile İslami finans algısına ilişkin boyut ortalamaları arasındaki ilişkiler incelenmektedir. Bu bağlamda geliştirilen hipotezler şunlardır:

- H2: “İslami Finans Algısına İlişkin Boyut Ortalamaları Katılımcıların Eğitim Durumlarına Göre Farklılaşmaktadır.”
- H3: “İslami Finans Algısına İlişkin Boyut Ortalamaları Katılımcıların Yaşlarına Göre Farklılaşmaktadır.”
- H4: “İslami Finans Algısına İlişkin Boyut Ortalamaları Katılımcıların Diyanetteki Vazifelerine Göre Farklılaşmaktadır.”
- H5: “İslami Finans Algısına İlişkin Boyut Ortalamaları Katılımcıların Diyanetteki Vazife Sürelerine Göre Farklılaşmaktadır.”

Bu ilişkiler, SPSS 25 programı ile ve One-Way ANOVA testi yardımıyla analiz edilmiş ve elde edilen bulgular çizelge 11’de belirtilmiş ve sırayla özetlenmiştir.

Çizelge 11. Eğitim Durumu, Yaş, Diyanetteki Vazife ve Diyanetteki Vazife Süresi İle İslami Finans Algı Boyutları İlişkisi

| DEĞİŞKENLER | | BOYUTLAR | |
|---------------------------|----------|--------------|--------------|
| | | Bilgi Boyutu | İnanç Boyutu |
| Eğitim Durumu | F | 1,334 | 3,680 |
| | P | 0,263 | 0,013 |
| Yaş | F | 3,133 | 5,578 |
| | P | 0,026 | 0,001 |
| Diyanetteki Vazife | F | 2,955 | 2,045 |
| | P | 0,008 | 0,060 |
| Diyanetteki Vazife Süresi | F | 2,012 | 8,229 |
| | P | 0,077 | 0,000 |

- Çizelge 11'deki One-Way ANOVA testi sonuçlarına göre araştırmaya katılan diyanet personelinin eğitim durumları ile İslami finans algısına ilişkin bilgi boyutu arasında anlamlı bir farklılığın bulunmadığı saptanmıştır ($p>0,05$). Bu durumda H2 hipotezi bilgi boyutu açısından reddedilmektedir.
- Çizelgeden elde edilen sonuçlar neticesinde, araştırmaya katılan diyanet personelinin eğitim durumları ile İslami finans algısına ilişkin inanç boyutu arasında anlamlı bir farklılığın olduğu görülmektedir ($p<0,05$). Analiz sonuçları incelendiğinde eğitim durumu lise düzeyinde olan diyanet personelinin inanç boyutunu oluşturan sorulara ön lisans ve lisans düzeyinde eğitim görmüş olan personele göre farklı cevaplar verdiği ve farklılığın kaynağının bu olduğu anlaşılmıştır. Bu durumda H2 hipotezi inanç boyutu açısından kabul edilmektedir.
- Çizelge 11 incelendiğinde araştırmaya katılan diyanet personelinin yaşları ile İslami finans algısına ilişkin bilgi boyutu arasında anlamlı bir farklılık bulunduğu görülmektedir ($p<0,05$). Buna göre yapılan analiz sonuçları incelendiğinde saptanan bu farklılığın 51-60 yaş grubunda olan diyanet personelinin 41-50 yaş grubundaki personele göre, bilgi boyutunu oluşturan sorulara verdikleri farklı cevaplardan kaynaklandığı görülmektedir. Bu durumda H3 hipotezi bilgi boyutu açısından kabul edilmektedir.
- Aynı şekilde çizelge 11'de yer alan sonuçlara göre araştırmaya katılan diyanet personelinin yaşları ile İslami finans algısına ilişkin inanç boyutu arasında anlamlı bir farklılığın olduğu görülmektedir ($p<0,05$). Analiz sonuçları incelendiğinde saptanan bu farklılık 51-60 yaş grubunda olan personelin 21-30 ve 31-40 yaş grubunda olan personele göre, inanç boyutunu oluşturan sorulara verdikleri farklı cevaplardan kaynaklanmaktadır. Bu durumda H3 hipotezi inanç boyutu açısından da kabul edilmektedir.
- Çizelge 11'den elde edilen bulgulara göre araştırmaya katılan diyanet personelinin diyanetteki vazifesi ile İslami finans algısına ilişkin bilgi boyutu arasında anlamlı bir farklılık görülmektedir ($p<0,05$). Buna göre yapılan analiz sonuçları neticesinde "vaiz" olarak görev yapan personelin bilgi boyutu önermelerine "Kur'an kursu öğreticisi, imam-hatip ve müezzin-kayyım" olarak görev yapan katılımcılara göre farklı cevaplar verdiği tespit edilmiştir. Bu durumda H4 hipotezi bilgi boyutu açısından kabul edilmektedir.
- Çizelge 11'deki bulgular neticesinde araştırmaya katılan diyanet personelinin diyanetteki vazifesi ile İslami finans algısına ilişkin inanç boyutu arasında anlamlı bir farklılığın bulunmadığı görülmektedir ($p>0,05$). Katılımcılar inanç boyutunu oluşturan önermelere benzer özellikte cevaplar vermişlerdir. Bu durumda H4 hipotezi inanç boyutu açısından reddedilmektedir.
- Çizelge 11'deki bulgulara göre araştırmaya katılan diyanet personelinin diyanetteki vazife süresi ile İslami finans algısına ilişkin bilgi boyutu arasında anlamlı bir farklılık elde edilemediği gözlemlenmektedir ($p>0,05$). Bu bağlamda H5 hipotezi bilgi boyutu açısından reddedilmektedir.
- Son olarak çizelge 11 incelendiğinde diyanet personelinin diyanetteki vazife süresi ile İslami finans algısına ilişkin inanç boyutu arasında anlamlı bir farklılık görülmektedir ($p<0,05$). Analiz sonuçları incelendiğinde inanç boyutunu oluşturan sorulara, 0-1 yıl arasında görev yapan katılımcıların diğer bütün katılımcılara ve 6-10 yıl arasında görev yapan diyanet personelinin ise 21 yıl ve üzeri görev yapan personele göre farklı cevaplar verdiği saptanmıştır. Elde edilen bu bulgular neticesinde H5 hipotezi inanç boyutu açısından kabul edilmektedir.

5. SONUÇ

Kur'an-ı Kerim'de kesin olarak yasaklanan "ribâ" kavramının anlamı İslam hukukçuları tarafından tartışılmış ve halen de tartışılmaktadır (Yanpar, 2014:65). Zira, Kur'an-ı Kerim'de ribâ haram olarak ilan edilmiş fakat tanımlanmamıştır (Khan, 2018:137). İslam hukukçularının üzerinde ittifak ettikleri bir faiz tanımının yapılmaması zihin karışıklığına neden olmaktadır (Bayındır, 2018:53). Ribânın tanımında ticari bankacılık ve finans ilişkisine dair temel iki akım vardır. Yaygın ve etkili olan görüş (geleneksel) faizin her çeşidini ribâ olarak değerlendirmekte ve geleneksel bankacılık sistemini haram kabul etmektedir. Modernist olarak kabul edilen kesimlerden oluşan ikinci akım ise günümüz ticari bankalarının uygulamış oldukları faizleri ribâ olarak görmemektedir (Khan, 2018:141). Her faizi ribâ olarak görmeyen bu akıma göre ribâ terimi, aşırı/fahiş faizi ifade etmektedir (Yanpar, 2014:66). Mısır'lı âlim Abdülaziz Çaviş 1908 yılında bir konferansta asıl yasaklanan faizin katlı veresiye faizi olduğu fikrini ortaya koymuştur. İsmail Hakkı İzmirli ve Süleyman Uludağ eserlerinde bu görüşü esas alıp savunmuşlardır. Reşîd Rıza'da Abdülaziz Çaviş'in fikrinin en önemli takipçisi olup haram olan faizin tefeci (yüksek oranlı) faizi olduğunu savunmuştur (Özsoy, 1995:110-126). Modernistlere göre ribâ kavramını 7. yüzyıl Mekke toplumundaki uygulamalara göre tanımlamak gerekmektedir. O dönemde ribâ, fakirlerin zenginlerden tüketim ihtiyaçlarını karşılamak için aldıkları tüketim kredileridir. Bu borçlardaki faiz fahiş oranlıydı ve uygulanan faiz yöntemi katlı (bileşik) faizdi. Borçlunun düzenli ödemesine rağmen borcu yüksek tutarda birikmeye devam ediyordu. Bu sistem zenginlerin zulmüne fakirlerin ise finansal esaretine sebep olan bir sistemdi. Ancak günümüz bankalarının vermiş oldukları ticari krediler iş amaçlıdır, fahiş oranlı değildir ve bu bankalar hem devlet hem de merkez bankası tarafından denetlendikleri için sömürü aracı olarak kullanılamaz. Bu nedenlerden dolayı ribâ ticari kredi faizi değil tüketim kredi faizidir (Khan, 2018:171). Modernistlerin bu iddiaları hiç şüphesiz ki yanlıştır. Bu iddiaların Kur'an-ı Kerim'deki ilgili prensipler açısından savunulabilir bir tarafı yoktur. İslam gelmeden önce faizin birçok türü mevcuttu ve uygulanıyordu. Uygulanan bu faizli işlemlerin her türlü de İslam dininde yasaklanmıştır. Kur'an-ı Kerim'de sarıh bir şekilde tüketim veya ticaret amaçlı her türlü borca yapılan ilave ribâ sayılmıştır. İnananlardan, anaparalarına bir ek almadan faizi terk etmeleri aksi halde Allah ve Resûl'üne karşı savaş başlatmış olacakları ifade edilmektedir (Ayub, 2017:52). Aşırı faiz oranı görecelidir ve meşruluğu kişiden kişiye değişmektedir. Belli bir faiz oranının fahiş olup olmadığını tanımlamak mümkün değildir. Modernistlerin ortaya koyduğu ribâ tanımı kabul edildiğinde hangi oranın fahiş olup olmadığı bitmek bilmeyen ihtilafa ve tartışmalara neden olur (Khan, 2018:132). 1975 yılında Kahire'de yapılan 2. İslâm Araştırmaları Kongresi'nde ister tüketim kredisi olsun ister üretim kredi olsun her çeşit faizin haram olduğuna ve faizin azı ile çoğu arasında fark olmadığına karar verilmiştir. Sırasıyla 1979, 1983 ve 1985 yıllarında toplanan İslam Bankası Kongre'lerinde de ulema meclisi tarafından faizin şer'an haram olduğu teyit edilmiştir (Özsoy 1995:110-126).

Klasik finans sisteminin enstrümanları bir hukuk sistemine bağlı olmaksızın ekonomik ihtiyaçlar dikkate alınarak tasarlanmıştır. İslami finans sisteminde kullanılan araçların tasarlanması ise İslam hukukuna göre yapılmaktadır. İslam hukuku, İslami finans sisteminde yer alan işlemlerin ve finansal araçların meşruluğuna yönelik verilecek hükümlerin istinat noktası olmasından dolayı İslami finansın temelini oluşturmaktadır. İslam hukuku veya diğer

bir ifadeyle fıkıh alanında uzmanlaşmış İslam hukukçuları (fakihler) İslami finans için önemli bir yere sahiptirler (Yanpar, 2014:43-45). Ülkemizdeki Diyanet İşleri Başkanlığı kendi bünyesinde din ve eğitim hizmetlerinde istihdam edeceği personelini imam hatip lisesi, ön lisans ilahiyat ve ilahiyat fakültesi mezunlarından seçmektedir. İslam hukuku, imam hatip liselerinde ve ilahiyat eğitimi veren üniversitelerde eğitim düzeyine göre müfredat olarak okutulmaktadır. Bundan dolayı diyanet personeli İslami finans sisteminin temelinde var olan İslam hukukuna en çok aşına olan kimselerdir. Ayrıca, dini konularda halkın ilk müracaat ettiği kişiler genellikle diyanet personelidir. Türkiye’de İslami finans sisteminin gelişmesinde, ülkenin her tarafına dağılıp hizmet veren diyanet personeli büyük katkı sağlayacaktır. Bu teorik beklentiden dolayı bu çalışmada diyanet personelinin İslami finansla ilişkin algısını belirlemek amaçlanmıştır.

Anket metodunun kullanıldığı çalışmada yer alan 8 önerme faktör analizi sonucunda inanç ve bilgi boyutu olmak üzere iki boyut altında toplanmıştır. Araştırma kapsamında yapılan T-testi sonucunda İslami finans algısına ilişkin boyut ortalamalarının cinsiyete göre farklılaşmadığı görülmüştür. Hem kadın hem de erkek katılımcılar ankette yer alan önermeleri benzer nitelikte cevaplandırmışlardır.

Çalışma kapsamında katılımcıların eğitim durumu, yaş, diyanetteki vazife ve diyanetteki vazife süresi ile İslami finans algısına ilişkin boyut ortalamaları arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla One-Way ANOVA testi yapılmıştır. Elde edilen bulgular neticesinde katılımcıların yaşı ve diyanetteki vazifeleri ile İslami finans algısına ilişkin bilgi boyutu arasında anlamlı bir farklılık görülmüştür. Ancak katılımcıların eğitim durumu ve diyanetteki vazife süreleri ile bilgi boyutu arasında anlamlı bir farklılığın bulunmadığı saptanmıştır. Ayrıca, İslami finans algısı inanç boyutu ile katılımcıların eğitim durumu, yaşı ve diyanetteki vazife süreleri arasında anlamlı bir farklılığın olduğu fakat diyanetteki vazifesi ile arasında anlamlı bir farklılığın olmadığı tespit edilmiştir.

Araştırmaya katılan diyanet personelinin ankette yer alan sorulara verdikleri cevapların tanımlayıcı istatistikleri yapılmış ve elde edilen sonuçlar yorumlanmıştır. Diyanet personelinin faiz hassasiyeti eğitim altyapılarının ve mesleklerinin gereği olarak oldukça yüksektir. Diyanet personeli, faiz ile ilgili literatürde tartışılan ve yukarıda bahsedilen yasaklanan faiz oranı, alınan faizli borcun az ya da çok olması, haram kılınan faizin türü ve enflasyon oranından düşük miktarda faiz almanın hükmü gibi konularda gelenekçi İslam hukukçuları ile çoğunlukla aynı görüştedirler. Son olarak bulgular, katılımcıların faiz konusunda oldukça hassas bir tavır sergilediklerini göstermektedir. Ayrıca, ilgili önermelere verdikleri cevaplar katılımcıların İslami finansı mevcut ekonomik düzen içerisinde dahi uygulanabilir bulduklarını göstermektedir. Buna mukabil, sonuçlar İslami finans sisteminin işleyişinin devlet ve toplum düzen çerçevesinde bütünleşik bir yapı içerisinde değerlendirdiklerini de göstermektedir. Kanımızca, çıkan bu iki sonucun birbiriyle çeliştiği düşünülmemelidir. Çünkü toplumda dini motivasyon kuvvetli olduğunda bireyler her türlü finansal işlemlerinde İslami kurallara uygun olan bir sistemden faydalanma eğiliminde olacaklardır. Bununla beraber, politika yapıcıların ekonomi ile ilgili aldıkları kararlarda ve çıkardıkları yasalarda İslami finans sisteminin işleyişine yönelik attıkları her adım bu sistemin gelişip büyümesini sağlayacaktır. Nitekim,

Malezya ve Bahreyn gibi İslami finans sisteminde önemli aktör konumunda olan ülkeler İslami finans sistemlerini ve İslami bankacılık hizmetlerini konvansiyonel sistemle beraber yürütmeyi tercih etmişlerdir. Bu ülkelerde devlet İslami finans sistemini desteklemiş ve bu sisteminin gelişmesine yönelik ciddi adımlar atmıştır. Böylece bu ülkelerin mevcut ekonomik sistemleri İslami finansın işleyişine ve büyümesine engel olmamıştır.

KAYNAKÇA

Alım, H.B., İslami Finansta Yasaklar ve Temel İslami Akitler, Yüksek Lisans Tezi, KTO Karatay Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya, 2018.

Ayub, M., İslami Finansı Anlamak, İktisat Yayınları, İstanbul, 2017.

Bley, J., Kuehn, K., Conventional Versus Islamic Finance: Student Knowledge and Perception in the United Arab Emirates, *International Journal of Islamic Financial Services*, January, 5,4, 2004.

Bayındır, S., Faizin Tanımı Meselesi, İslam İktisadı Perspektifinden Faiz, Ed.: Taha Eğri, Z. Hafsa Orhan, İktisat Yayınları, İstanbul, 2018.

Bekereci, N.E., Ayrıçay, Y., Kök, D., İslami Finans Okuryazarlık: Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi'nde Bir Alan Araştırması, *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Temmuz, 33, 2018.

Büyüköztürk, Ş., Sosyal Bilimler için Veri Analizi El Kitabı, Pegem Akademi Yayıncılık, Ankara, 2010.

Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G., Büyüköztürk, Ş., Sosyal Bilimler İçin Çok Değişkenli İstatistik: SPSS ve Lisrel Uygulamaları, Pegem Akademi Yayıncılık, Ankara, 2012.

Doğan, M.B., İslami Finans Okuryazarlığı ve Finansal Tercihlere Etkisi, *BBDK Bankacılık ve Finansal Piyasalar Dergisi*, Temmuz, 14,1, 2020.

Durmuş, M.E., Yardımcıoğlu, F., İlahiyat Öğrencileri Ne Kadar İslami Finans Okuryazarı, *Siyaset, Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, Ocak, 6,1, 2018.

Erdem, E., Kur'an'da Ribâ (Faiz) Ayetlerinin Kademeli Nüzülü ve Uslûbu: İslam'ın Ticaret, İnfak ve Finans Sistemi Üzerinden Bir İnceleme, İslam İktisadı Perspektifinden Faiz, Ed.: Taha Eğri, Z. Hafsa Orhan, İktisat Yayınları, İstanbul, 2018.

Field, A., *Discovering Statistics Using SPSS for Windows*, London Thousand Oaks Sage Publications, New Delhi, 2000.

Hanif, M., Differences and Similarities in Islamic and Conventional Banking, *International Journal of Business and Social Sciences*, November, 2,2, 2011.

İslamoğlu, H., Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri, Beta Basım, İstanbul, 2009.

Khan, M.A., İslam İktisadının Meseleleri: Güncel Durum ve Geleceğin Analizi, Çev.:S. Karadoğan, İktisat Yayınları, İstanbul, 2018.

Kalaycı, Ş., SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri, Asil Yayın Dağıtım, Ankara, 2008.

Karagöz, Y., Kösterelioğlu, İ., İletişim Becerileri Değerlendirme Ölçeğinin Faktör Analizi Metodu ile Geliştirilmesi, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Haziran, 21, 2008.

Kervan, S., İslami Finans ve Türkiye’de İslami Finans Araçlarının Tercih Edilmesinde Etkili Olan Faktörler, Yüksek Lisans Tezi, Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bolu, 2018.

Kızıltepe, K., Yardımcıoğlu, F., Diyanet Personelinin Faiz Hassasiyeti Üzerine Bir Araştırma, Uluslararası İslam Ekonomisi ve Finansı Araştırmaları Dergisi, Temmuz, 3,2, 2017.

Loo, M., Attitudes and Perceptions Towards Islamic Banking Among Muslims and Non-Muslims in Malaysia: Implications for Marketing to Baby Boomers and X-Generation, International Journal of Arts and Sciences, April, 3,13, 2010.

Maswood, Y., Choudary, Y.L., İslamic Banking - A Cross Cultural Patronage Study Among the Students İn Chennai, Asian Social Science, January, 11,4, 2015.

Noonari, S., Memon, I.N., Mangi, J.A., Pathan, M., Khajjak, A.K., Memon, Z., Jamali, R.H., Pathan, A., Knowledge and Perception of Students Regarding Islamic Banking: A Case Study of Hyderabad Sindh Pakistan, Information and Knowledge Management, February, 5,7, 2015.

Okka, O., Prof. Dr. Abdülaziz Bayındır Tarafından Sunulan ‘Faizin Çerçevesi’ Tebliğinin Değerlendirilmesi, Güncel Dini Meseleler İstişare Toplantısı 3, 156-195, Ankara, 2002.

Orhan, Z., 40 Soruda Katılım Bankacılığı, İktisat Yayınları, İstanbul, 2020.

Özsoy, İ., TDV İslam Ansiklopedisi: Faiz Maddesi, Türk Diyanet Vakfı Yayınları, İstanbul, 1995.

Özsoy, M.Ş., Sağlam Bankacılık Modeli İle Katılım Bankacılığına Giriş, Bilnet Matbaacılık, İstanbul, 2012.

Sipahi, B., Yurtkoru, E.S., Çinko, M., Sosyal Bilimlerde SPSS’le Veri Analizi, Beta Basım, İstanbul, 2010.

Siti, H.A.R., Rosemaliza, A.R., Hamed, A.B., İslamic Financial Literacy and Its Determinants Among University Students: An Exploratory Factor Analysis, International Journal Of Economics and Financial Issues, April, 6,7, 2016.

Thomas, A., “Ribâ Nedir?” Ribâyı Anlamak: İslam İktisadında Faiz, Çev.:Z.H. Orhan, İktisat Yayınları, İstanbul, 2017.

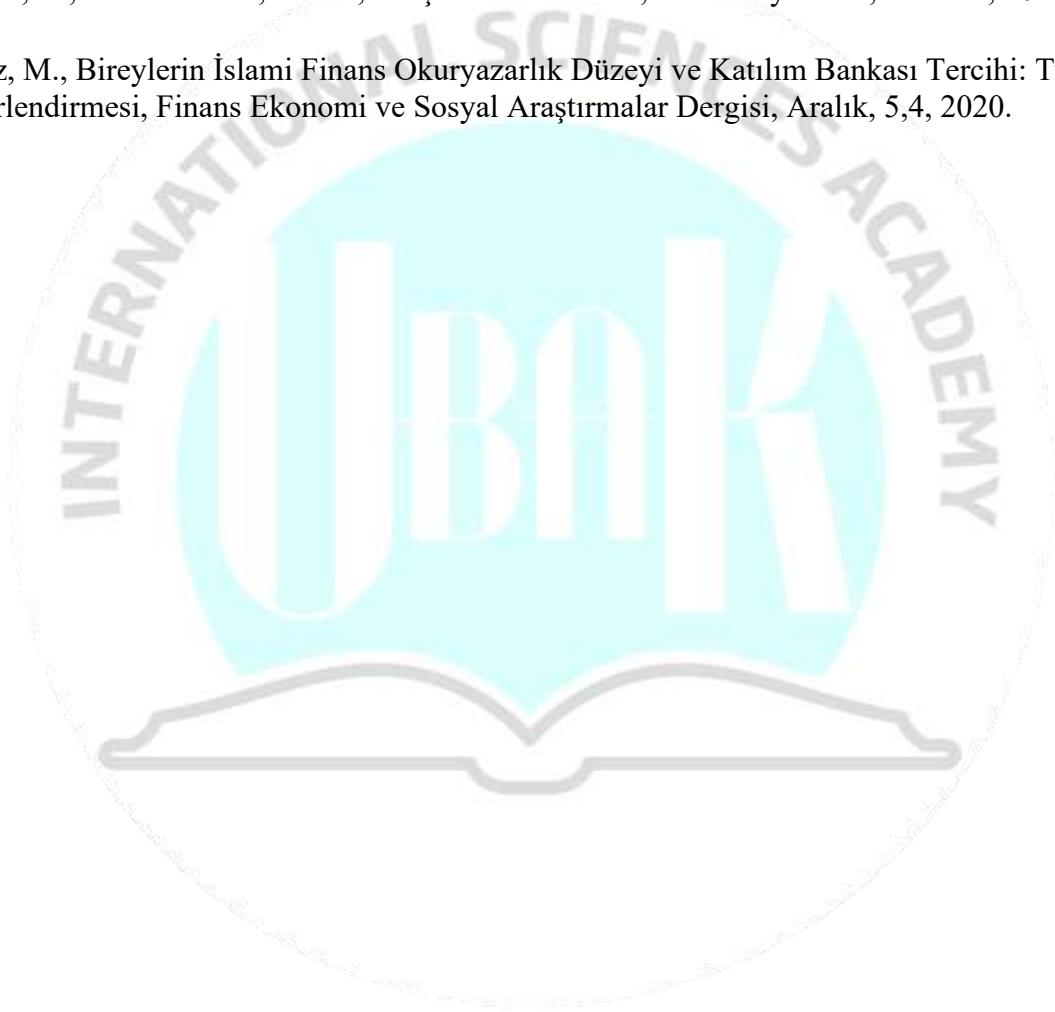
Toraman, C., Ata, H.A., Buğan, M.F., İslami Bankacılık Faaliyetlerine Yönelik Müşteri Algısı Üzerine Bir Araştırma, Gaziantep University Journal Of Social Sciences, Ocak, 14,4, 2015.

Türkan, Y., Arpacık, M., Din Görevlilerinin Katılım Bankacılığına Bakış Açısı: Bingöl İl’inde Bir Uygulama, Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Kasım, 7,14, 2017.

Yanık, R., Sümer, S., Akademisyenlerin İslami Bankacılık Algısı, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Eylül, 23,3, 2019.

Yanpar, A., İslami Finans, İlkeler, Araçlar ve Kurumlar, Scala Yayıncılık, İstanbul, 2014.

Yıldız, M., Bireylerin İslami Finans Okuryazarlık Düzeyi ve Katılım Bankası Tercihi: Türkiye Değerlendirmesi, Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, Aralık, 5,4, 2020.



ENDÜSTRİ 4.0'IN GETİRDİĞİ YENİ BİR VERGİLEME: ROBOT VERGİSİ**Ulvi Sandalcı**Kütahya Dumlupınar Üniversitesi , [ORCID ID: 0000-0003-1527-0815](https://orcid.org/0000-0003-1527-0815)**ÖZET**

İnsan yaşamı var olduğundan bu yana sürekli olarak bir üretim yapma ihtiyacı içinde olmuştur. Söz konusu üretim zamanın koşullarına göre farklı şekil ve türlerde gerçekleşmiştir. Teknolojik gelişmenin hız kazanması üretim süreçlerini farklı yapılarla şekillendirerek endüstri devrimlerinin oluşmasına zemin hazırlamıştır. Dünya üretim tarihinde 3 adet büyük sanayi devrimi gerçekleşmiş ve üretim daha hızlı, verimli ve ucuz hale gelmiştir. Günümüzde ise endüstri 4.0 olarak adlandırılan dördüncü sanayi devrimi yaşanmaktadır. Endüstri 4.0 ile nesnelerin interneti, hizmetlerin interneti ve siber-fiziksel sistemler sayesinde makineler kablosuz olarak birbirleri ile iletişime geçerek akıllı üretim gerçekleştireceklerdir. Robotların daha fazla kullanılmaya başlandığı bu üretim sürecinin faydaları yanında zararları da vardır. Bu zararlardan en önemlisi emeğin yerine ikame edilen robotların işsizliği artırarak ekonomik ve mali sorunlara yol açacak olmasıdır. Buna göre işsizliğin artmasıyla birlikte vergi gelirlerinde kayıplar ortaya çıkabilecek ve işsiz kalan emeğin yeni döneme adapte olmasını sağlayacak eğitim harcamalarında artışlar gerçekleşebilecektir. Devletlerin karşılaşılabileceği bu sorunların telafi edilebilmesi amacıyla robotlar üzerinden vergi alınması önerisi gündeme getirilmiştir. Çalışmanın amacı endüstri 4.0 ile robotların üretim sürecine katılımının hız kazanmasıyla birlikte ortaya çıkan mali ve ekonomik sorunları inceleyerek bu sorunların çözümü için önerilen robot vergisini açıklamaktır. Çalışma sonucunda üretim sektöründe robot kullanımının işsizlik başta olmak üzere gelir dağılımında adalet ve kamu mali dengesi üzerinde olumsuzluklara neden olabileceğine ulaşılmıştır. Robot vergisi uygulamasının ise bu sorunların önemli bir kısmının çözümünde etkili olacağı; ancak robot teknolojisini henüz yakalayamamış ülkelerde ise dezavantaj sağlayacağı ulaşılan bir başka sonuçtur.

Anahtar Kelimeler: Endüstri 4.0, Robot, Robot Vergisi**A NEW TAX FROM INDUSTRY 4.0: ROBOT TAX****ABSTRACT**

Human life has been in constant need of making a production since its existence. The production in question took place in different shapes and types according to the conditions of the time. The acceleration of technological development has prepared the basis for industrial revolutions by shaping the production processes in different structures. There have been 3 major industrial revolutions in the world production history and production has become faster, more efficient and cheaper. Today, the fourth industrial revolution, called industry 4.0, is taking place. With Industry 4.0, machines will wirelessly communicate with each other and perform smart production thanks to the internet of things, the internet of services and cyber-physical systems. This production process, in which more robots are used, has not only benefits but also harms.

The most important of these damages is that robots substituted for labor will cause economic and financial problems by increasing unemployment. Accordingly, with the increase in unemployment, losses in tax revenues may arise and increases in education expenditures that will enable unemployed labor to adapt to the new period may occur. In order to compensate for these problems that governments may encounter, the proposal to collect taxes on robots has been brought to the agenda. The aim of the study is to explain the proposed robot tax for the solution of these problems by examining the financial and economic problems that arise with the acceleration of the participation of robots in the production process with industry 4.0. As a result of the study, it was found that the use of robots in the manufacturing sector may cause negativity on the justice in income distribution and public financial balance, especially unemployment. Robot tax application will be effective in solving a significant part of these problems; However, it is another result that it will be disadvantageous in countries that have not yet achieved robot technology.

Keywords: Industry 4.0, Robot, Robot Tax

1. GİRİŞ

İnsan hayatı var olduğundan bu yana temel ihtiyaçlarını gidermek başta olmak üzere sürekli olarak farklı tür ve yollarla üretim yapmıştır. Söz konusu üretim özellikle yerleşik hayata geçiş ve tarım ile birlikte daha üretken bir yapıya dönüşen insan hayatı tarihinde yaşanan teknik ilerlemeler ve bu ilerlemelerin ekonomiye yansımalarıyla çeşitli devrimler yaşamıştır. Endüstri devrimleri olarak nitelendirilebilen bu devrimlerle buhar gücü kullanılarak mekanik üretim süreçlerine geçiş başladı. Birinci endüstri devrimi olarak nitelendirilen bu yeni üretim modelinden sonra elektrik gücünün sanayide üretim sürecine dahil edilmesiyle birlikte ikinci sanayi devrimi gerçekleşmiş oldu. Teknolojinin özellikle 21. Yüzyılda oldukça hızlı bir şekilde gelişme göstermesi ve bunun bir yansıması olarak dünyanın her alanda dijitalleşmesi ile birlikte üretim süreçlerinde bilgi teknolojilerinin kullanılması ve üretimin otomatikleşmesiyle üçüncü sanayi devrimi gerçekleşmiş oldu. Son olarak ise üretim sürecinde bilişim teknolojilerinin daha da ileri bir safhaya geçmesi ve internetin hemen hemen her alanda etkili bir işlev göstermesi ile birlikte nesnelerin interneti, hizmetlerin interneti ve Siber- Fiziksel Sistemler ile akıllı fabrikalar ve robotlar ile fiziksel bir işleme gerek duymadan kendi kendine üretim yapan bir sürece geçilmesi, yani Endüstri 4.0 olarak adlandırılan endüstrinin yeni bir devriminin gerçekleştirilmesi amaçlanmaktadır.

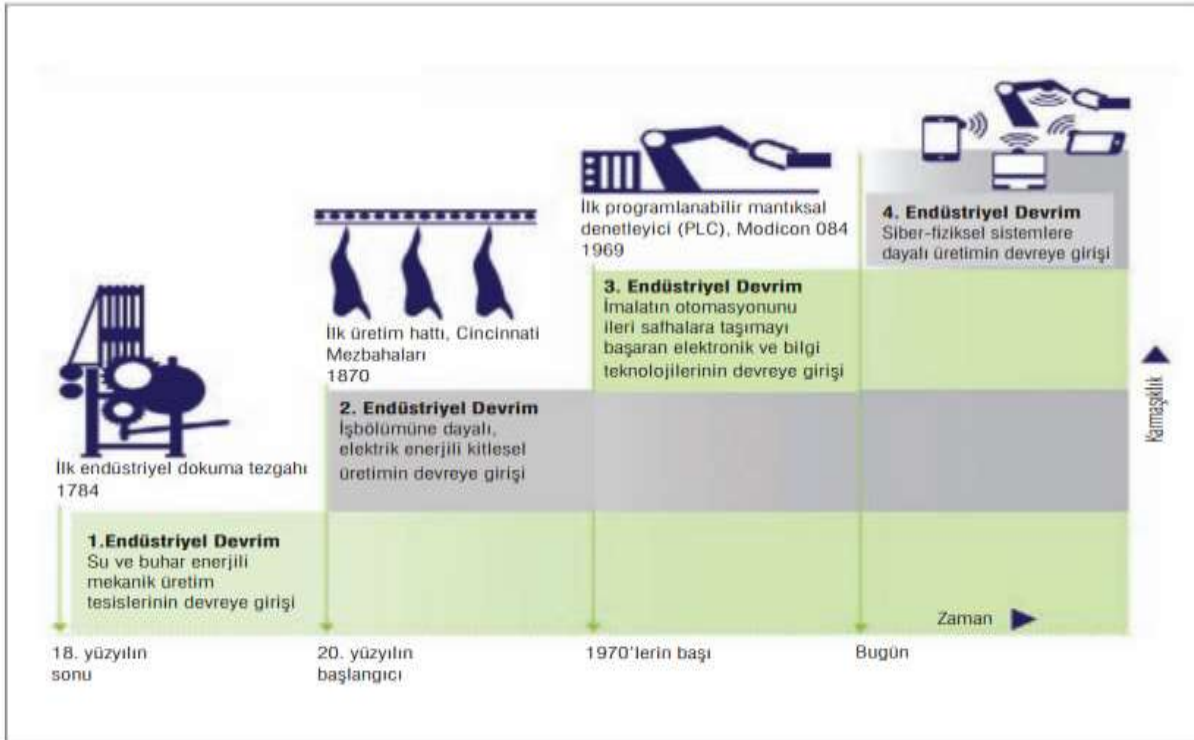
Endüstri 4.0 ile insan gücüne çok fazla ihtiyaç duymadan nesnelerin internetinden yararlanarak robotlar vasıtasıyla akıllı fabrikalar üretim yaparken bunu fiziksel bir araya gelme olmadan uzaktan çeşitli sensörler yardımıyla gerçekleştirmektedir. Endüstri 4.0 ın üretim sürecine getirdiği yeniliklerden biri olan ve gün geçtikçe imalat sektöründe daha fazla kullanılmaya başlayana akıllı robotlar insan hayatını kolaylaştırdığı kadar bir takım olumsuzlukları da beraberinde getirmektedir. Bu olumsuzluklardan en önemlisi emeğin yerini alacak olan robotların işsizlik oranlarında artışa neden olabilecek olmasıdır. Öyle ki gün geçtikçe daha ucuza mal edilen robotlar yardımıyla özellikle vasıfsız iş gücü üretim sürecinden çekilerek yerini robotlara bırakacaktır. Bu da ülkelerin önemli istihdam ve dolayısıyla diğer ekonomik ve

mali sorunlar ile karşılaşmalarına neden olacaktır. Nitekim vasıfsız iş gücünü tekrar üretim sürecine dahil etmek için yapılacak eğitim ve adaptasyon süreçlerinde yapılacak harcamalar bütçe üzerinde yükler oluşturacaktır. Bununla birlikte belli bir gelir düzeyine sahip olmayan ve dolayısıyla da vergi yükümlüsü olmayan bireyler vergi gelirlerinin azalmasına neden olabileceklerdir. Bu ve benzeri ekonomik ve mali sorunların çözümünde yeni bir öneri olarak robot vergisi gündeme gelmiştir. Buna göre robotlardan vergi alarak buradan sağlanan fon ile hem vasıfsız işgünün eğitimi hem de işsiz kalan bireylerin sosyal transfer giderleri karşılanabilecektir. Çalışmada dünya gündeminde olan ve henüz daha uygulama alanı bulmayan robot vergisi üzerinde durulmuştur. Bu kapsama öncelikle endüstri 4.0, sonrasında robot teknolojisi, robotlaşmanın ekonomik etkileri açıklanmıştır. Son bölümde ise robot vergisi önerisi ve çeşitli görüşlere değinilerek kavram çeşitli yönleriyle incelenmiştir.

2. ENDÜSTRİ 4.0

Endüstri 4.0, ilk olarak Alman devletinin ileri teknoloji yatırım stratejileri arasında yer alan bir proje olarak ortaya çıkmıştır. Endüstri 4.0 kavramı, kısaca üretim sürecinin bilgisayarlı otomasyonu olarak tanımlanmaktadır. 2011 yılında Hannover Fuarı'nda ilk defa söz edilen bu "Dördüncü Endüstri Devrimi" (Endüstri 4.0) kavramının gerçeğe dönüşmesi için 2013 yılı kadar beklenmiştir. Üretim ve sanayi alanında yeni bir çağın başlaması olarak ifade edilen Endüstri 4.0, ilk defa adının söz edilmesinden itibaren geçen 3 yıllık süreçte üretim süreci başta olmak üzere lojistik, kalite kontrol, bakım, operasyonel yönetim gibi birçok alanda yarattığı değişimler ile etkisini göstermeye başlamıştır (innova.com.tr, 2016). Endüstri 4.0'ın neyi ifade ettiğine geçmeden önce endüstri 4.0'a kadar geline süreçte endüstrinin hangi aşamalardan geçtiğine değinmek konunun bütünlüğü için ve endüstri 4.0'ı tam anlamıyla anlamak için yararlı olacaktır. Bu kapsamda şekil 1'de endüstrinin tarihsel gelişimine kısaca yer verilmiştir.

Şekil 1: Tarihsel Süreçte Endüstri'nin Gelişimi



Kaynak: Türkiye'nin Endüstri 4.0 Platformu, 2018

Günümüze kadar olan süreçte sanayinin gelişimi üç aşamada gerçekleşmiştir. Bunlardan ilki olan Birinci Sanayi Devrimi (Endüstri 1.0), buharlı makinelerin icadı ile başlamış ve üretimin artırılması yönünde ilk adım atılmıştır. İkinci Endüstri Devrimine (Endüstri 2.0), 20. Yüzyılda elektriğin seri üretimde kullanılmaya başlanması ile geçilmiş ve üretim sürecinde dijital sistemlerinin kullanılmaya başlanmasıyla Üçüncü Endüstri Devrimi (Endüstri 3.0) ortaya çıkmıştır. İlk üç sanayileşme sürecinde, üretim mekanizmasında makineleşme, elektrik ve bilgi teknolojilerinde yaşanan değişim etkili olmuş, üretimde verimliliğin artmasına katkı sağlamıştır (Yıldız, 2018: 547).

Üçüncü sanayi devrimiyle üretim sürecinde köklü değişim oluşturan, bilgisayar donanımları, yazılım, ağlar ve dijital teknolojilerin hızla gelişimi ve entegrasyonu, tarım ve sanayi devrimlerine benzer şekilde hem toplumların hem de ekonomilerin dönüşümlerine sahne olmuştur. Bilgi teknolojilerinin gelişmesi ve otomasyonun artmasıyla siber fiziksel sistemler, dinamik veri işleme ve değer zincirlerinin birbirine entegre olduğu yeni bir aşamaya geçilmiştir. Dünyanın geleceğine yön veren bu değişim ve dönüşümler, üretim araçları ve bilgi teknolojilerinin birbirine bağlanmasıyla birlikte sanayi zincirleri oluşmaya başlamıştır. Siber bağlantılı sistemler sayesinde internet aracılığıyla veriler analiz edilmekte, yeni parametreler tanımlanmakta ve daha düşük maliyetle kaliteli ürünler üretilerek verimlilik artışı sağlanmaktadır. Bu süreç daha önce tahmin edilmeyen yeni açılımlara zemin hazırlamakta ve bu yeni süreç dördüncü sanayi devrimi olarak nitelendirilmektedir (Özsoylu, 2017: 45).

Endüstri 4.0 devrimi, üçüncü sanayi devriminin devamı niteliğinde olduğunu savunun görüşler bulunsa da bu süreç kendi içerisinde farklı yenilik ve özellikler barındırmaktadır. Endüstri 4.0 devrimi aşağıda sayılan özellikleri nedeniyle diğer aşamalardan ayrılmaktadır (Fırat ve Fırat, 2017: 213).

1. **Hız:** Öncekilerin tersine bu devrimde hız doğrusal olmayıp, üsteldir. Bu durum çok yönlü küresel dünyada yeni teknolojilerin sürekli daha yeni ve üstün teknolojileri üretmesi olarak ifade edilebilir.
2. **Genişlik ve Derinlik:** Dijital teknolojiler üzerine kurulan bu devrim, iş dünyasından toplumun tüm kesimlerinde benzeri olmayan paradigmalara ilerliyor, hızlı teknolojik gelişme ve donanımlara neden olarak kuşaklar arası farkın daha fazla açılmasına neden oluyor.
3. **Sistem Etkisi:** Endüstri 4.0 devrimi, yönetim bilişim sistemleri yanı sıra her şeyi birbirine bağlayan bir ağ sistemi üzerinde gelişmekte ve dünyada bütünlük bir sistem dönüşümünü kapsamaktadır.

İmalat sanayinde en ileri bilgisayar teknolojilerinin kullanılmasıyla üretimin yüksek teknolojiyle donanmasını hedefleyen Endüstri 4.0'ün temel olarak üç amacı bulunmaktadır. Bunlardan ilki, üretimde insan unsurunun en aza indirilerek buradan kaynaklanan hataların azaltılması; ikincisi üretimde ürün esnekliği sağlanarak, tüketiciye özel üretim imkanına kavuşulması ve son olarak da üretimin hızlandırılmasıdır (Eğilmez, 2017: 4). [Endüstri 4.0](#), temelde 6 prensibe sahiptir (Türkiye'nin endüstri 4.0 Platformu, 2018):

- 1) **Karşılıklı Çalışabilirlik:** Siber fiziksel sistemlerin özelliği sayesinde (örn. iş parçası taşıyıcıları, montaj istasyonları ve ürünleri) nesnelere ve hizmetlerin interneti vasıtasıyla insanların ve akıllı fabrikaların birbirleriyle iletişim kurmasını sağlar.
- 2) **Sanallaştırma:** Akıllı fabrikaların sanal bir kopyası olan bu sistem sayesinde, sensör verileri sanal tesis ve simülasyon modelleri ile bağlanabilmektedir.

- 3) **Özerk Yönetim:** Siber-Fiziksel sistemlerin akıllı fabrikalar içerisinde kendi kararlarını verebilme özelliğine sahip olması.
- 4) **Gerçek-Zamanlı Yeteneği:** Bu yapı, verilerin toplanma ve analiz etme yeteneği sayesinde işlemlerin hızlıca yapılmasını sağlar.
- 5) **Hizmet Oryantasyonu:** Hizmetlerin interneti vasıtasıyla siber-fiziksel sistemler, insanlar ve akıllı fabrika servislerinin sunulması.
- 6) **Modülerlik:** Bireysel modüllerin farklılaşan amaçları için akıllı fabrikalara esnek adaptasyon sisteminin sağlanması.

Endüstri 4.0'ın öngördüğü imalat için üretim sürecinin tamamen otomatik olarak gerçekleşmesi gerekmektedir. Bu kapsamda tüketiciler ve tedarikçilerden elde edilen veriler doğrultusunda üretimi daha verimli hale getirecek bu yeni çağda üretimin akıllı fabrikalarda robotlar tarafından yapılması beklenmektedir. Akıllı robotlar, geleneksel üretim bandında hareket eden ürünlerin etiketlerini sensör yardımıyla tanımakta ve nasıl bir işlemde geçmesi gerektiğini bilerek, üretim hattında hatasız ürün işlemesine imkan vermektedir. Sonrasında birbiriyle bağlantılı olan makineler bilgi alışverişi yaparak kalite kontrolü yapmakta ve üretim sürecinde meydana gelen hataları hızlıca tespit edebilmektedirler (EKOIQ, 2014: 4-5).

3. ROBOT TEKNOLOJİSİ

Endüstri 4.0'ın gelişimiyle birlikte robotik, yapay zekâ ve otomasyonun (RYO) sağladığı teknolojik avantajlar çoğalmıştır. RYO'nun bu avantajlarının bir tanesi de gerek özel amaçlı gerekse endüstriyel üretimde kullanılan robotlar olmuştur. RYO temelli ekonomik sistemi "robonomics" olarak tanımlamaktadır. Ekonomik süreçte meydana gelen robot temelli, değişim ve dönüşümler ve gelecek için öngörülen yeni gelişmeler robot ekonomisi için yükselişi ifade etmektedir (Kurt ve Bozuklu, 2019: 26). "Robot" kavramı, bugün hala yasal olarak tam olarak tanımlanmamıştır. Bu tanımlı yapmak oldukça zordur. Sonuçta, robotlar teknolojik gelişimin bir parçasıdır ve yapay zekanın devamı niteliğindedir. Robotları bilgisayarlardan veya yazılımlardan ayırt etmek mümkün mü? Kendi kendine giden bir araba, sofistike yazılımla birleştirilmiş bir araba olarak kalır. Ancak burada robotun karar alma ve öğrenme süreçlerinde insanın yerini alabilmesi anlamında çok önemli gelişmeler mevcut. Robotlar artık içsel insan faaliyetleriyle donatılmaya başlandı. Diğer bir deyişle, yeni olan şey, karar verme kapasiteleri, öğrenme ve bağımsız kararlar alma yetenekleridir (Oberson, 2017: 249).

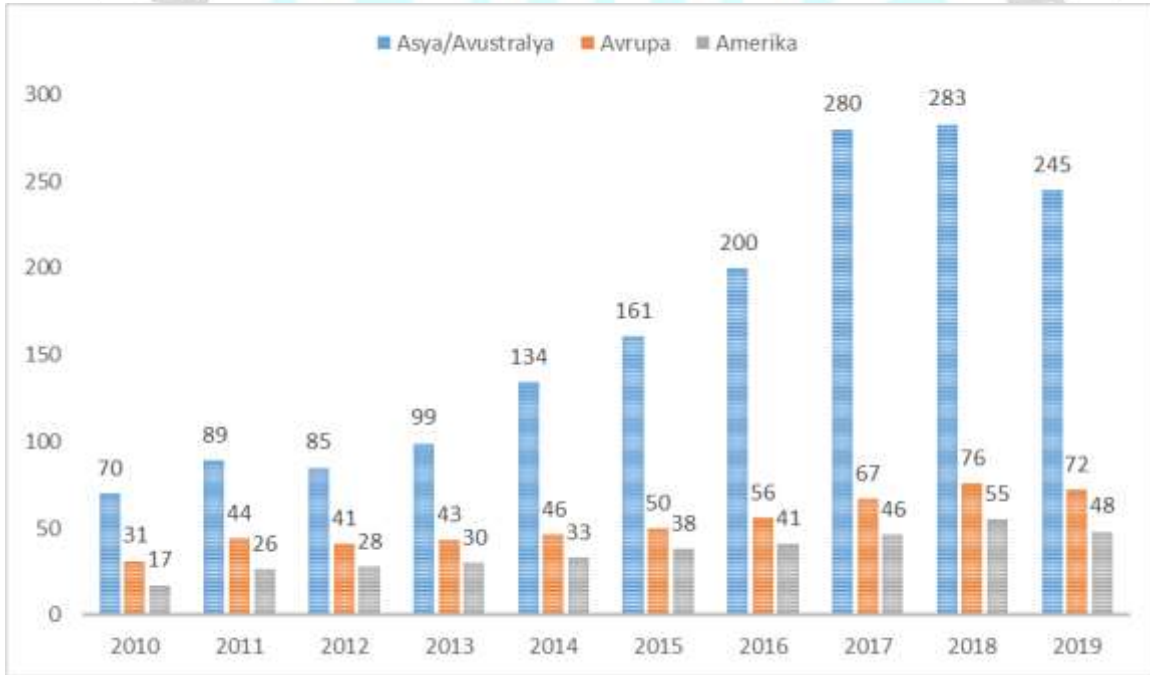
Uluslararası standart ISO 8373: 2012 sözlüğünde, Endüstri 4.0 kapsamında sanayide kullanılan endüstriyel robotların tanımı yapılmıştır. Bu tanıma göre endüstriyel robotlar, endüstriyel otomasyon sürecinde kullanılmak amacıyla yerine veya mobil olarak sabitlenebilen üç veya üzeri eksenle programlama imkanı olan otomatik kontrollü, yeniden programlanabilen çok amaçlı manipülatör olarak tanımlanmıştır. Endüstri 4.0 ile beraber üretimde kullanımı artan endüstriyel robotlar işletmelere verimlilik artışı, düşük işgücü ve üretim maliyeti, rekabet gücünde artış gibi nedenlerle ekonomik olarak avantaj sağlamaktadır (Kurt ve Bozuklu, 2019: 26). AB Nihai Raporunda, AB Parlamentosu "akıllı robotlar" tanımının aşağıdaki özelliklere dayandırılması gerektiğini önermektedir (Oberson, 2017: 250-251):

- Sensörler aracılığıyla veri alışverişi yaparak (birbirine bağlanabilirlik) bu verilerin ticareti ve analizi yoluyla özerkliğe sahip olma
- Deneyim ve etkileşim yoluyla kendi kendine öğrenebilme
- Küçük bir fiziksel desteğe sahip olma
- Davranış ve eylemlerinin çevreye uyarlanması

- Biyolojik anlamda yaşam yokluğu

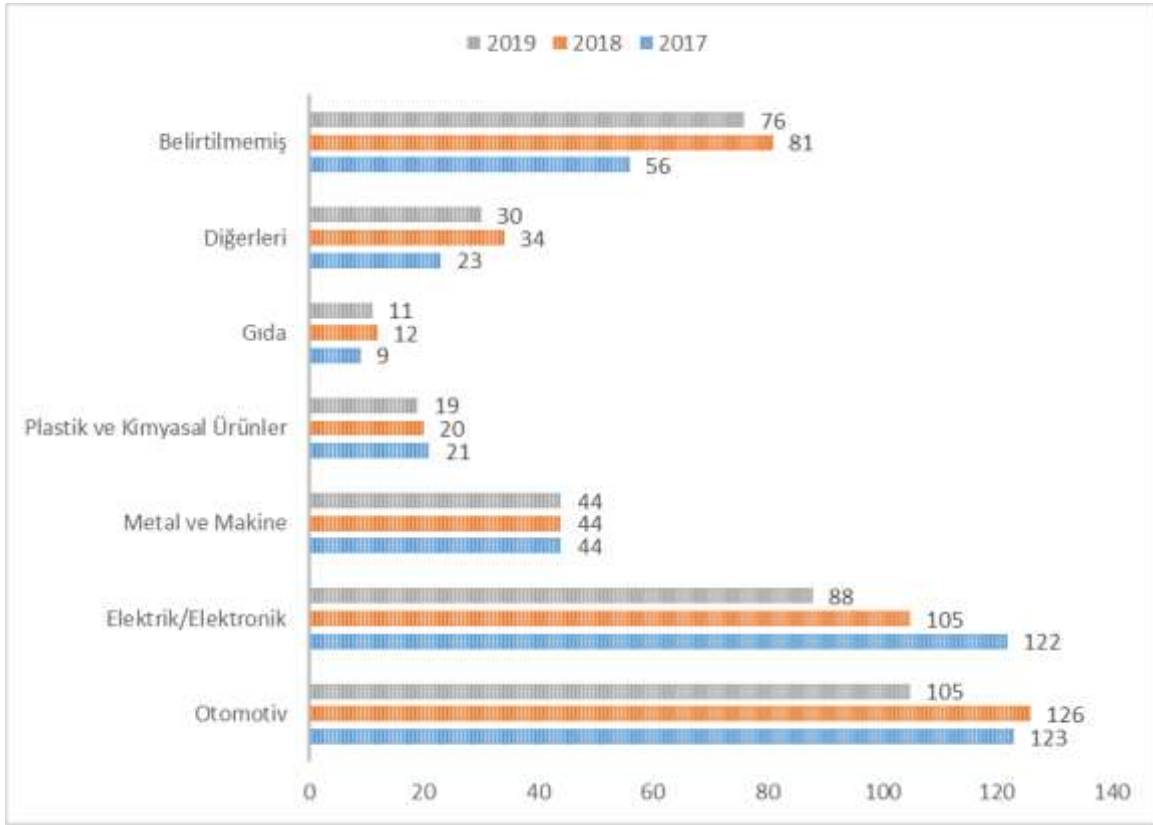
Robotlar yüklendikleri işler bakımından endüstriyel ve servis robotları olmak üzere iki temel alanda incelenmektedir. Aslında, "Robotik" yeni bir bilimdir, çünkü bilim adamları ilk kez insan gibi entelektüel ve fiziksel olarak işleyen makineler üretmeye devam ediyorlar. "Yapay zeka" adı verilen kategori içerisinde "endüstriyel robotlar" vardır: bunlar bir insan operatöre ihtiyaç duymazlar ve ayrıca montaj, paketlenme ve boyama gibi rutin ve manuel görevleri yerine getirmek için programlanabilirler. "Endüstriyel robot" kategorisi, Uluslararası Standardizasyon Örgütü (ISO) tarafından resmi olarak otomatik olarak kontrol edilen, "yeniden programlanabilir" (programlanmış hareketleri veya yardımcı işlevleri fiziksel değişiklikler olmadan değiştirilebilir), çok amaçlı manipülatör (üç veya daha fazla eksenle programlanabilir), mekanik yapının veya kontrol sisteminin değiştirilmesi olan farklı bir uygulama yerinde sabitlenebilir veya endüstriyel otomasyon uygulamalarında kullanım için mobil olabilir (Bottone, 2018: 3-4). Servis robotları da kullanım amaçlarına göre profesyonel kullanımlar ve kişisel ve ev için kullanımlar olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Profesyonel kullanımların yaygın kullanım alanları arasında; lojistik, savunma, ziraat ve medikal yer alırken; kişisel ve ev kullanımları için üretilen robotlar ise ev işleri, eğlence ve boş zamanları değerlendirme amacıyla kullanılmaktadır (Fırat ve Fırat, 2017: 219-220). Grafik 1'de 2010-2019 yılları arasında Asya/Avustralya, Avrupa ve Amerika'daki yıllık endüstriyel robot kurulumları gösterilmektedir.

Grafik 1: Yıllık Endüstriyel Robot Üretim Miktarı (Bin Birim)



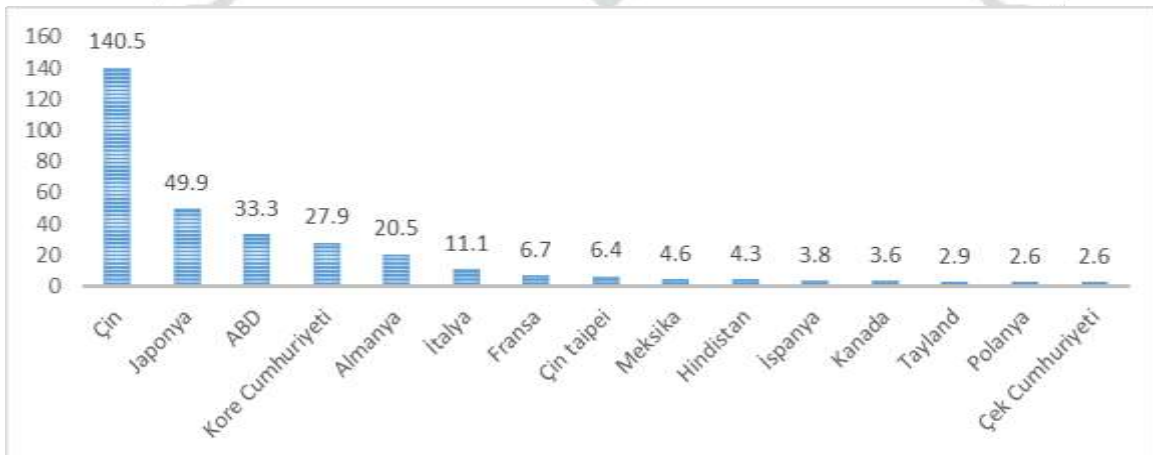
Kaynak: International Federation of Robotics, 2020

Grafik 1 incelendiğinde 2010 ile 2019 yılları arasında verilerin yer aldığı her üç bölgede de endüstriyel robot üretim miktarlarında oldukça önemli artışlar olduğu görülmektedir. Buna göre dünya artık daha fazla bir oranda ve kapsamda üretim sürecinde robotlardan yararlanmakta, robotlar daha fazla bir kullanım alanına sahip olmaktadır. Grafik 2'de ise dünyada 2017-2019 döneminde yıllık ana sektörler itibarıyla kullanılan robotların arz miktarları verilmiştir.

Grafik 2: Dünyada Yıllık Endüstriyel Robot Arz Miktarları

Kaynak: International Federation of Robotics, 2020

Grafik 2’de yer alan verilere bakıldığında her yılda endüstriyel robotik üretim arzı en fazla otomotiv sonrasında ise elektrik/elektronik sektöründe kaydedilmiştir. En az arz ise gıda ve kimyasal ve plastik ürünlerde ortaya çıkmıştır. Grafik 3’te ise dünyada en fazla endüstriyel robot üretimine sahip ilk 15 ülke gösterilmektedir.

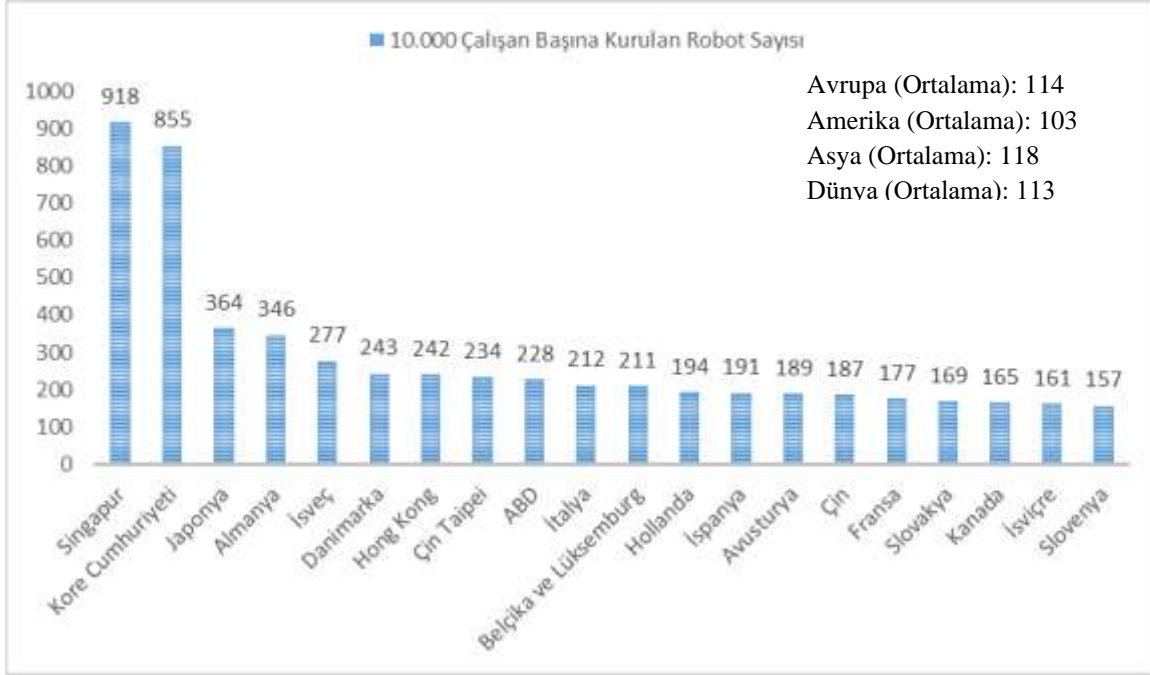
Grafik 3: Yıllık Endüstriyel Robot Kurulumuna Sahip 15 En Büyük Pazar (2019)

Kaynak: International Federation of Robotics, 2020

Grafik 3’te yer alan verilere bakıldığında dünyada en fazla robot üretimi yapan ülkelerin başında Çin gelmektedir. Öyle ki en yakın rakibi olan Japonya’nın hemen hemen 3 katı daha fazla robot üretimi yaptığı görülmektedir. Bununla birlikte robot üretiminde Asya bölgesinin

önemli bir paya sahip olduğu ve robot üretiminin yaklaşık %80'ini gerçekleştirdikleri görülmektedir. Grafik 4'te ise İmalat sektöründe robot yoğunluğu olan ülkelere yer verilmiştir.

Grafik 4: İmalat Sektöründe Robot Yoğunluğu Olan Ülkeler (2019)



Kaynak: International Federation of Robotics, 2020

Grafik 4'te yer alan verilere bakıldığında imalat sektöründe en fazla robot yoğunluğu olan ülke Singapur iken en az Slovenya olarak görülmektedir. Avrupa ortalama yoğunluğu 114, Amerika ortalama yoğunluğu 103, Asya yoğunluğu 118 ve dünya ortalama yoğunluğu 113 olduğu göz nünde alındığında Asya bölgesindeki ülkelerin diğer bölgelere göre imalat sektöründe robotları daha yoğun kullandıkları görülmektedir.

4. ROBOTLAŞMANIN EKONOMİK ETKİLERİ

Teknolojinin gelişme hızında yaşanan gelişme ile birlikte Endüstri 4.0'a geçişin üretimde robotlaşma dönüşümü ekonomide bir kısım yararlar sağlamakla birlikte zararlar da getirmektedir. Buna göre robotlaşmanın ekonomiye etkileri temel olarak 4 başlık altında toplanabilmektedir (Yıldız, 2019: 304-312):

İşgücü Piyasasına etkisi: Robotlaşmanın artmasıyla birlikte özellikle vasıfsız iş gücü işlerini kaybedecek ve işsizlik sorunları ortaya çıkacaktır. Bununla birlikte bu durum insanların beceri ve yeteneklerini gözden geçirmesine ve yeni beceriler elde etmesi, geliştirmesi ve teknolojiyi takip ederek kendini sürekli yenilemesi ve geliştirmesine yol açacaktır. Bu durumun ortaya çıkaracağı yeni öğretiler arasında; aktif öğrenme, analitik düşünme, yaratıcılık, sorumluluk alma, karmaşık problem çözme, liderlik ve sosyal zekâya sahip olma, eleştirel düşünme gibi insana özgü yetiler yer almaktadır. Böylece, robotlaşma nedeniyle işsiz kalmak istemeyen kişiler hayat boyu öğrenme programına tabi tutulmuş olacaktır.

Gelir Dağılımına Etkisi: Robotlaşmanın artması yeni bir piyasa oluşturmakta ve işçiler ve işletme sahipleri veya robot sahipleri üçgeninde gelir dağılımı, işçiler ve işletme sahiplerinin

aleyhinde bozulmaktadır. Aynı zamanda artan robotlaşma, orta veya düşük eğitim düzeyine sahip çalışanların yaptığı işlerin otomasyona daha meyilli olması nedeniyle bu grubu işsiz bırakmaktadır. Bundan dolayıdır ki yüksek vasıflı mesleğini robotlara kaptırmamış olan yüksek gelirli kesimler düşük gelirli kesim arasındaki gelir adaletsizliği artacaktır.

Büyüme ve Rekabet Gücüne Etkisi: Teknolojik gelişmeler ekseninde artan robotlaşma bir yandan işsizliğe neden olurken, diğer yandan ise üretim aşmasında verimliliği ve işletmelerin rekabet edilebilirliğini artırmaktadır. İşgücü ve üretim maliyetlerinde meydana gelen azalma neticesinde ortaya çıkan verimlilik artışı işletmelerin rekabet gücünü artırarak ülke ekonomisinde büyümeyi olumlu etkilemektedir.

Kamu Ekonomisine Etkisi: Robotların, işçiler gibi vergi vb. yüklerle tabi olmaması nedeniyle vergi tabanının daralmasına ve toplam vergi gelirlerinde azalmaya neden olabileceği düşünülmektedir. Aynı zamanda işgücü arzında insanların yerini robotların alması sebebiyle işsiz kalan kişilere yapılacak devlet yardımları veya ilave istihdam oluşturmak amacıyla yapılacak harcamalar kamu harcamalarını artırarak ilave kamu kaynağını gerekli kılacaktır. Böylece robotlaşma hem kamu harcamalarında artışa hem de kamu gelirlerinde azalmaya neden olacağından bütçe dengesini de olumsuz etkileyecektir.

Sonuç olarak vergi sistemlerinde yeni düzenlemeler yapılmadığı sürece robotların insanlar kadar iyi bir vergi mükellefi olamayacağı aşikardır. İnsan emeği yerin tercih edilecek robotlara yönelik vergisel düzenlemeler yapılmadığı sürece vergi gelirlerinde azalma meydana geleceği ve işsiz bireyler için yapılacak ilave harcamalar da bütçe açıkları üzerinde baskı oluşturacaktır. Bu nedenle robotlaşmanın vergi gelirlerini azaltıcı etkisi göz ardı edilmemeli ve robotlar için de benzer vergi düzenlemeleri yapılmalıdır. Robotlaşmanın neden olacağı teknolojik işsizlik, işsizler için ek istihdam harcamaları ve vergi gelirlerinde meydana gelecek azalma politika yapıcılar için sorun teşkil edecektir. Bu kapsamda robotlaşmanın yol açacağı bütçe açıkları etkisi robotlardan alınacak vergilerle telafi edilmelidir (Turan, 2020: 65). Tablo 1’de insanlar yerine robotların ikame edilmesi durumunda karşılaşılabilecek olumlu ve olumsuz argümanlar yer verilmiştir.

Tablo 1: İnsan Emeği Yerine Robot Çalıştırma Argümanları

| | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - Robotlar 7/24 çalışabilir - Robotlar çeşitli görevleri uygulayabilir ve kapsamlarını yazılım ve donanım yükseltmeleriyle genişletebilir - Robotlar işlerini doğru ve zamanında yerine getirebilir - Robotlar, rutin işleri tekrar tekrar yapabilir - Robotlar şikayet etmez, hastalanmaz, grev yapmaz, ayrımcılık yapmaz, haber vermeden işinden ayrılmaz, olumsuz duygular göstermez, işten kaçmaz | <ul style="list-style-type: none"> - Robotlar düşünüp üretilme yeteneğinden yoksundur - Robotlar hiçbir zaman insan gözetiminden tamamen bağımsız olamaz - Robotlar kişisel yaklaşımı sahip değil - Robotlar yapılandırılmış durumlarda yönlendirme yapabilir (en azından şu an için) - Robotlar, insan çalışanlar tarafından tehdit olarak algılanabilir |
|---|--|

Kaynak: Ivanov, 2017: 3

Mevcut teknolojiler, iş faaliyetlerinin çoğunu hâlihazırda mekanize edebilir ve bu teknolojilerin maliyeti, insan işgücü maliyetlerinin arttığı bir zamanda düşmektedir. Bunun da ötesinde, bilgi işlem, yapay zeka (AI) ve robotikteki sürekli ve üstel gelişmeler, giderek artan sayıda alanda otomasyona izin vermektedir. Sonuç olarak, akademik ve endüstri uzmanları, otomasyonun yakın gelecekte önemli ölçüde "teknolojik işsizlikle" sonuçlanacağını yaygın bir şekilde öngörmektedirler (Abbott ve Bogenschneider, 2018: 145-146). Gerçek bir genel amaçlı robot, fiziksel olarak yapabileceği herhangi bir görevi öğrenme ve bunlara uyum sağlama yeteneğine

sahip olacaktır. Baxter robotu, piyasadaki ilk genel amaçlı robotlardan biridir. Baxter, üretim hatlarında kutuları paketleme ve paketten çıkarma ve çeşitli malzemelerin hassas montajı gibi görevleri gerçekleştirebilir. Baxter, bir insanın sahip olduğu çok yönlülük seviyesine yakın hiçbir yere sahip değildir, ancak temel görevleri etkili bir şekilde yerine getirebilir. Ortalama bir işletme sahibinin bakış açısından 25.000 \$'lık mutlak minimum fiyat hala nispeten yüksektir, ancak teknoloji ilerledikçe düşmesi beklenmektedir ve piyasada daha fazla rekabet vardır (Rethink Robotics, 2014). Teknoloji daha ucuz ve daha verimli hale geldiğinde, asgari ücretli işçilerin yerine genel amaçlı robotların kullanılması daha ekonomik olacaktır. Ortalama bir Amerikalının haftada 40 saat çalıştığını ve ulusal asgari ücretin saatte 7,25 dolar olduğunu varsayalım. Bir şirkete yıllık maliyeti diğer maliyetler hariç yaklaşık 13.920 dolar olmaktadır. Bir robot bu fiyat noktasına ulaştığında, robotlar saatlik bazda daha az verimli olsa bile birçok iş otomatikleştirilecektir (Holden, 2017: 22). Robot teknolojisi ve kullanımının insan hayatında neden olabileceği faydalar ile zorluklar genel olarak Tablo 2'de gösterilmektedir.

Tablo 2: Robotlaşmanın Faydaları ve Zorlukları

| Robotlaşmanın Faydaları | Robotlaşmanın Zorlukları |
|---|--|
| <p>Aşağıdakiler nedeniyle uzun vadede yaşam kalitesinde iyileşme:</p> <ul style="list-style-type: none"> - İnsanlar zor el işlerinden kurtulacak - Boş zamanın önemli ölçüde artması - Yaratıcı ve zevkli aktiviteler için zaman kazanma - İşle ilgili daha az stres - İyileştirilmiş sağlık, artan yaşam beklentisi | <p>Aşağıdakiler nedeniyle kısa ve orta vadeli zorluklar:</p> <ul style="list-style-type: none"> - İşsizlik ve daha düşük maaşlar - Olası işlevsel cehalet, insanlar bir şeyleri nasıl yapacaklarını unutabilir - Çalışan ve işsizler arasında toplumun bölünmesi - Sosyal değerlerdeki değişiklikler (insan hayatı değerli mi? Robotlarımız varken ihtiyaçlarımızı karşılayacak başka insanlara ihtiyacımız var mı?) - Kendini çok fazla boş zamanı olan, yapacak hiçbir şeyi olmayan ve çalışmaya ihtiyaç duymayan insanların psikolojik sorunları - Sosyal huzursuzluk ve siyasi istikrarsızlık (insan çalışanların robotlarla ikame edilmesinden dolayı) - Göç ve savaşlar |

Kaynak: Ivanov, 2017: 5

Tablo 2'den de görüleceği üzere robotun insan hayatına girmesi, ekonomik yaşamda belli bir yer edinmesiyle fayda ve zararlar ortaya çıkmaktadır. Söz konusu faydalar ile bir yandan insan hayatı daha rahat bir hal alabilirken diğer yandan zararlar ile belki de daha da kötüleşmektedir. Bu noktada robotların hangi alanlarda kullanıldığı, o alanlarda yerini aldıkları emeğin durumu, yani insan hayatına olan ekonomik, sosyal, kültürel vb. alanlardaki etkisi önem arz etmektedir. Her durumda, robotlar ve çalışanları karşılaştırdığımızda, gelecek çalışanlar için pek parlak görünmüyor ve birçoğu mevcut işlerini kaybedip bu işler robotlar tarafından devralınacaktır (Frey ve Osborne, 2013). Gelişmiş yetenekler ve düşen üretim maliyetlerinin birleşimi, özellikle endüstriyel robotlara yol açmıştır (Chiacchio vd., 2018: 1). Robotların hastalanma veya uyuma gibi insana özgü ihtiyaçları bulunmamaktadır. Robotlar saat başına üretimde daha az verimli olabilir, ancak uygun şekilde bakımları yapılırsa süresiz olarak çalışabilirler (Holden, 2017: 23). Elbette, yeni teknolojiler, yeni becerilere sahip insanlar için yeni işler çıkaracaktır, ancak çok geç ve çok az iş kolu ortaya çıkacaktır. Bundan dolayı birçok düşünürü göre robotlar toplum üzerinde son derece olumsuz bir etkiye sahip olacak, yüz milyonlarca insan işsiz kalacak ve robotlaştırılmış bir ekonomide çalışmak için gerekli becerilere sahip olamayacaklar (Ivanov, 2017: 3).

5. ROBOTLARIN VERGİLENDİRİLMESİ

Hızlandırılmış otomasyon, vasıfsız işgücünün insana yakışır ücret ödeyen işler bulmasının zor olacağı endişelerini artırdı. Örneğin 1,2 milyon çalışanı olan iPhone üreticisi Foxconn, işçilerin yerine sürekli olarak robot kullanacağı ve nihayet neredeyse tüm fabrikaları otomatikleştireceğini ilan etti. Ampirik kanıtlar aynı zamanda endüstriyel robotların veya yapay zekaya dayalı cihazların işgücünün yerine kullanılmasının vasıfsız ücret oranını bastıracağını da gösteriyor ki bu, genellikle ikame etkisi olarak adlandırılan bir sonuçtur. Ek olarak, otomasyonun vasıfsız işgücü üzerindeki potansiyel olumsuz etkisi, robotların vergilendirilmesi gerekip gerekmediği konusunda geniş bir tartışmaya yol açtı. Örneğin, Avrupa Parlamentosunun bir taslak raporunda bir robot vergisi önerilmiş, Bill Gates ve Robert Shiller gibi bazı kişiler bu vergiyi destek çıkarken olumsuz tepki gösterenler de oldu (Zhang, 2018: 1). Avrupa Parlamentosu tarafından onaylanan nihai metin, tavsiyeden kaçınmakla birlikte gelir sorununa da alternatif bir çözüm sunmamaktadır (Floridi, 2017: 3).

Robotların iş dünyasında yer almasının hız kazandığı son zamanlarda Bill Gates tarafından “robotların da vergilendirilmeleri gerektiği”ne ilişkin yapılan açıklama “robot vergisi” konusunu kamuoyunda tartışılır hale getirmiştir. 2017 yılında Bill Gates tarafından yapılan röportajda, robotlar ve insanlar yer değiştirerek aynı işi yapacaklarsa robotların da insanlar gibi vergilendirilmesinin mantıklı bir düşünce olduğuna vurgu yapılmıştır. Vergilendirme biçimine ilişkin tam bir bilgi verilmemiş olsa da burada insanla aynı işi yapacak olan robotların da “robot vergisi” adı altında vergilendirilmesinden söz edilmiştir. Bu tür bir vergilendirmeden güdülen amaç ise mevcut vergi gelirlerinin korunması ve çalışma hayatında meydana gelecek bu değişimin mevcut düzeni bozmamasıdır (Gedik, 2020: 40). Bu kapsamda robot vergisi, robotlaşmanın yol açacağı teknolojik işsizliğe karşı çözüm önerisi olarak tartışılmaktadır. Robot vergisi, 1950’li yıllardan itibaren tartışılan katma değer vergisi niteliğinde bir makine vergisinin uzantısıdır. Bunun altında yatan temel düşünce, üretimde veya diğer alanlarda kullanılacak olan robotların mülkiyetinin veya kazançlarının vergilendirilerek, buradan elde edilen hasılatın sosyal güvenlik sistemine veya eğitim sektörüne aktarılmasıdır (Kurt ve Bozoklu, 2019: 41).

Robotik teknolojinin işgücü piyasası üzerindeki etkisini hafifletmek ve ekonomik faydalarının daha adil bir şekilde yeniden dağıtımını sağlamak için daha fazla eğitim ve evrensel bir temel gelire ihtiyaç duyulabilir. Bu, toplumun daha fazla kaynağa ihtiyaç duyacağı anlamına gelir. Ancak robotlar vergi ödememektedir. Dolayısıyla robotlar, vergi mükelleflerinin parası için daha yüksek bir talebe neden olurken, aynı zamanda daha düşük bir arz da sağlar. Sorun, düşük gelirli insanların, giderek robotik hale gelen süreçlerle daha verimli üretilen ucuz mallar satın alamamasıyla daha da kötüleşecektir (Floridi, 2017: 3). Rekabetin güçlü bir göstergesi olan endüstriyel robotların işletmeler açısından büyük maliyet ve verimlilik avantajları sağlayacağı konuşulurken, bir yandan da insan ve robot ikamesinin ekonomik ve vergisel açıdan olumsuzluklara neden olacağı tartışılmaktadır. Bu konuda yapılan çalışmalarda özellikle toplam vergi gelirleri içerisinde gelir vergisi yüksek olan gelişmekte olan ülkelerde robotlaşmanın vergi gelirlerinde daha fazla azalmaya yol açacağı ve artan işsizlik dolayısıyla da ilave kamu kaynağına ihtiyaç duyulacağı savunulmaktadır. Tüm bu olumsuzluklar neticesinde robot vergisi gündeme gelmekte ve robot vergisinin maliye politikası aracı olarak kullanılarak ortaya çıkabilecek olan ekonomik istikrarsızlığın önlenmesi amaçlanmaktadır (Yıldız, 2019: 303-304). Robotların aşamalı olarak işgücünün yerini alması ve politika yapıcıların büyük işsizlik ve kamu kaynaklarının yokluğu ile yüzleşmesi koşuluyla, bir robot vergisinin getirilmesi hakkında bir tartışma yürütülmektedir. İki konu söz konusudur: a) işgücü

vergileri hemen hemen her yerde vergi gelirinin büyük bir bölümünü sağlar, bu nedenle robotlar aşamalı olarak emeği ikame ederse, vergi gelirinde bir düşüş beklenir; b) veriler robotlaşmanın özellikle rutin/düşük vasıflı çalışanları engellediğini gösterdiğinden, ekonomik literatürün çoğu, yapay zekâlaşmanın getirdiği işsizlikle mücadele etmek için eğitim ve öğretime yatırım yapılmasını önermektedir. Sonuç olarak kamu kaynaklarına olan ihtiyaç artabilir. Özetle, bir robot vergisi üretken girdiler arasında vergi tarafsızlığını yeniden tesis edebilir, işsizliğin büyümesini yavaşlatabilir ve gerekli kamu kaynaklarını sağlayabilir (Bottone, 2018: 2).

Robot vergisini savunanlara göre böyle bir vergi ile aynı zamanda vergi tabanı çevreye zarar veren maddelerin tüketimine kayacak, böylece hem emek üzerinden alınan vergi oranlarında hem de sosyal sigorta primlerinde düşüşe neden olabilecek adil vergi politikalarına benzer faydalar ortaya çıkabilecektir. Aynı zamanda buradan elde edilecek gelir ile robotlaşma sonucu işsiz kalan kişilerin yeni beceriler kazanmaları için uygulanacak eğitimlerin masrafları karşılanabilir, sürekli işsizlik uygulamaları hayata geçirilebilir (Turan, 2020: 66). Robot vergisine karşı çıkanlar ile savunanlarının belirli noktalarda savundukları argümanlar vardır. Bu argümanlar Tablo 3’de gösterilmektedir.

Tablo 3: Robot Vergisinin Savunan ve Karşı Çıkanların Argümanları

| Savunanların Görüşü | Karşı Çıkanların Görüşü |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - Robot vergisi sayesinde insan emeği yerine robotu tercih etmenin maliyet avantajı ortadan kalkacak ve buna bağlı işsizlikler azalacaktır. - Robotlaşma sonucu işsiz kalan kişilerin sosyal güvencesi robot vergisi ile sağlanabilecektir. - Robot vergisi vergi tabanının genişlemesine yol açacak, böylece emek üzerinden alınan vergi oranlarında azalma meydana gelecektir. - Robot vergisinden elde edilen gelirler hem kamu açıklarının finansmanı sağlanacak hem de düşük gelirleri kesime yapılacak transferler ile gelirler dağılımında adaletin artırılması sağlanacaktır. - Robotlar sayesinde sağlanan yüksek verimlilik ile ekonomik büyüme ve kalkınmada artış görülerek toplam refah artacaktır | <ul style="list-style-type: none"> - Robot vergisi rekabet edilebilirlik ve istihdamı olumsuz etkileyecektir. - Robot vergisi otomasyonun sağlayacağı avantajları engelleyecektir. - Robot tanımı net olmadığı için vergi salınırken uygulanmada karışıklığa yol açabilecektir. - Uluslararası alanda vergilendirmeye ilgili henüz tam bir iş birliğinin gelişmemiş olması - Kalkınmasını tamamlamayan ülkelerde uygulanacak böyle bir vergi robot kullanım maliyetini artıracak, teknolojik ilerleme ve gelişmeyi olumsuz etkileyerek verimliliği, istihdamı ve rekabet gücünü azaltabilecektir. - Fiziksel varlığı olmayan robotları kullanan şirketler, vergi avantajlı bölgelere gidebilecektir. |

Kaynak: Turan, (2020), Kurt ve Bozoklu, (2019), Çetinkaya ve Akar, (2018), Mazur, (2019)

Robot vergisi uygulanması halinde ilk önerilen vergi konusunun gelir olmasıdır. Diğer bir deyişle robot vergisinin varsayımsal bir maaş üzerinden alınan bir gelir vergisi olması gerektiği ileri sürülmektedir. Robotlar nedeniyle işlerini kaybetmiş çalışanların ücretleri, şirketlerin bu vergiye karşı yükümlülüğünün değerlendirilmesinde referans alınabilir. Referans alınan bu ücretler, zaman içinde verginin gerçek veriminin devamının sağlanabilmesi için yıllık olarak kazanç ve enflasyondaki artış ile değerlendirilebilir. Bununla birlikte hükümetler, robot teknolojisinin satın alınmasıyla ödenecek KDV oranlarını artırarak bu teknolojiyen yararlanacak firmaların, mal ve hizmetlerin satışları nedeniyle hesaplamak zorunda oldukları KDV’den indirebilme haklarından feragat edebilirler. İkinci öneri ise vergi konusuna robotların, sahiplerinin (işverenlerinin) sermayelerinin girmesi ve işverenlerin bünyesinde bulunan bu robot servetleri üzerinden bir vergi alınmasıdır (Çetinkaya ve Akar, 2018: 51). Ancak burada robotların vergilendirilmesi ile ilgili bazı noktalarda belirsizlikler vardır. Bu

belirsizlikler; robotların hukuki statüsünün belli olmayışı ve bu durumun verginin mükellefi ve konusu ile ilgili belirsizlik oluşturması, robotların üretim üzerinden oluşturdukları gelir üzerinden mi yoksa bir meta olarak kendileri üzerinden mi ya da tabi oldukları işletmenin geliri üzerinden mi vergi alınacağı ile ilgili belirsizliklerin olması, robot vergisinde vergi matrahının belirlenmesinde yaşanan güçlükler olarak sıralanabilmektedir. Robotlara veya kullanımlarına bir vergi getirilmesi, robotların belirli bir vergi kişiliğini tanımanın sonucu olacaktır. Bu nedenle, vergi hukukunun robotlara yasal bir ehliyet vermesi ve vergi hukukuna yeni bir tüzel kişilik türü getirmesi gerektiği tartışılabilir (Oberson, 2017: 255).

Robotların vergilendirilmesi ile ilgili bazı öneriler aşağıdaki gibi sıralanabilmektedir (Oberson, 2017; Yıldız, 2019; Guerreiro vd., 2017)

- Robotların birden çok faaliyetine atfedilebilen emsal gelire bir vergi getirilmesi
- Robotların faaliyetlerine atfedilebilen geliri sosyal güvenlik primlerine tabi tutmak
- Robotların faaliyetlerini katma değer vergisine tabi tutmak
- Robotlara bir nesne vergisi getirme
- Robotlara bir ücret getirilmesi
- Robot Harcı Getirmek
- Otomasyon Vergisi Uygulamak
- Kurumlar Vergisi Oranını Yükseltmek
- Katma Değer Vergisi Oranını Yükseltmek

Emek piyasasına etkisiyle ilgili yasal düzenlemelerin zemini tam oluşturulmadığından robot vergisiyle ilgili tartışmalar erken aşamadır. Konu hakkında Avrupa Parlamentosu ve Güney Kore tarafından çalışma başlatılmış olsa da, bu çalışmaların geliştirilmesine ihtiyaç duyulmaktadır. Ayrıca, Avrupa Parlamentosu tarafından robotlaşmanın neden olacağı işsizliğe karşı insanların yeteneklerini artırmaya yönelik eğitim harcamalarının giderilmesi amacıyla önerilen robot vergisi teklifi reddedilmiştir (Kurt ve Bozoklu, 2019: 41).

SONUÇ

Dünya hayatının var olduğundan bu yana sürekli olarak devam eden üretim süreci yerleşik hayata geçiş ve bir arada yaşamaya başlanmasıyla birlikte daha önemli hale gelmiştir. Nitekim avcı-toplayıcı dönemde sadece bireysel veya kendi aile, grup, kabilenin ihtiyaçları gözetilerek ve üretim yapmadan giderilen insan ihtiyaçları yerleşik hayat geçiş, bir arada yaşamın genişlemesi ve tarım ile birlikte daha fazla üretime ihtiyaç duyulur hale gelmiştir. Bu ihtiyaca binaen de üretim süreci çeşitlenmiş, hızlanmış ve daha ucuz hale gelmiştir. İnsan yaşamındaki bu üretim süreci teknik ilerleme başta olmak üzere matematik, kimya, biyoloji, fizik gibi birçok bilim alanında kaydedilen ilerlemeler ile farklı bir boyuta evrilerek çeşitli devrimlerin yaşanmasına zemin hazırlamıştır. Buna göre üretim sürecinin geçirmiş olduğu 3 adet devrimden bahsedilebilir. Bunlardan ilki olan endüstri 1.0 devrimi ile üretimde buhar gücü kullanılmaya başlanarak mekanik üretim sürecine geçilmiştir. İkinci devrim olan endüstri 2.0 ile elektrik gücü sanayide üretim sürecine dahil edilmiştir. Üçüncü sanayi devrimi olan endüstri 3.0 ile ise teknolojinin özellikle 21. Yüzyılda oldukça hızlı bir şekilde gelişme göstermesi ve bunun bir yansıması olarak dünyanın her alanda dijitalleşmesi ile birlikte üretim süreçlerinde bilgi teknolojileri kullanılmaya başlanmış ve üretim otomatikleşmiştir. Bu üç endüstri devrimi ile birlikte son zamanlarda üretim sürecinde bilişim teknolojilerinin daha da ileri bir safhaya geçmesi ve internetin hemen hemen her alanda etkili bir işlev göstermesi ile birlikte nesnelerin interneti, hizmetlerin interneti ve Siber- Fiziksel Sistemler ile akıllı fabrikalar ve robotlar ile

fiziksel bir işleme gerek duymadan kendi kendine üretim yapan bir sürece geçilmesinin sanayi alanına getirmiş olduğu Endüstri 4.0 olarak adlandırılan yeni bir devrimin gerçekleştirilmesi amaçlanmaktadır.

Endüstri 4.0 ile artık üretim sürecinde akıllı fabrikalar, makinalar, robotlar insan ihtiyacına daha az gereksinim duyarak ve hem birbirleri ile hem de insanlarla sensörler ve internet yardımıyla kablosuz olarak iletişime geçebilen bir yeni yapılanma gerçekleşmeye başlamıştır. Merkezinde robotların yer aldığı endüstri 4.0 ile üretim sürecinde bilişim teknolojilerinin katkısıyla robotlar internet yardımıyla kablosuz olarak kendi aralarında ve insanlar ile iletişime geçebilecek ve üretim sürecini daha hızlı, daha ucuz ve daha verimli bir yapıya dönüştüreceklerdir. Bu dönüşüm sürecinin imalat sektörü başta olmak üzere ekonomik alanda ortaya koyacağı kolaylıklar ve faydalar olmakla birlikte bir takım sorunları da ortaya çıkacaktır. Bu sorunların başında emeğin yerini alacak olan robotların işsizlik oranlarında artışa neden olabilecek olmasıdır. Öyle ki gün geçtikçe daha ucuza mal edilen robotlar yardımıyla özellikle vasıfsız iş gücü üretim sürecinden çekilerek yerini robotlara bırakacaktır. Bu da ülkelerin önemli istihdam ve dolayısıyla diğer ekonomik ve mali sorunlar ile karşılaşmalarına neden olacaktır. Buna göre emeğin, yani çalışan kesimin işsiz kalması öncelikli olarak işsizlik sorunlarının ortaya çıkmasına neden olacaktır. İşsiz kalan vasıfsız iş gücünün yeni üretim modeline adapte etmek için yapılacak eğitim harcamaları ile bu kesime yapılacak sosyal transfer harcamaları kamu harcamalarının artmasına neden olacaktır. Bununla birlikte çalışan kesimin işsizlik ile karşı karşıya kalması bunların gelirleri üzerinden alınan ve birçok ülkede önemli bir gelir kalemi oluşturan vergiler ile gelirleri azaldığı için daha az harcama yapmaları dolayısıyla harcamalar üzerinden alınan vergilerin azalması sonucunu doğuracaktır. Kamu harcamalarının artmasına rağmen vergi gelirlerinin azalması da bütçe açıklarının büyümesine neden olacaktır. Ayrıca gelirlerini kaybeden vasıfsız çalışanlar ile vasıflı çalışanlar arasındaki gelir dağılımı daha da bozulacaktır.

Ekonomik ve mali alanda yaşanabilecek tüm bu sorunların giderilmesi ve yeni bir kaynak sağlama amacıyla son zamanlarda endüstri 4.0 ile üretimde daha yoğun olarak kullanılmaya başlanan robotlar üzerinden bir robot vergisi alınması önerisi gündeme gelmiştir. Robot vergisinin önerilme amacı, hem üretim yapıları sonucu aynı emeğe benzer şekilde vergiyi doğuran olayın ortaya çıkması hem de buradan sağlanan kaynak ile vasıfsız iş gücünün eğitilmesi ve bu kesime sosyal harcamalar yapılmasıdır. Günümüzde henüz uygulanmaya başlamamış olması ve birkaç uygulama girişiminin olumsuz sonuçlanmasıyla birlikte robot vergisi uygulaması bir takım belirsizlikler bulundurmaktadır. Bu belirsizlikler; robotların şuan için herhangi bir hukuki statülerinin tanımlanmamış olması, robot vergisinin mükellefi, konusu, matrahı gibi temel vergileme konularının açık olmaması, her ülkenin robot teknolojisinin aynı düzeyde gelişmemiş olması nedeniyle uluslararası alanda fikir ve uygulama birliğinin olmayışı, vergileme kapsamında hangi tür robotların neye göre alınacağını karmaşıklığı ve zorluğu, vergi idarelerinin teknik ve idari yapılarının şuan için bu vergilemeye hazır olmayışları olarak sıralanabilmektedir. Tüm bu belirsizlikler ile birlikte uygulanması gündeme gelen robot vergisi; Robotların birden çok faaliyetine atfedilen emsal bir gelir vergisi uygulaması, sosyal güvenlik primi olarak bir katkı payı alınması, faaliyetlerini katma değer vergisine tabi tutmak, nesne gibi düşünülüp objektif bir vergi uygulanması, hizmet ücreti getirilmesi, harç uygulanması, üzerinden alınan mevcut vergilerin artırılması veya tabi olduğu işletmenin yükümlü olduğu vergilerin yükseltilmesi şeklinde uygulanabilir. Tüm bu öneriler ile birlikte Türkiye gibi henüz robot teknolojisi ve kullanımını tam olarak tamamlayamamış az gelişmiş veya gelişmekte olan

ülkelerin bu tür bir robot teknolojisini yavaşlatacak veya sekteye uğratacak bir robot vergisini şuan için uygulamadan kaçınması önem arz etmektedir.

KAYNAKÇA

- Abbott, R. ve Bogenschneider, B. (2018). Should Robots Pay Taxes? Tax Policy in the Age of Automation, *Harvard Law & Policy Review*, Vol. 12.
- Bottone, G. (2018). *A Tax On Robots? Some food for thought*, MEF Ministero dell'Economia e delle Finanze Dipartimento delle Finanze Via dei Normanni, 5 00184 Roma
- Çetinkaya, G. ve Akar, S. (2018). *Robotlar Vergi Vermeli Mi? Türkiye Açısından Değerlendirme*, (Ed.) Akar, Sevda, Şenbel Eser, Duygu, Current Debates in Public Finance & Public Administration, Current Debates, No. 27, ISBN 978-1-912503-39-1, IJOPEC Publication, London.
- Chiacchio, F., Petropoulos, G. ve Pichler, D. (2018). The impact of industrial robots on EU employment and wages: A local labour market approach, *Bruegel Working Paper*, No. 2018/02, Bruegel, Brussels
- Eğilmez, M. (2017). *Endüstri 4.0, Kendime Yazılar*, <https://www.mahfiegilmez.com/2017/05/endustri-40.html>, Erişim Tarihi: 18.04.2021
- EKOIQ (2014). "Akıllı" Yeni Dünya: Dördüncü Sanayi Devrimi, *EKOIQ Dergisi'nin Özel Eki*, Aralık 2014
- Gedik, G. (2020). Robotlara Karşı Gerçek Kişilerin Korunması Açısından Robot Vergisi Önerisi, *Marmara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Hukuk Araştırmaları Dergisi*, Cilt 26, Sayı 1, ss. 24-48
- Floridi, L. (2017). Robots, Jobs, Taxes, and Responsibilities, *Philos. Technol*, 30: 1–4
- Fırat, O. Z. ve Fırat, S. Ü. (2017). Endüstri 4.0 Yolculuğunda Trendler ve Robotlar, *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, Cilt: 46, Sayı:2, 211-223
- Frey, C. B., ve Osborne, M. A. (2013). *The future of employment: how susceptible are jobs to computerisation?* Oxford Martin Programme on Technology and Employment Working Paper.
- Guerreiro, J., Rebelo, S. ve Pedro, T. (2017). *Should Robots be Taxed?*, Nber Working Paper Series, Working Paper 23806
- Holden, E. (2017). *Taxes for Robots: Automation and the Future of the Labor Market*, USF St. Petersburg campus Honors Program Theses (Undergraduate). 193. Erişim Tarihi: <https://digital.stpetersburg.usf.edu/honorsthesis/193>
- Ivanov, S. (2017). *Robonomics-Principles, Benefits, Challenges, Solutions*, Yearbook of Varna University of Management, 10, 283-293.

- Kurt, D. ve Bozoklu, Ü. (2019). *Robot Ekonomisinin Yükselişi*, Sosyal Bilimler Metinleri Yılı: 2019, Sayı: 01
- Mazur, O. (2019). *Taxing the Robots*, 46 Pepp. L. Rev. 277.
- Oberson, X. (2017). Taxing Robots? From the Emergence of an Electronic Ability to Pay to a Tax on Robots or the Use of Robots, *World Tax Journal*, 9(2), 247-261.
- Özsoylu, A. F. (2017). Endüstri 4.0, *Çukurova Üniversitesi İİBF Dergisi*, Cilt:21. Sayı:1, ss.41-64
- Turan, D. (2020). Ekonomik ve Mali Boyutlarıyla Robot Vergisi, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt: 20, Sayı/No: 1 (57-70)
- Türkiye'nin endüstri 4.0 Platformu (2018). *Endüstri Tarihine Kısa Bir Yolculuk*, <https://www.endustri40.com/endustri-tarihine-kisa-bir-yolculuk/>, Erişim Tarihi: 11.04.2021
- Yıldız, Y. (2019). Robot Vergisi: Yeni Nesil Bir Maliye Politikası Aracı, *Maliye Dergisi*, Temmuz-Aralık 2019; 177:299-329
- Yıldız, A. (2018). Endüstri 4.0 ve akıllı fabrikalar, *Sakarya Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 22 (2), 546-556.
- Zhang P., (2018). Automation, wage inequality and implications of a robot tax, *International Review of Economics and Finance*.
<https://www.innova.com.tr/tr/blog/dijital-donusum-blog/endustri-40-ile-gelen-yeni-uretim-cagi-akilli-fabrikalar> Erişim Tarihi: 12.04.2021
- https://ifr.org/img/worldrobotics/Executive_Summary_WR_2020_Industrial_Robots_1.pdf, Erişim Tarihi: 23.04.2021
- https://ifr.org/downloads/press2018/Presentation_WR_2020.pdf, Erişim Tarihi: 22.04.2021

VERGİ TAKOZU, DOĞRUDAN YABANCI YATIRIMLAR VE EKONOMİK BÜYÜME İLİŞKİSİ: OECD ÜLKELERİ ÖRNEĞİ

Ulvi Sandalcı

Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, ORCID ID: 0000-0003-1527-0815

ÖZET

Kamu harcamalarının finansmanı başta olmak üzere ekonomik büyüme, gelir dağılımında adalet ve ekonomik büyüme gibi birçok amaç kapsamında kullanılan vergiler devletler için büyük bir öneme sahiptir. Bundan dolayıdır ki vergi sistemleri, vergi gelirlerini tam ve zamanında tahsil edebilecek ve vergi erozyonunu en aza indirebilecek şekilde düzenlenmektedir. Vergi gelirlerinin eksiksiz olarak idareye aktarımının sağlandığı en önemli tahsil yöntemi çalışan ücretleri üzerinden alınan vergi ve diğer parafiskal gelirlerdir. İdare, çalışan kesimin ücretinden kesilen ve çalışana ödenmeden vergi sorumluları aracılığıyla kendisine intikal eden bu gelirleri eksiksiz ve zamanında tahsil etmektedir. Bu yönüyle çalışan kesim üzerinden alınan ve kesinti yoluyla idareye aktarılan bu gelirler hem idare için hem de işveren için önem atfetmektedir. Nitekim çalışan ücretleri üzerinden kesilen vergi ve diğer gelirler işverene maliyet yüklemektedir. Bu maliyet çalışanın eline geçen net ücret ile o çalışanın işverene olan toplam maliyeti arasındaki farkı ifade etmekte ve vergi takozu olarak adlandırılmaktadır. Vergi takozu, emek ve sermaye üzerine olan etkisi nedeniyle uluslararası birçok kuruluş tarafından dikkatle takip edilmekte ve devletlerarasındaki ekonomik karşılaştırmalarda önemli bir gösterge olarak kullanılmaktadır. Çalışma kapsamında birçok ekonomik değişken üzerinde etkili olan vergi takozunun doğrudan yabancı yatırımlar ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkisi araştırılmıştır. Bu kapsamda OECD ülkelerinin 2000-2019 dönemi vergi takozu, ekonomik büyüme ve doğrudan yabancı yatırım verileri kullanılmıştır. Çalışma sonucunda vergi takozu ile doğrudan yabancı yatırımlar ve ekonomik büyüme arasında ters, doğrudan yabancı yatırımlar ile ekonomik büyüme arasında ise doğru yönlü bir ilişki olduğuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Vergi Takozu, Doğrudan Yabancı Yatırımlar, Ekonomik Büyüme

TAX WEDGE, FOREIGN DIRECT INVESTMENTS AND THE RELATIONSHIP TO ECONOMIC GROWTH: THE CASE OF OECD COUNTRIES

ABSTRACT

Taxes, which are used for many purposes such as financing of public expenditures, economic growth, justice in income distribution and economic growth, are of great importance for states. That is why tax systems are arranged in a way that they can collect tax revenues fully and on time and minimize tax erosion. The most important collection method that ensures complete transfer of tax revenues to the administration is tax and other parafiscal incomes collected on employee wages. The administration collects these revenues, which are deducted from the

wages of the working group and transferred to the employee through the tax responsible, in full and on time. In this respect, these revenues received from the working population and transferred to the administration through deductions attach importance to both the administration and the employer. As a matter of fact, taxes and other incomes deducted from employee wages impose costs on the employer. This cost expresses the difference between the net wage received by the employee and the total cost of that employee to the employer and is called a tax wedge. The tax wedge is carefully followed by many international organizations due to its impact on labor and capital, and is used as an important indicator in economic comparisons between states. Within the scope of the study, the relationship between the tax wedge, which affects many economic variables, between foreign direct investments and economic growth has been investigated. In this context, the tax wedge, economic growth and foreign direct investment data of OECD countries for the period 2000-2019 were used. As a result of the study, it was found that there is an inverse relationship between the tax wedge and foreign direct investments and economic growth, and a correct relationship between foreign direct investments and economic growth.

Keywords: Tax Wedge, Foreign Direct Investments, Economic Growth

1. GİRİŞ

Devletin temel fonksiyonlarının yerine getirilmesinde en önemli finansman kaynağını oluşturan vergiler ekonomik büyüme, gelir dağılımının adalet ve ekonomik istikrar gibi diğer amaçlara da hizmet etmektedir. Bu hizmetler kapsamına vergilerin devletler için önemi oldukça fazladır. Vergiler devletler için olduğu kadar vergi yükümlüsü olan mükellefler için oldukça önem arz etmektedir. Nitekim vergiler yoluyla mükellefler maddi varlıklarının bir kısmını zorunlu ve karşılıksız olarak devlete aktarmakta, belli bir dereceye kadar refahları azalmaktadır. Bu azalma mükellefler üzerindeki vergi yüküne bağlı olarak değişmektedir. Bununla birlikte vergi dışı diğer gelirlerin de mükellefler tarafından tahsili söz konusu yükü daha da artırarak önemli mali ve ekonomik sorunlara neden olmaktadır. Bu sorunlardan biri de literatürde vergi takozu olarak adlandırılan ve çalışanın eline geçen net ücret ile o çalışanın işverene olan toplam maliyeti arasındaki farkı ifade eden vergi tokuzudur. Buna göre işveren çalışana ödediği ücretle birlikte vergiler ve sosyal sigorta primleri gibi diğer parafiskal gelirleri de yüklenmektedir. Bu da çalışanın işverene olan maliyetini daha da arttırmaktadır. İstihdam başta olmak üzere, ekonomik büyüme, yatırım ve tasarruf gibi birçok ekonomik değişken ile ilişkisi bulunan vergi takozu uluslararası ekonomik karşılaştırmalarda önemli bir gösterge olarak kullanılmaktadır. Vergi takozunun bu öneminden dolayı çalışmada 2000-2019 dönemi için OECD ülkelerinin vergi takozu, ekonomik büyüme ve doğrudan yabancı yatırımlar ile ilişkisi incelenmiştir. Bu kapsamında çalışmada öncelikli olarak vergi takozu kavramına değinilmiş, sonrasında ise sırasıyla doğrudan yabancı yatırımlar ile ekonomik büyüme ilişkisi incelenmiştir.

2. VERGİ TAKOZU

Kamu maliyesi literatüründe vergi yükü, belirli bir zaman diliminde kişiler veya kurumlar tarafından ödenen vergilerin kişi veya kurumların toplam gelirine oranlanmasıyla bulunan

değer olarak tanımlanmaktadır. Vergi yükünü ücret geliri elde edenler açısından ele aldığımızda ise vergi takozu kavramı karşımıza çıkmaktadır (Topal ve Bölükbaş, 2020: 151). İngilizce “*tax wedge*” olarak ifade edilen vergi takozu kavramı, Türkçe’ye vergi kaması olarak da çevrilebilmektedir. Vergi takozu genel olarak, işçinin eline geçen net ücret ile işverene maliyeti arasındaki fark olarak tanımlanmakta ve emek faktörü üzerinden hesaplanan vergi yükünü ifade etmektedir. Vergi takozunun kapsamına kişisel gelir vergisi, damga vergisi ve sosyal güvenlik prim ödemeleri gibi vergi benzeri yükler girmektedir. Bu haliyle vergi takozu oranı ülkede başta emek piyasası olmak üzere pek çok sektörü etkilemektedir (Topal ve Bölükbaş, 2020: 151). Vergi takozunun uluslararası karşılaştırmalarda kullanılmasına imkan tanıyan istihdamın önünde oluşturduğu vergi baskısı aşağıdaki gibi formülize edilmektedir (Göktürk, 2020):

$$\text{Vergi Takozu} = (\text{İşçinin İşverene Toplam Maliyeti} - \text{Çalışanın Eline Geçen Net Ücret}) / \text{İşçinin İşverene Toplam Maliyeti}$$

Çalışanın net ücreti, brüt ücretten vergiler ve sosyal güvenlik primleri düşülmesiyle hesaplanmaktadır. Bu tutara ayrıca varsa devletten alınan nakit transferler de eklenmektedir. İşveren açısından işgücü maliyeti hesaplanırken işçinin brüt ücretine işveren tarafından ödenen bordro vergileri ve sosyal güvenlik primleri eklenmektedir (Uşun, 2019: 436).

Tanımdan da anlaşılacağı üzere hükümetin – gelir vergileri ve zorunlu sosyal sigorta katkı payları yoluyla– istihdama yüklediği toplam ortalama yükü temsil eden vergi takozu (Hodge & Hickman, 2018: 3) sadece vergilerin değil, vergi benzeri yüklerin de dahil olduğu işveren üzerindeki mali külfeti ifade etmektedir. Vergi takozu oranının yüksekliği hem istihdam ve kayıt dışı ekonomi verilerini olumsuz etkilemekte hem de toplumun çeşitli kesimleri arasındaki adil gelir dağılımı ve gelirin bölüşümü önünde engel oluşturmaktadır. Aynı zamanda vergi takozu, güçlü sosyal güvenlik sistemine sahip gelişmiş ülkelerde istihdam edilebilir gruptaki kişilerin çalışmak yerine evde oturmayı tercih etmelerine de neden olmaktadır (Buyrukoğlu ve Kutbay, 2016: 256). Örneğin İsveç, Belçika, Danimarka ve Hollanda gibi gelişmiş ülkelerde işgücü üzerindeki yüksek vergi ve sosyal güvenlik yükleri ekonomide yaratılan marjinal faydanın çalışmaya değmeyeceğini düşündürmektedir. Gelişmesini tamamlayamamış ülkelerde ise vergi takozu yerli ve yabancı sermaye yatırım tercihlerini olumsuz etkileyerek kayıt dışılığı artırmakta ve işsizliğe neden olmaktadır (Günel, 2020: 80-81).

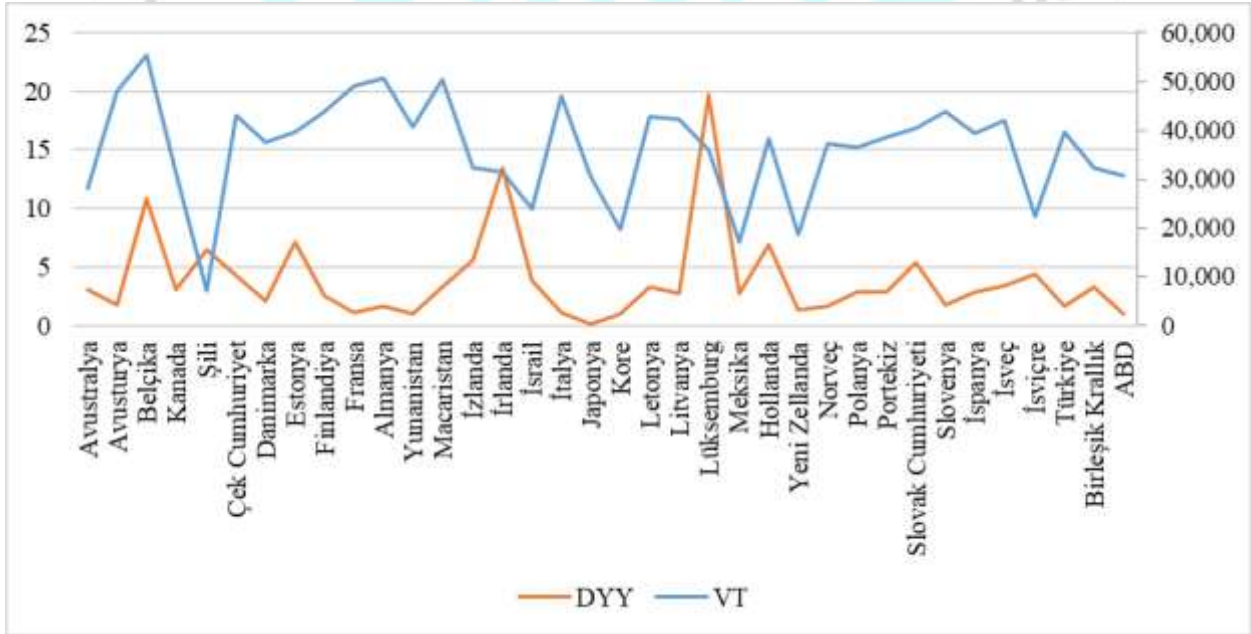
3. VERGİ TAKOZU VE DOĞRUDAN YABANCI YATIRIMLAR İLİŞKİSİ

Doğrudan yabancı sermaye yatırımları, piyasa ekonomisinin geçerli olduğu ekonomilerde ekonomik gelişmişliğin önemli unsurlarından birini oluşturmaktadır. Yabancı yatırımların her ne kadar ekonomi açısından önem arz etse de ekonomik olmayan unsurlar da etkileme özelliği bulunmaktadır. Bu durum yabancı yatırımlarda olduğu gibi bu yatırımların belirleyicileri için de geçerlidir. Nitekim yabancı sermaye yatırımları da mali, ekonomik ve siyasi birçok faktörden etkilenmektedir. Bu nedenle doğrudan yabancı yatırımları ülkesine çekmek isteyen ülkelerin dikkate alması gereken çeşitli etkenler bulunmaktadır. Bu etkenler yatırımların gelecekteki performansını etkilemesi açısından önem arz etmektedir. Yatırımların gelecekteki performansını etkileyen etkenlere enflasyon oranı, faiz oranı, reel döviz kuru, piyasanın derinliği, alt yapı olanakları ve kurumsallaşma ve vergi politikası örnek olarak gösterilebilir. Özellikle işgücü üzerindeki vergisel yüklerin / vergi takozunun doğrudan yabancı yatırımlar

üzerinde etkili olduğu ifade edilmektedir (Dökmen ve Kaygusuz, 2019: 220). Ekonomik faaliyetlerin küresel sistemdeki işleyişi ve hacminin değişmesiyle vergi takozunun yabancı yatırımlar üzerindeki olumsuz etkisini daha dikkate değer kılmıştır. Yüksek vergi takozu oranı, işgücü maliyetini artırmakta ve ücret artışları durumunda büyük maliyetleri ortaya çıkarmaktadır. Bu nedenle işgücünün yükseltilmesiyle istihdam edilmediği ve yüksek işgücü maliyetlerinin olmadığı ülkeler doğrudan yabancı sermayeyi kendi ülkelerine çekmeleri açısından avantajlı konumda olmaktadır. Bu haliyle bir ülkedeki doğrudan yabancı yatırımın hacminin ülkede uygulanmakta olan vergi sisteminden etkilendiği aşikârdır (Kaygusuz, 2019: 53-54).

Vergi takozunun istihdam üzerindeki negatif etkisi, işçinin eline geçen net fark ile işverenin katlandığı mali farkın yükselmesi durumunda ortaya çıkmaktadır. Yani işgücü üzerindeki vergisel yüklerin ağırlığı istihdamda daraltıcı etkiye neden olmaktadır (Kutbay vd., 2018: 112). Bazı ülkelerde ise çalışanların geliri arttıkça vergi takozu artış göstermektedir. Bu durum ise çalışanın marjinal faydasında azalmaya yol açabilmektedir. Bu nedenle bazı çalışmalarda yatırımlar üzerindeki vergisel yüklerin tasarruf birikimini azaltacağı, inovasyonu olumsuz etkileyeceğini ve nihayetinde yaşam kalitesinde azalmaya neden olacağı savunulmaktadır. (Yılcı vd., 2019: 287). Grafik 1’de OECD ülkeleri kapsamında vergi takozu ile DYY ilişkin 2000-2019 dönemi ortalama veriler yer almaktadır.

Grafik 1: Vergi Takozu ve DYY İlişkisi (2000-2019 Dönemi)



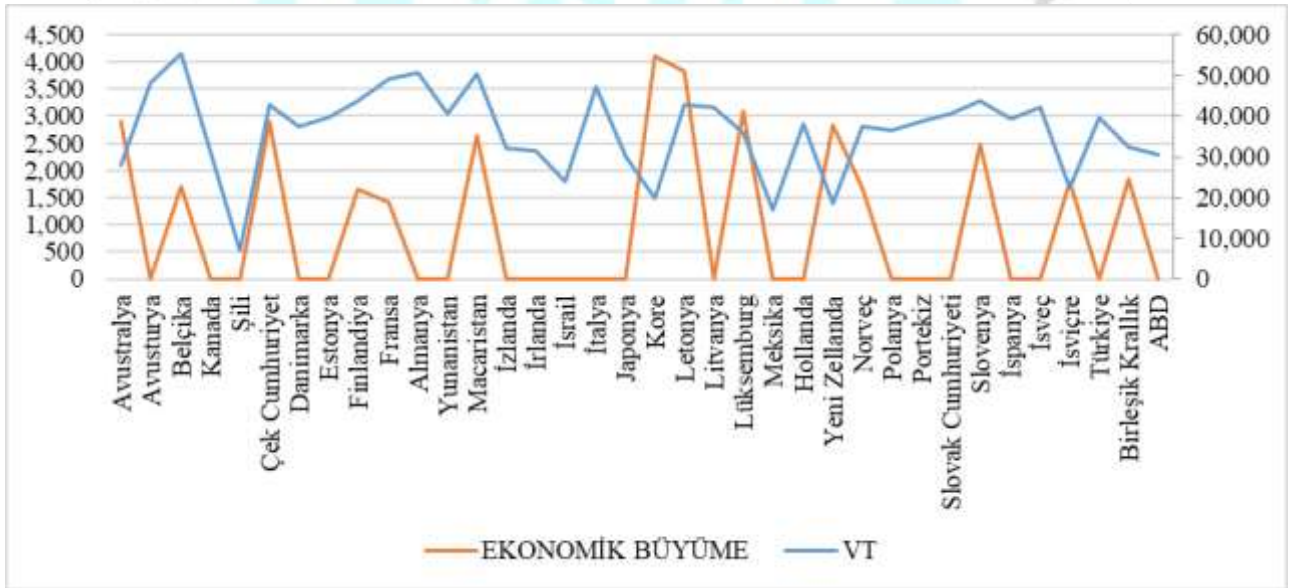
Kaynak: World Bank, 2021; UNCTADstat, 2021

Grafik 1’de yer alan OECD ülkelerinin 2000-2019 dönemi ortalama verilerine bakıldığında vergi takozu ile doğrudan yabancı yatırımlar arasındaki ters yönlü bir ilişki olduğu ortaya çıkmaktadır. Buna göre vergi takozunun düşük olduğu ülkelerde doğrudan yabancı yatırımlar yüksek, yüksek olduğu ülkelerde ise düşük seyretmiştir. Grafikten çıkan bir başka sonuç da ortalama vergi takozunun en fazla Belçika’da, en az Şili, ortalama doğrudan yabancı yatırımlar ise en fazla Lüksemburg, en az ise Japonya’da görülmektedir.

4. VERGİ TAKOZU VE EKONOMİK BÜYÜME İLİŞKİSİ

Vergi takozunun kapsamına sadece vergilerin değil sosyal güvenlik primleri gibi vergi benzeri gelirlerin de dahil olması, devletin vergisel alanda yaptığı düzenlemeler sonucu vergi takozu oranında artış ya da azalış meydana gelmektedir. Örneğin işgücü üzerindeki vergi ya da sosyal güvenlik kesintilerinde meydana gelen artışlar işgücü maliyetlerini artırmakta, işgücü maliyetlerindeki artış ise istihdamı, çalışanların net gelirlerini, toplam talebi daraltmakta, üretim ölçeğinde daralmaya neden olmakta ve kayıt dışı istihdamı artırmaktadır (Topal ve Bölükbaş, 2020: 153-154). Vergi takozunun emek piyasası üzerindeki olası olumsuz etkileri ise enflasyon ve büyüme üzerinde baskı oluşturmaktadır. Özellikle gelişmekte olan ekonomilerde yüksek vergi takozu oranları kayıt dışı ekonominin artmasına, rekabetin azalmasına ve bunlara bağlı olarak da yurtiçi ve yabancı yatırımları olumsuz etkilemektedir. Yatırımlar üzerindeki olumsuz baskılar ise istihdam ve ekonomik büyümeyi olumsuz etkilemektedir (İlkorur, 2005). Aslında vergi takozu kavramı çalışanlar üzerinde caydırıcı etki oluşturuyormuş gibi algılansa da esasında büyüme üzerinde de caydırıcı etkiye sahiptir. Nitekim vergi takozunun yüksekliği bir yandan çalışanın harcanabilir gelirinde azalma meydana getirdiğinden tasarruf ve tüketimin kısılmasına neden olmaktadır. Diğer taraftan ise işgücü maliyetlerini artırdığından istihdam da olumsuz etkilenir. Vergi kesintileri etkin olarak kullanılmadığında ise takozun olumsuz etkisi giderek artış eğilimi gösterir (İlkorur, 2002). Grafik 2’de OECD ülkeleri kapsamında vergi takozu ile ekonomik büyümeye ilişkin veriler yer almaktadır.

Grafik 2: Vergi Takozu ve Ekonomik Büyüme İlişkisi



Kaynak: World Bank, 2021; OECD, 2021

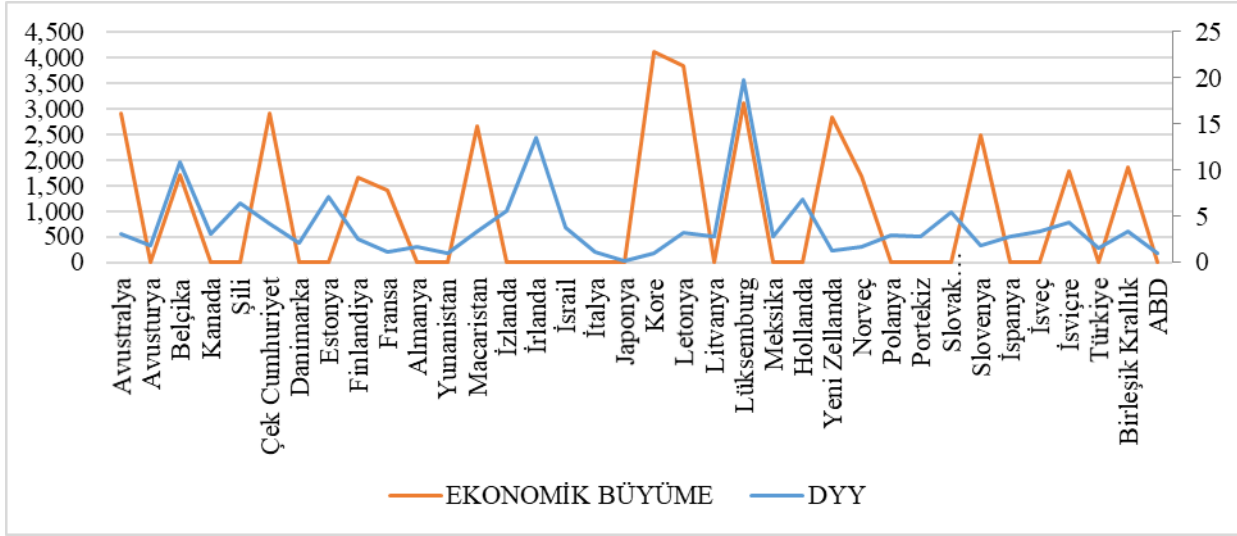
Grafik 2’de verilen ekonomik büyüme ile vergi takozu 2000-2019 dönemi ortalama verilerine bakıldığında vergi takozu-doğrudan yabancı yatırımlarda olduğu gibi ters yönlü bir ilişki olduğu ortaya çıkmaktadır. Buna göre vergi takozunun düşük olduğu ülkelerde ekonomik büyüme yüksek, yüksek olduğu ülkelerde ise düşük seyretmiştir. Grafikten çıkan bir başka sonuç da ortalama vergi takozunun en fazla Belçika’da, en az Şili, ortalama ekonomik büyüme ise en fazla Kore, en az ise İtalya’da görülmektedir.

5. DOĞRUDAN YABANCI YATIRIMLAR VE EKONOMİK BÜYÜME İLİŞKİSİ

Dünya’da küreselleşmenin etkisiyle 1980’li yıllardan itibaren liberal ekonomik politikaların uygulamaya konması, piyasa ekonomisinin gelişmesiyle finansal serbestleşme hareketleri ve sermaye hareketlerinin serbestleşmesi hız kazanmıştır. Bu kapsamda yabancı sermayenin bir çeşidi olan doğrudan yabancı yatırımlar da artmaya başlamıştır. Özellikle bu süreçte gelişmekte olan ülkeler ihtiyaç duydukları sermayeyi doğrudan yabancı yatırımlarla temin etmeye başlamışlardır. Doğrudan yabancı yatırımlar geldikleri ülkeler için sadece ekonomik açıdan değil aynı zamanda yeni teknolojilerin öğrenilmesi ve istihdam oluşturmaları açısından da önemlidir (Ekinci, 2011: 72). Bu nedene doğrudan yabancı yatırımlar, gelişmekte olan ülkelerin çoğu için kalkınma ve ekonomik büyümenin anahtarı konumunda olmaktadır (UNCTAD, 1999: 315).

DYY, genel olarak bir ülkede yerleşik bir firmanın başka bir ülkede uzun süreli faaliyet göstermek amacıyla gerçekleştirdiği yatırımları ifade etmektedir. Bu yatırımlar sermaye transferi sağlamakla birlikte, girişimcilik, teknolojik yenilik, risk oluşturma ve organizasyon transferi de sağlamaktadır. Dolayısıyla DYY’ler geldikleri ülkeye işletmecilik bilgisi ve know how’ı da getirerek rekabet gücü kazandırmaktadır (Mucuk ve Demirsel, 2009: 366). Doğrudan yabancı yatırımların yatay, dikey ve konglomera olmak üzere çeşitli türleri bulunmaktadır. Yatay doğrudan yatırım, kendi ülkesinde icraat yapılan iş koluyla aynı çeşit iş faaliyetine sahip yabancı firmaya yapılan yatırımı ifade etmektedir. Buna örnek olarak Çin’de faaliyet gösteren bir mağazanın aynısının başka bir yabancı ülkede açılması verilebilir. Dikey doğrudan yatırım, ana faaliyetten farklı ancak ana faaliyete bağlı olarak yapılan yabancı yatırımı ifade etmektedir. Örneğin, bir imalat şirketinin faaliyeti gereğince ihtiyaç duyduğu parçaları veya ham maddeyi temin etmek amacıyla yabancı bir şirketten yatırım alması. Konglomera yabancı yatırım ise, bir firma ya da kişinin kendi işiyle ilgili olmayan yabancı bir şirkete yaptığı yatırımdır. Bu yatırım türünde yatırımcı daha önceden tecrübesi olmayan bir işe giriştiği için mevcut durumda faaliyet gösteren yabancı firma ile ortak girişim şekline dönüşmektedir (www.innogate.org.tr, 2020).

Doğrudan yabancı yatırımlar ekonomik kalkınma ve gelişme sağlamanın yanı sıra birçok olumlu ve olumsuz etkileri bulunmaktadır. Olumlu etkiler arasında; sermaye birikiminde ve nitelikli iş gücünde artış, teknolojik gelişim, verimlilik ve istihdam artışı yer alırken olumsuz etkileri arasında ise, yerli yatırımları dışlama etkisi, karların yurtdışına transferi ve yatırımın etkisinin bulunduğu bölge ile sınırlı olması gibi etkiler yer almaktadır (Sağdıç vd., 2020: 684). Grafik 3’te OECD ülkeleri kapsamında doğrudan yabancı yatırımlar ile ekonomik büyüme verileri gösterilmiştir.

Grafik 3: Doğrudan Yabancı Yatırım ve Ekonomik Büyüme İlişkisi

Kaynak: OECD, 2021; UNCTADstat, 2021

Grafik 3’de verilen ekonomik büyüme ile doğrudan yabancı yatırımların 2000-2019 dönemi ortalama verilerine bakıldığında vergi takozu-doğrudan yabancı yatırımlar ve vergi takozu-ekonomik büyüme verilerinde olduğunun tam tersi bir yönlü bir ilişki olduğu ortaya çıkmaktadır. Buna göre doğrudan yabancı yatırımların düşük olduğu ülkelerde ekonomik büyüme düşük, yüksek olduğu ülkelere ise yüksek seyretmiştir. Bu ilişki de doğrudan yabancı yatırımların ülkelerin ekonomik büyüme performanslarını doğrudan etkilediğini göstermektedir.

SONUÇ

Mali amaç olan kamu harcamalarının finansmanı yanında mali olmayan amaçlar kapsamında da birçok farklı alanda kullanılan vergiler devletler için olmazsa olmaz bir kamu finansman kaynağını oluşturmaktadır. Buna göre vergiler aracılığıyla hem devletin asli fonksiyonları yerine getirilmekte hem de ekonomik büyüme, gelir dağılımında adalet, ekonomik istikrar vb. birçok politika yürütülmektedir. Bundan dolayıdır ki vergilerin eksiksiz ve zamanında tahsili için birçok politika yürütülmekte, çalışma yapılmaktadır. Devletler, vergi gelirlerini en az kayıpla tahsil edebilmek için vergi sistemlerini günün koşullarına göre yeniden yapılandırmakta, vergi denetim birimlerini daha etkin hale getirmeye çalışmaktadır. Bunların yanında vergi yapılarını mükelleflerin olabildiğince en az şekilde vergi kayıp ve kaçığına başvurabilecek şekilde değiştirmekte, tahsil yöntemlerini olabildiğince buna göre ayarlamaktadırlar. Vergilerin tahsilinde en az kayıp ve kaçığına neden olabilecek tahsil yöntemlerinden biri de çalışanların ücretleri üzerinden vergi sorumluları tarafından kesilen vergi ve diğer gelirlerdir. Buna göre çalışanlar ücretlerini işveren vergisiz olarak almakta, vergi ve diğer gelirleri vergi sorumlusu sıfatıyla işveren tarafından ilgili kamu idaresine ödenmektedir. İşveren tarafından çalışan adına ilgili kamu idarelerine aktarılan ve çalışanın eline geçen net ücret ile o çalışanın işverene olan toplam maliyeti arasındaki farkı ifade etmek için vergi takozu terimi kullanılmaktadır. Vergi takozu işverene belli bir maliyet yüklemekte ve istihdama bağlı olarak bu maliyet artmaktadır. Çalışanın ücreti ile birlikte diğer vergi ve

parafiskal gelirleri de üstlenen işveren ekonomik ve mali anlamda zora düşmektedir. Bu da şüphesiz istihdam, işsizlik, enflasyon, yatırımlar ve tasarruflar gibi birçok ekonomik değişkeni etkilemektedir. Bundan dolayıdır ki uluslararası ekonomik karşılaştırmalarda vergi takozu önemli bir gösterge olarak kullanılmaktadır. Vergi takozunun doğrudan yabancı yatırımlar ile ekonomik büyüme ilişkisinin incelendiği çalışmada OECD ülkelerinin büyük bir çoğunluğunun 2000-2019 dönemi ortalama verileri kullanılmıştır. Çalışma sonucunda vergi takozu ile doğrudan yabancı yatırımlar ve ekonomik büyüme arasında ters, doğrudan yabancı yatırımlar ile ekonomik büyüme arasında ise doğru yönlü bir ilişki olduğuna ulaşılmıştır. Buna göre doğrudan yabancı yatırımlar ülkesine çekmek ve dolayısıyla bu yolla da ekonomik büyümesini artırmayı hedefleyen ülkeler çalışanın işverene maliyeti olan vergi takozunun neden olduğu yükü düşürecek çeşitli mali teşvikler yürürlüğe koymalıdır. Bu sayede işverenin mali ve ekonomik yükü azalarak yeni yatırımlar, istihdamlar ve doğrudan yabancı yatırımlar gerçekleşecektir.

KAYNAKÇA

- Buyrukoğlu, S. ve Kutbay, H. (2016). Türkiye’de Kayıtdışı İstihdamın Bir Tetikleyicisi Olarak Vergi Takozu Sorunu ve Maliyeti, *Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, Yıl: 16 / Sayı: 31
- Dökmen, G. ve Kaygusuz, F. (2019). Vergi Takozunun Doğrudan Yabancı Yatırımlar Üzerindeki Etkisi: Avrupa Birliği Örneği, *Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt 10, Sayı 20
- Ekinci, A. (2011). Doğrudan Yabancı Yatırımların Ekonomik Büyüme ve İstihdama Etkisi: Türkiye Uygulaması (1980-2010), *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, Ekim 2011, 6(2), 71-96
- Göktürk, A. (2020). OECD Ülkeleri ve Türkiye’de Vergi Takozu, <https://vergialgi.net/oecd-ulkeleri-ve-turkiyede-vergi-takozu>, Erişim tarihi: 07.04.2021
- Günel, T. (2020). G-7 Ülkelerinde Vergi Takozu ve İşsizlik Oranı İlişkisi: Panel Eşbütünleşme Analizi, *Vergi Raporu*, 255, (78-90).
- Hodge, S. A. ve Hickman, B. (2018). *The Importance of the Tax Wedge on Labor in Evaluating Tax Systems*. <https://files.taxfoundation.org/20190516115623/The-Importance-of-the-Tax-Wedge-on-Labor-in-Evaluating-Tax-Systems.pdf>. Erişim tarihi: 12.04.2021.
- İlkorur, K. (2005). *Bu Vergi Takozu Ekonomiyi Batırır*, <http://www.radikal.com.tr/yazarlar/korkmaz-ilkorur/bu-vergi-takozu-ekonomiyi-batirir-741780/>, Erişim tarihi: 07.04.2021
- İlkorur, K. (2002). *Büyüme ve Vergi Takozu*, <http://www.radikal.com.tr/yazarlar/korkmaz-ilkorur/buyume-ve-vergi-takozu-627934/>, Erişim tarihi: 07.04.2021
- Kutbay, H., Gerede, C. ve Aksoy, E. (2018). Asgari Ücret Üzerindeki Vergi Takozunun İşsizliğe Etkisi, *Vergi Raporu*, sayı: 224, Mayıs 2018.
- Kaygusuz, F. (2019). *Vergi Takozunun Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları Üzerine Etkisi: Avrupa Birliği Örneği*, (Yüksek Lisans Tezi), Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Zonguldak.

- Mucuk, M. ve Demirsel, M. T. (2009). Türkiye’de Doğrudan Yabancı Yatırımlar ve Ekonomik Performans, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21 / 2009
- Sağdıç, E. N., Yıldız, F. ve Sayın, H. H. (2020). Doğrudan Yabancı Yatırımlar, Vergi Gelirleri ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Kırılgan Beşli Ülkeler Örneği, *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, Cilt: 11, Sayı: 28, 680-699.
- Topal, M. H. ve Bölükbaş, M. (2020). OECD Ülkelerinde Vergi Takozunun Emek Piyasası ve Üretim Üzerindeki Etkileri, *Vergi Raporu Dergisi*, Sayı: 253, Ekim 2020.
- UNCTAD (1999). *Foreign direct investment and the challenge of development*, World Investment Report 1999, New York: United Nations Conference on Trade and Development.
- Uşun, E. (2019). Türkiye ve Diğer OECD Ülkelerinde Vergi Takozu, *Yönetim ve Ekonomi*, Cilt:26 Sayı:2
- Yılancı, V., Yavuz, H. ve İnce, T. (2019). Seçilmiş OECD Ülkelerinde Vergi Takozu-İşsizlik İlişkisi, *Maliye Dergisi*, Ocak-Haziran 2019; 176:286-297
- <https://innogate.org/dogrudan-yabanci-yatirim-fdi-nedir/>, Erişim tarihi:12.04.2021
- <https://unctadstat.unctad.org/wds/TableViewer/tableView.aspx> Erişim tarihi: 28.04.2021
- <https://databank.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.KD.ZG/1ff4a498/Popular-Indicators#> Erişim tarihi: 21.04.2021
- <https://data.oecd.org/gdp/gross-domestic-product-gdp.htm> Erişim tarihi: 19.04.2021

İDARİ UYUŞMAZLIKLARDA ALTERNATİF ÇÖZÜM YOLU OLARAK OMBUSMANLIK KURUMU VE SAĞLIK OMBUDSMANLIĞI UYGULAMALARI

Kübra Çiftçi

Kırıkkale Üniversitesi -ORCID ID: 0000-0003-3516-1376

ÖZET

Alternatif uyuşmazlık çözüm yöntemleri, gerek bireyler gerekse de bireylerle devlet arasındaki uyuşmazlıkların, dava açmak yerine; sulh, anlaşma veya dostane çözümle ortadan kaldırılmasını sağlayan yöntemlerdir. Ombudsmanlık ise, vatandaş ve idare arasındaki uyuşmazlıkların, dava yoluna gitmeden ve idarenin kendi iradesiyle çözümlenmesini sağlayan bir denetim mekanizmasıdır. Bu bağlamda ombudsmanlığın, önemli bir alternatif uyuşmazlık çözüm yöntemi olduğu, hatta kurumsallaşmış yapısı, görev ve yetki alanının genişliği de dikkate alındığında en önemlisi olduğu söylenebilir. Ombudsmanlar ilk ortaya çıktığı dönemlerde uyuşmazlıkların çözümünde konu sınırlaması olmaksızın genel bir yetki sahibidir. Ancak günümüzde ombudsmanlığın görev ve yetki alanlarının hızla artması sonucu branşlaşmaya duyulan ihtiyaç; sağlık, insan hakları, çocuk hakları, fırsat eşitliği, basın, sinema, ceza evi hizmetleri, tüketici, engelli, üniversite ve yerel yönetimler ombudsmanı gibi özel yetkili ombudsmanların ortaya çıkmasına yol açmıştır. Bu çalışmada; idari uyuşmazlıkların çözümünde bir alternatif çözüm yolu olarak ombudsmanlık kurumunun yeri ve öneminin ne olduğu, ombudsmanlığın; tarihsel gelişimi ve türleri, Türkiye’de ombudsmanlık kurumu olarak Kamu Denetçiliği Kurumunun kuruluşu, Kurumun; amacı, görevleri ve kararlarının niteliği, değişen dünyada yeni ombudsmanlık türleri, bir ihtisas ombudsmanlığı olarak sağlık ombudsmanlığının ortaya çıkışı ve uygulandığı ülkeler, Türkiye’de sağlık hizmetleriyle ilgili ombudsmanlık uygulamaları ile Kamu Denetçiliği Kurumuna covid-19 pandemisi nedeniyle yapılan başvuru örneği incelenmiştir. Ayrıca Türkiye’de hasta hakları ve Sağlık Bakanlığı İletişim Merkezi (SABİM) uygulamalarının sağlık ombudsmanlığına olan benzerliğine ve devam eden pandemi sürecinin SABİM’e yapılan başvurular üzerindeki etkisinin ne olduğuna ilişkin değerlendirmeler yapılmıştır. Son bölümde, genel itibarıyla Kamu Denetçiliği Kurumunun varlık sebebinin ve Türk kamu yönetimine katkılarının neler olduğu, ihtisaslaşmış bir sağlık ombudsmanlığı kurulmasının sisteme katkılarının neler olabileceği ve ihtisaslaşmanın önemi tartışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Ombudsman, Kamu Denetçiliği Kurumu, Sağlık Ombudsmanı.

1. GİRİŞ

Alternatif uyuşmazlık çözüm yöntemleri, gerek bireyler gerekse de bireylerle devlet arasındaki uyuşmazlıkların, dava açmak yerine; sulh, anlaşma veya dostane çözümle ortadan kaldırılmasını sağlayan yöntemlerdir. Bu konuda özellikle, vatandaş ve idare arasındaki uyuşmazlıkların, idarenin kendi iradesiyle ve henüz idare mahkemeleri önünde iptal veya tam yargı davalarına konu olmadan ortadan kaldırılmasını öngören çözüm yolları oluşturulmaya çalışılmaktadır. Hatta Adalet Bakanlığı bünyesinde sadece bu hususla ilgilenen idari birimler

kurulmuştur. Böylece mahkemelerin önüne gelebilecek dava sayısının azaltılmasının yanında uyuşmazlıkların; hem hızlı ve hem de etkin bir şekilde sonuçlanması sağlanacaktır. Bu bağlamda ombudsmanlık kurumunun, önemli bir alternatif uyuşmazlık çözüm yöntemi olduğu, hatta kurumsallaşmış yapısı, görev ve yetki alanının genişliği de dikkate alındığında en önemlisi olduğu söylenebilir.

Ülkemizdeki diğer alternatif uyuşmazlık çözüm mercileri incelenecek olursa, bunlar; Dilekçe Komisyonu, İnsan Haklarını İnceleme Komisyonu, İnsan Hakları ve Eşitlik Kurumu, Devlet Denetleme Kurulu, Kamu Görevlileri Etik Kurulu, Bilgi Edinme Değerlendirme Kurulu, Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı bünyesindeki Çocuk Hizmetleri Genel Müdürlüğü, Engelli ve Yaşlı Hizmetleri Genel Müdürlüğü ve Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü, il ve ilçelerdeki insan hakları kurulları, çeşitli kanunlar uyarınca kurulan zarar tespit komisyonları, ceza infaz kurumları ve tutukevleri izleme kurulları gibi birimlerdir. Ayrıca bazı güncel hukuki müesseselerde bu kapsamda değerlendirilebilir. Bunlar; arabuluculuk, uzlaşma ve tahkim müesseseleri, kamu ihalelerinde şikâyet ve itirazın şikâyet müesseseleri, tazminat uyuşmazlıklarının idari yargıya başvurmadan önce sulh yoluyla çözümü, kamulaştırma bedelinde anlaşılmasına ilişkin mevzuat hükümleri, Cumhurbaşkanlığı İletişim Merkezi (CİMER) ile Sağlık Bakanlığı İletişim Merkezi (SABİM) gibi müesseselerdir.

Sonuç olarak, tüm bu hukuki müessese ve kurumların varlık sebebi, kamu idarelerini hukukun çizdiği sınırlar içinde tutabilmektir. Amacı ise insan haklarının ihlallerinin önüne geçilmesi, hak ihlalinin tespiti halinde ise somut olayın özelliğine göre bu ihlalin ortadan kaldırılması ve ortada bir zarar olması halinde ise zararın kısa zamanda ve etkili bir şekilde tazminini sağlamaktır.¹

2. OMBUDSMANLIK

2.1. Ombudsmanlığın Tanımı ve Tarihsel Gelişimi

Ombudsman; *ombuds* ve *man* kelimelerinin birleşiminden oluşur. *Ombuds* kelimesi İsveçcede başkası adına konuşan, sözcü; *man* kelimesi ise kişi anlamına gelmektedir. Bu durumda ombudsman, halkın şikâyetlerini inceleyen, onların hak ve özgürlüklerini savunan, aynı zamanda vatandaş ile devlet arasında bir nevi hakem rolü üstlenen kişiyi ifade etmek için kullanılmaktadır.² Bu bağlamda idarenin; yargısal makamlar dışında, gücünü yasama organından alan ve idareden tamamen bağımsız bir kurum tarafından, yani ombudsman tarafından denetlenebilmesi, kökensel olarak çok eski tarihlere dayanmakla birlikte kurumun gerçek anlamda bu isimle kurumsallaşması yakın bir zamana tekabül etmektedir.

Modern anlamda ombudsmanlık kurumu, ilk olarak 1809 yılında İsveç Anayasasında düzenlenmiştir. Modern anlamda olmasa da ombudsmanlık benzeri kurumlara Antik Çağlar'da rastlarız. Örneğin Roma'da Halk Tribünleri, Çin'de M.Ö. 206 ile M.S. 220 yılları arasında karşılaşılan Yuan Kontrol Kurumu ve 17. yüzyılda Amerikan kolonilerinde görülen Cencors (Denetçiler) bu kuruma birer örnektir.³ Yine İslam Devletlerinde yaygın bir şekilde görülen ve

¹ Hasan Tahsin Fendoğlu, "Kamu Denetçiliği (Ombudsmanlık)", *Stratejik Düşünce Enstitüsü Analizi*, Aralık 2010, s.10-11.

² Linda C. Reif, "Building democratic institutions: the role of national human rights institutions in good governance and human rights protection", *Harvard Human Rights Journal*, 13, 2000, s.23.

³ Walter Gellhorn, *Ombudsmen And Others: Citizens' Protectors in Nine Countries*, Harvard University Press,

pazar yerlerinde gözetmen olarak bulunan muhtesiplerin de ombudsmana benzer görevler üstlendiği söylenebilir. Tarih içinde dünyanın pek çok yerinde farklı isimlerle de olsa karşılaşılan ombudsmanlık uygulamalarının fikirsel temellerini kavrayabilmek için onu ortaya çıkaran iki önemli gelişmeye değinmek gerekir.⁴

Bu gelişmelerden ilki, tarihi kaynaklarda Demirbaş Şarl olarak tanınan İsveç Kralı XII. Charles'in 1713 yılında Hogste Ombudsmannen unvanlı bir devlet memurunu kraliyet memurlarına karşı yapılan şikâyetleri incelemek üzere görevlendirilmesidir.⁵ Kralın bu görevlendirmeyi; Poltava Meydan Savaşı yenilgisinden sonra Osmanlı topraklarında misafir olarak kaldığı dönemde gözlemlediği Kadi'l Kudat ve Divan-ı Mezalim kurumlarından etkilenerek yaptığı iddia edilmektedir.⁶ İkinci önemli gelişme ise İsveç Parlamentosunun 1809'da yasamanın kamu hizmetlerinin yerindeliği ve hukukiliği üzerindeki denetim gücünü artırmak amacıyla bir ombudsman (Justitieombudsman) görevlendirmesidir.⁷ Bu anayasal düzenleme bugün genellikle ombudsmanlığın çağdaş formu olarak kabul edilmektedir.

Söz konusu anayasal düzenleme, ombudsmanlığın diğer ülkelere de yayılmasına örnek teşkil etmiştir. Kurum, İsveçten sonra 1919'da Finlandiya'da, 1952'de Norveç'te, 1955'te de Danimarka'da kurulmuştur.⁸ İskandinav ülkeleri dışında ilk ombudsmanlık, Yeni Zelanda'da 1962'de kurulmuştur. Kurumun, Anglo-Sakson hukuk sisteminde ilk örneği ise 1967'de İngiltere'de kurulmasıyla gerçekleşmiştir. 1970'te Kuzey İrlanda'da, 1966'da da Arizona-ABD'de kurulmuştur. Kurumun 1973'te Fransa'da kurulmasıyla birlikte idari yargı sistemine sahip ülkelerde de kurulabileceğine olan inanç artmıştır. Kurum, dördüncü dalga olarak 1994'te Romanya'da, 1997'de Rusya'da, 2012'de de ülkemizde kurulmuştur.⁹

2.2. Türkiye'de Ombudsmanlık: Kamu Denetçiliği Kurumu

Türk tarihinde, yönetiminin sınırlandırılması ve yönetim dışında bağımsız bir kurumca denetlenebilmesi, elbette ki Kamu Denetçiliği Kurumunun kurumsallaşmasından çok daha eski tarihlere dayanmaktadır. Farklı isimlerde de olsa, yönetimin denetimine ilişkin benzer nitelikte uygulamalar tarih boyunca Türk Devletlerinde görülmüştür. Bu bağlamda, kamu denetçiliğinin temelleri; ihtisap kurumu, divan, divan-ı mezalim, kadı'l-kudatlık, kadılık, ahilik, uzlaştırma heyeti gibi kurumlara dayandırılabilir.

Cambridge, 1966, s.194.

⁴ Ekaterina Osipova, *Birth, Development And Progressive Institutionalization Of The Ombudsman In The Russian Legal And Political System* (Yayınlanmamış doktora tezi), University of Bologna, Bologna, 2013, s.32.

⁵ Kucsko-Stadlmayer, G., "The Spread of the Ombudsman Idea in Europe", *Paper presented at the meeting of Stockholm Conference*, Stockholm, 2009 June, s.1.

⁶ P. Nikiforos Diamandouros, "The Ombudsman in a Modern Democracy", Edt: Niyazi Öktem ve Nermin Katmer, *Uluslararası Kamu Denetçiliği (Ombudsmanlık) Sempozyumu*, Doğuş Üniversitesi Yayınları, İstanbul, 2012, s.27.

⁷ Mark Elliott, Robert Thomas, *Public law*, Oxford University Press, Newyork, 2011, s. 607; Hans Gammeltoft-Hansen, *Trends leading to the establishment of a European Ombudsman*, 2005, s.13.

⁸ Michael Gotze, "The Danish Ombudsman - A National Watchdog with Selected Preferences", *Utrecht Law Review*, 6, 1, 2010, s.42.

⁹ Huai- Yu Cheng, *The emergence and spread of the ombudsman institution. The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 377(1), 1968, s.6

Türkiye'de ombudsmanlığın tesisine yönelik ilk yasal adım ise 14.9.2000 tarihinde atılmış ancak bu Tasarı Mecliste oylanamamıştır. Bu başarısız denemeden sonra, 2004 yılında hazırlanan bir Kanun Tasarısıyla yerel yönetim ombudsmanlıklarının kurulumu düzenlenmiş, fakat bu Tasarı Cumhurbaşkanı vetosu sebebiyle yasalasamamıştır.¹⁰ Sonrasında, 2006 yılında, 5521 sayılı yeni bir taslak hazırlamış ve bu taslak da Cumhurbaşkanı tarafından yeniden değerlendirilmesi amacıyla geri gönderilmiştir. Bunun üzerine 5548 sayılı Kamu Denetçiliği Kurumu ile ilgili Tasarı TBMM'ye gönderilmiş ve bu Tasarı Meclis tarafından kabul edilerek 26318 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanmış ve 13.10.2006 tarihinde yürürlüğe girmiştir. Bu düzenlemeyle, ombudsmanlık ilk defa yasal bir karakter kazanmıştır. Fakat dönemin Cumhurbaşkanı'nın ve ana muhalefet partisinin başvurusu üzerine Anayasa Mahkemesi, ilk olarak anılan Kanunun yürütülmesini durdurmuş, 25.12.2008 tarihinde de anılan Kanunu iptal etmiştir.¹¹

Son olarak 2010 yılında yapılan anayasa değişikliği referandumunda Anayasanın 74. maddesine; "...Herkes, bilgi edinme ve kamu denetçisine başvurma hakkına sahiptir. Türkiye Büyük Millet Meclisi Başkanlığına bağlı olarak kurulan Kamu Denetçiliği Kurumu idarenin işleyişiyle ilgili şikâyetleri inceler..." şeklinde hüküm eklenmiştir. Böylece Kurumun kurulması yolundaki anayasal engeller ortadan kalkmış ve Kamu Denetçiliği Kurumu; en sonunda 2012'de 6328 sayılı Kamu Denetçiliği Kurumu Kanunuyla kurulmuştur.¹² Bu Kanuna göre Kurumun amaç ve görevleri; kamu hizmetlerinin işleyişine ilişkin, tarafsız, bağımsız ve etkin bir şikâyet mekanizması oluşturarak idarenin her türlü eylem, işlem, tutum ve davranışlarını; insan haklarına dayalı adalet anlayışı içinde, hukuka ve hakkaniyete uygunluk yönlerinden incelemek, araştırmak ve tavsiyede bulunmaktır.

Kamu Denetçiliği Kurumu kararlarının tavsiye niteliğinde olması, kararların kamu idareleri yönünden hukuken bağlayıcı olmadığı anlamına gelmekte ve bu özellik Kurum kararlarını yargı kararlarından ayırmaktadır. Zaten bir hukuk devletinden beklenen, bu nitelikteki bir kurumun bağlayıcı kararlar verebilmesi değildir. Kurumun bağlayıcı nitelikte kararlar verebilmesi, onu bir nevi mahkeme haline getirir ki bu durum Kurumun varlık amacına ters düşer. Bu anlamda Kurumun amacı, uyuşmazlıkları; yargı dışı bir ön mekanizmayla, kısa, maliyetsiz ve yargılamaya gerek duymaksızın, aynı zamanda da kamu idareleri arasında uyum ve eşgüdümü sağlayarak çözmek, idareye hatalı uygulamalarını gösterebilmek ve bir mahkeme kararı olmaksızın idarenin kendini düzeltilebilmesine imkân tanımaktır.

2.3. Ombudsmanlık Türleri

Günümüzde kamu yönetiminin karmaşıklaşması karşısında ombudsmanlık kurumunun görev ve yetki alanlarının hızla artması ombudsmanların branşlaşması ihtiyacını doğurmuştur. Bu branşlaşmalar nedeniyle ombudsmanlar, amaçlarına göre genel amaçlı ombudsmanlar ve özel amaçlı ombudsmanlar; faaliyet gösterdikleri yere göre ise ulusal ombudsmanlar ve uluslararası ombudsmanlar gibi ayrımlara tabi tutulmuşlardır. Bunlardan genel amaçlı ombudsman yukarıda da anlatıldığı üzere; belirli bir hizmet alanı, konu veya yer ile sınırlı olmaksızın idarenin bütün eylem ve işlemleriyle ilgili şikâyetleri karara bağlayan; özel amaçlı

¹⁰ Ramazan Şengül, "Türkiye'de Kamu Yönetiminin Etkin Denetlenmesinde Yeni Bir Kurum: Kamu Denetçiliği Kurumu", *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14 (2), 2007, s.136.

¹¹ Süleyman Sözen, *Kamu Yönetiminin Denetlenmesi*, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir, 2016, s.171.

¹² Kemal Gözler, *Türk Anayasa Hukuku*, Ekin Kitabevi Yayınları, Bursa, 2013, s.75.

ombudsmanlar ise denetim alanı belirli konularla sınırlı olan, dolayısıyla ancak belirli bir şikâyetçi kitlesinin sorunlarını çözüme kavuşturmak için faaliyet gösteren ombudsmanlardır. Örneğin askeri ombudsmanlık, insan hakları, kadın, çocuk ve aile, fırsat eşitliği, azınlık işleri, sağlık, basın, sinema, ceza evi, savunma, yaşlı, tüketici, engelli, çevre, konut, kentsel dönüşüm, enerji ve maden, taşımacılık, okul, üniversite, vergi, iş, banka, sigortacılık, yatırım ve yerel yönetimler ombudsmanlığı bunun en yaygın türleridir.

Özel amaçlı ombudsmanlar da kendi aralarında ülke genelinde yahut bölgesel olarak hizmet vermelerine göre de gruplandırılabilirler. Bu durumda; üniversite ve yerel yönetim ombudsmanlıkları bölgesel düzeyde hizmet verirken diğerleri ülke genelinde hizmet vermektedir.¹³

Ayrıca devletlerin yanı sıra Avrupa Birliği, Birleşmiş Milletler, Dünya Bankası ve IMF gibi devletler üstü kurumlarda da ombudsman mekanizması kabul görmüştür.¹⁴ Yani ulusal düzeydeki ombudsmanlıkların dışında uluslararası alanda hizmet veren ombudsmanlıklarda bulunmaktadır. Bu bağlamda, AB içinde kurumun kötü yönetimine yönelik şikâyetleri karara bağlamak üzere Avrupa Ombudsmanlığı (European Ombudsman) kurulmuştur. Ayrıca ombudsmanlık kurumları uluslararası kuruluşlarla işbirliği içinde faaliyet yürütmektedirler. Bu kuruluşlardan Uluslararası Ombudsmanlık Kurumu (International Ombudsman Institution=IOI) 1992 yılında kurulmuştur. Bununla birlikte bölgesel işbirliği teşkilatları da mevcuttur; bunlar 1992 yılında kurulan Avrupa Ombudsmanlık Kurumu (European Institute of Ombudsmen=EIO) ile 1977 yılında kurulan ABD Ombudsmanlar Birliği (The United States Ombudsman Association=USOA)'dir.

Bazı Ülkelerdeki Ombudsmanlık Türlerinin Tablo Halinde Gösterilmesi¹⁵

| Ülke | Ombudsmanlık Türleri |
|--------------|--|
| ABD | Yaşlı, Üniversite, İskân, Cezaevi Hizmetleri, Tüketici, Azınlık İşleri, Okul, Çevre, Çocuk, Adalet ve Yatırım, Sağlık, Aile, Vergi, İşveren Sorunları, İş, Zihinsel Sağlık |
| Almanya | Savunma |
| Danimarka | Parlamento |
| Fransa | Médiateur (Arabulucu) |
| Güney Afrika | Kadın, Dil, Azınlık Hakları, Gençlik, Basın, Bankacılık, Yasal Hizmetler, Arazi ve Mülkiyet, Sigorta, Cezaevi Hizmetleri, Mülkiyet, Savunma, Milli Uzlaşma |

¹³ Zakir Avşar, *Ombudsman: İyi Yönetilen Türkiye İçin Kamu Hakemi*, Hayat Yayınları, 2012, İstanbul s.146.

¹⁴ Reif, 2000:8.

¹⁵ Kemal Özden, *Ombudsman; Yeni Bir Yönetim Anlayışı İçin Bir Model*, Tasam Yayınları, İstanbul, 2005, s.52.

| | |
|-----------|--|
| Hollanda | Emeklilik ve Sigorta, Mülkiyet, Sağlık |
| İngiltere | Parlamento, Yerel Yönetim, Polis, Kuzey İrlanda, Adli Hizmetler, Yatırım, Sigorta, Mal Mülk, Bankacılık, Basın, Emekliler, Sağlık, Cezaevi |
| İsrail | Askeri, Polis, Sağlık |
| İsveç | Parlamento, Fırsat Eşitliği, Tüketici, Etnik Ayrımcılık, Çocuk, Basın, Özürlüler |
| Kanada | Eşit Fırsatlar, Dil, Cezaevi Hizmetleri, Polis, Çevre, Bilgi ve Gizlilik |
| Norveç | Askeri, Tüketici, Çocuk, Fırsat Eşitliği, Sağlık |

Farklı tipteki bu ombudsmanlık türleri; her ülkenin kendi vatandaşlarının beklentileri ve ihtiyaçlarına göre şekillenmiştir. Dolayısıyla bir ülkedeki ihtisas ombudsmanlıklarına bakarak o ülkenin en fazla sorunla karşılaştığı alanları görmemiz mümkündür. Ayrıca bu tablodan ihtisaslaşılacak alanın o ülkece önemsendiği anlamı da çıkmaktadır.

Çalışmanın devamında, yaşam hakkının kutsallığı gereği insanın var oluşundan bu yana önem arz eden ve günümüzde covid-19 pandemisiyle güncelliğini koruyan sağlık hizmetlerine ulaşma bu hizmetlerden gereği gibi yararlanabilmenin bir imkânı olarak sağlık ombudsmanlığı uygulamaları incelenecektir.

2.3.1. Sağlık Ombudsmanlığı Uygulamaları

2.3.1.1. Ortaya Çıkışı ve Uygulandığı Ülkeler

Bir ihtisas ombudsmanı olarak sağlık ombudsmanının amacı; sağlık çalışanlarını sağlık hizmeti alanlara karşı daha sorumlu ve bilinçli davranmaya yönlendirerek, sağlık sisteminin işleyişindeki aksaklıkları tespit edip düzelterek sağlık hizmetlerinin kalitesini artırmaktır. Sağlık sistemindeki aksaklıklar dışında, sağlık hizmeti alabilmek için başvuran kişinin mevcut hastalığıyla ilgili tedavi görmeyen yanında, hastalığı sebebiyle daha fazla ilgilenilme, önemsenme ve değer verilmeye olan ihtiyacı; kolaylıkla aldığı hizmeti şikâyet edebilmesine neden olmaktadır. Etkili bir şikâyet mekanizmasının varlığı, vatandaşların hem sağlıksal ihtiyaçlarına hem de duygu ve tepkilerine kısa zamanda çözüm üreten kurumların varlığı ile mümkündür. Şikâyetlerin çözümünde şeffaflığın sağlanabilmesi ve şikâyet edenin tatmin edilebilmesi için bu denetleyici mekanizmanın şikâyetçinin hizmet aldığı kurum dışında, yani, bu kurumun iç işleyişine dâhil olmayan bir yapıya sahip olması gerekmektedir. Dolayısıyla sağlık ombudsmanlarının ortaya çıkış nedeni, sağlık kurumlarının kendi bünyesi içinde oluşturulan hasta hakları birimlerinin doğal olarak kendi kurumlarına ve çalışanlarına karşı şikâyetçi karşısında tam olarak bağımsızlık ve şeffaflık misyonunu üstlenmemiş olmasıdır.

Başlangıçta sadece hasta haklarını korumak amacıyla çıkan ancak dünya genelinde hızla yayılan bu sistem, benzer nitelikteki şikâyetler nedeniyle aynı zamanda sağlık sistemindeki genel aksaklıkların üst birimler tarafından görülebilmesine ve bu konularda verilen tavsiye nitelikli kararlarla sağlık hizmetlerinin kalitesinin artmasına yol açmıştır. Dünya geneline

bakıldığında, sağlık ombudsmanlığı sistemin en köklü olduğu ülke İngiltere'dir. İngiltere kaynaklı sağlık ombudsmanlığı sistemine sahip olan Avustralya, Yeni Zelanda, İskoçya ve Galler dışında Avrupa'da; Avusturya, Finlandiya, Yunanistan, Macaristan, Hollanda, İsrail ve Norveç gibi ülkelerde de sağlık ombudsmanlığı karşımıza çıkmaktadır. Bu ombudsmanlar; dava açma, isimleri ve yaptırımları yayımlatma, yaptırım uygulama, soruşturma, uzlaştırma, değişiklik talebi, açıklama,/özür talebi, dinleme ve tavsiyede bulunma gibi denetleyici ve düzenleyici mekanizmalarla donatılmışlardır.¹⁶

2.3.1.2. Türkiye'de Sağlık Hizmetleriyle İlgili Ombudsmanlık Uygulamaları

Anayasamıza göre devlet, sağlık hizmetlerini; herkesin maddi ve manevi bütünlüğünü koruyacak ve tam bir iyilik hali içerisinde yaşamını devam ettirmesini sağlayacak şekilde sunmakla yükümlüdür. Dolayısıyla devlet sağlık hizmetlerinin ulaşılabilir, etkin, şeffaf, kaliteli ve hakkaniyete uygun bir şekilde sunulmasında sorumludur. Ancak belirtmek gerekir ki sağlık hizmetlerinin sunumunda devletin pozitif yükümlülüğü devletin sosyal ve ekonomik gerçekleriyle yakından ilgilidir.

Esasen sağlık hakkı; kişinin maddi ve manevi bütünlüğü korumayı ve geliştirmeyi, sağlık hizmetlerine ulaşabilmeyi, ayrıca bunlarla birlikte güvenli ve içilebilir su kaynaklarına erişimi, sağlıklı ve dengeli bir çevrede yaşayabilmeyi ve sağlıklı beslenebilmeyi de içine alacak şekilde geniş bir alanı kapsar. Dolayısıyla sağlık hakkının bu geniş kapsamı, sağlık hizmetleriyle ilgili başvuruların alanını da genişletmektedir.

Ancak ülkemizde sağlık hizmetleriyle ilgili başvuruları incelemek üzere ihtisaslaşmış ayrı bir sağlık ombudsmanlığı bulunmamaktadır. Bu sebeple sağlık hizmetleriyle ilgili şikâyetler doğrudan Kamu Denetçiliği Kurumuna yapılmaktadır. Ayrıca aşağıda değinileceği üzere sağlık kuruluşları bünyesinde oluşturulan hasta hakları birimleri ile Sağlık Bakanlığı bünyesinde hizmet veren Sağlık Bakanlığı İletişim Merkezi de vatandaşların sağlık hizmetleriyle ilgili şikâyetlerine cevap vermektedir.

2.3.1.3. Kamu Denetçiliği Kurumuna Sağlık Hizmetleriyle İlgili Yapılan Başvuruların Değerlendirilmesi ve Sağlık Hizmetleriyle İlgili Bir Başvuru Örneğinin İncelenmesi

Kuruma her alanda olduğu gibi sağlık hizmetleri alanında da çok sayıda başvuru yapılmaktadır. Özellikle covid-19 pandemisine bağlı olarak sağlık hizmetleriyle ilgili başvuruların sayısı 2020 yılı içinde artış göstermiştir. Türkiye'de ihtisaslaşmış sağlık ombudsmanlığının bulunmaması, özel uzmanlık gerektiren bu alanda Kurumun iş yükünü artırmakla birlikte Kurum; bu başvuruları kapsamlı bir şekilde incelemekte ve iş yükünün üstesinden gelebilmektedir.

Kuruma 2020 yılında yapılan sağlık hizmetleriyle ilgili bir başvuruda, başvuran; 2020 yılı Nisan ayı içinde bel fıtığı nedeniyle devlet hastanesinde ameliyat olacakken ülke genelinde alınan bir kararla acil olmayan ameliyatların pandemi gerekçe gösterilerek ertelendiğini, ancak başvurduğu üç doktorun da; durumunun ciddi olduğunu, acil ameliyat olması gerektiğini, felç kalma riski olduğunu, ameliyatı yapacak bir hastane bulursa hemen ameliyatı yaptırması gerektiğini belirttikleri, bunun üzerine başvuranın özel bir hastanede ameliyat olduğu, bu ameliyata ilişkin yaptığı özel hastane giderlerinin kendisine ödenmesini Sosyal Güvenlik

¹⁶ Zakir Avşar ve Kadriye Avcı, "Sağlık Ombudsmanı", *Kamu Denetçiliği Kurumu Akademik Ombudsman Dergisi*, 2017, Ankara, sayı 6, s.140-150.

Kurumundan (SGK) talep ettiği, ancak SGK'nın talebi reddetmesi üzerine söz konusu ameliyat giderinin ödenmesi için Kamu Denetçiliği Kurumuna başvuruda bulunduğu görülmüştür. Kurum tarafından yapılan incelemede, acil bir şekilde kamu veya özel sağlık hizmeti sunanlara başvuranlara yahut sevk edilenlere sosyal güvencesi olup olmadığına bakılmaksızın müdahale edileceğine ilişkin yasal düzenleme olduğu, dolayısıyla bu kapsamdaki sağlık hizmetlerine ilişkin giderlerin SGK tarafından karşılanacağı, bu durumda hangi halin acil sağlık hizmeti kapsamında olduğunun belirlenmesi gerektiği, başvuru durumunun acil olduğunu belirtse de buna ilişkin bir tıbbi bir belgenin olmadığı, başvuru kişinin kendi isteğiyle özel sağlık kuruluşunda ameliyat olduğu değerlendirilerek söz konusu ameliyat nedeniyle yaptığı giderlerin kendisine ödenmesine ilişkin talebinin reddine dair SGK işleminde hukuka ve hakkaniyete aykırılık bulunmadığı gerekçesiyle ret kararı verilmiştir.¹⁷

2.3.1.4. Hasta Hakları ve Sağlık Bakanlığı İletişim Merkezi (SABİM) Uygulamaları

Sağlık hizmetleri, niteliği gereği tüm insanları ilgilendiren, insanların devamlı olarak ihtiyaç duyduğu, aynı zamanda kişilerin kendisinin ve yakınlarının sağlığına olan hassasiyetleri nedeniyle her zaman kolaylıkla şikâyete elverişli bir kamu hizmetidir. Bu şikâyetlerin, özellikle de, sağlık sisteminin işleyişine ilişkin sıkıntıların, konuya bağımsız ve tarafsız bir şekilde yaklaşan bir kurum tarafından ele alınması; hastaların şikâyetlerinin gerçekçi bir şekilde değerlendirileceğine olan inancını artırmakta bu husus kuruma duyulan güveni de yükseltmektedir. Bu bağlamda sağlık ombudsmanı, sağlık hizmetleriyle ilgili şikâyetleri soruşturarak özellikle yaşam hakkı, sağlık hakkı ve sağlık hizmetlerine erişim gibi hakların korunmasında önemli bir görev üstlenmektedir.

Hasta hakları; sunulan sağlık hizmetinden faydalanabilme, sağlık hizmetlerine ilişkin bilgi alabilme, gideceği sağlık tesisini ve çalışanlarını seçebilme ve gerektiğinde seçimlerini değiştirebilme, hasta mahremiyeti, alacağı sağlık hizmetiyle ilgili önceden onam verme, maruz kaldığı kötü uygulamaları şikâyet edebilme, şikâyetin bir anlam ifade edebilmesi için etkin denetim mekanizmalarına sahip olma ve gerektiğinde dava açabilme hakkı alt başlıklar altında somutlaştırılabilir.

Ülkemizde hasta haklarına ilişkin temel mevzuat Hasta Hakları Yönetmeliğidir. Bu Yönetmelik kapsamında, hasta ve hasta yakınlarının şikâyetlerinin çözüme kavuşturulması için sağlık kurum ve kuruluşlarının kendi bünyeleri içinde hasta hakları birimleri oluşturulmuştur. Bu yapılanmayla birlikte, hastaların şikâyetleri, Sağlık Bakanlığının internet sitesinde yer alan Hasta Başvuru Bildirim Sistemi ve Sağlık Bakanlığı İletişim Merkezi (SABİM) üzerinden alınmaktadır. Bu husustaki değerlendirme, şikâyetin edilen birimin bulunduğu ildeki il sağlık müdürlüğü hasta hakları kurulunca yapılmaktadır. Dolayısıyla il sağlık müdürlükleri tarafından; her düzeydeki hem kamu hem de özel sağlık kurum ve kuruluşları ilgili başvurular hakkında; değerlendirme yapmak, karar vermek ve bu başvurularla ilgili yapılması gerekenler hususunda tavsiyelerde bulunmak üzere hasta hakları kurulları oluşturulmaktadır.

SABİM; Sağlık Geliştirilmesi Genel Müdürlüğüne (SGGM) bağlı Halkla İlişkiler Daire Başkanlığı bünyesinde, 2004 yılından itibaren sağlık hizmetlerinin sunumunda karşılaşılan her türlü sorunun, vatandaşların; talep, öneri, eleştiri ve şikâyetlerinin, aynı zamanda

¹⁷ Kamu Denetçiliği Kurumunun 2020/89152 Başvuru Numaralı ve 15.9.2020 Tarihli Ret Kararı.

teşekkürlerinin de idare tarafından duyulacağı ve ilgiliye doğru bir bilgilendirme sağlanacağı bir platform olarak oluşturulmuştur. Dolayısıyla SABİM'e yapılan başvurular; bilgi alma, eleştiri, şikâyet, talep ve teşekkür olmak üzere beş ana başlık altında toplanabilir. Ayrıca SABİM bünyesinde; sağlık çalışanlarının karşılaştığı sorunların Bakanlığa iletilmesi ve giderilmesi amacıyla Biz Bir Aileyiz ekibi ile sağlık çalışanlarına yönelik tehdit ve şiddet eylemlerinin önlenmesi amacıyla Şifa Veren Ele Vefa ekibi ve covid-19 pandemisiyle mücadele kapsamında 7/24 hizmet veren koronavirus danışma hattı oluşturulmuştur.

SABİM'in varlığı sağlık ombudsmanlığından farklı olarak sağlıkla ilgili şikâyetlerde Kamu Denetçiliği Kurumunun yetkisini ortadan kaldırmamaktadır. Ancak SABİM'e telefon ve internet gibi hemen herkesin ulaşabildiği araçlarla kolayca ve olay anında hemen ulaşılabilirliği, sağlıkla ilgili şikâyetlerde Kamu Denetçiliği Kurumuna olan başvuruyu dolaylı olarak azaltmaktadır. SABİM'in kuruluş gayesi Kamu Denetçiliği Kurumunun bu alanda olan yetersizliğinden kaynaklanmamakta, bu alandaki başvuruların hizmetin niteliği gereği hem çok fazla olması, hem de özel uzmanlık gerektirmesinden kaynaklanmaktadır. Bununla birlikte Kamu Denetçiliği Kurumunu sağlıkla ilgili çokça başvuru yapılmakta, bunların büyük bir kısmı; hasta haklarıyla ilgili olup kalan kısmı; aile hekimliği hizmetleri, ilaç ve eczacılık, acil servise ve ambulans hizmetleri, muayene randevu sistemine ilişkin sorunlardır. Dolayısıyla her iki kurumun varlığı şikâyetlerin kısa zamanda çözümüne imkân tanımakta ve sağlık hizmetlerinin kalitesinin artmasını sağlamaktadır.¹⁸

SABİM'e 2020 yılında, 2019 yılı başvuru sayısına göre %106,61'lik bir artışla toplam 3.958.091 başvuru olduğu, bu başvuruların 2.193.482'sinin (%55,42); covid-19 hakkında bilgi almak ve taleplerini iletmek isteyenler tarafından yapıldığı, 1.764.609 (%44,58) başvurunun ise bilgi alma, acil yardım, teşekkür gibi covid-19 talepleri dışındaki diğer konulardan oluştuğu, söz konusu başvuruların %74'ünün ilk 24 saat içinde çözüme kavuşturulduğu görülmüştür.¹⁹

3. GENEL DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Ombudsman, anayasa veya yasal düzenlemelerle kurulmuş, yasama organı adına sorumluluk sahibi, sivil şikâyetleri incelemek yetki ve gücüne sahip, şikâyetlerin çözümünde yasal müeyyidelerden ziyade uzlaşma amaçlı tavsiyelere dayanan önemli bir idari denetim mekanizmasıdır. Ombudsman, müeyyidelere dayanmaktan ziyade uzlaşma, eşgüdüm ve koordinasyon yoluyla o toplumda hukuk devletinin gerçekleşmesini ve demokrasi kültürünün yerleşmesini sağlar. Bununla beraber ombudsmanlık, klasik denetim mekanizmalarına alternatif bir mekanizma olmaktan ziyade denetim sistemi içerisinde destek verici ve tamamlayıcı bir kurum olarak işlev görmektedir.

Hukuk devletinin bir gereği olarak, 1809 yılında ilk olarak İsveç'te kurulan ombudsmanlık, günümüzde yüz yirmiden fazla ülkenin idari denetim sistemine girmiştir. Özellikle İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra kamu idarelerinin gün geçtikçe artan gücünün etkin bir şekilde denetlenmesine olan ihtiyaç, devletlerin sosyal refah seviyesinin yükselmesi, insan hakları ve demokrasi taleplerinde meydana gelen artış, mevcut denetim mekanizmalarının sınırlı yapısı

¹⁸ Avşar, Avcı, 2017;158.

¹⁹ Sağlık Bakanlığı 2020 Faaliyet Raporu.

gibi nedenlerin yanında; kötü yönetimin kontrolünün sağlanması amacıyla da ombudsmanlık kurumu dünya genelinde hızla yayılmıştır. Önceleri genel yetkiye sahip olan kurum, toplumsal ihtiyaçlarla şekillenmiş, bu bağlamda, özel yetkili ombudsmanlar olarak; insan hakları, sağlık, banka, enerji, sigorta, çevre, iş, medya, yerel yönetimler ve üniversiteler ombudsmanlığı şeklinde geniş bir uygulama alanı bulmuştur.

Türkiye özelinde Kamu Denetçiliği Kurumunun Türk kamu yönetimi sistemine hiç şüphesiz ki çok büyük katkıları bulunmaktadır. Kurum, hak arayabilmenin hızlı ve maliyetsiz bir yolu olarak yargı mercilerine kıyasla hem bireyin sorununu kısa vadede çözmekte hem de kamu idarelerini iyi yönetimin nasıl ve ne şekilde olacağı hususunda eğiterek aynı türden uyuşmazlıkların yeniden ortaya çıkmasını engellemektedir. Bu durum, bir takım uyuşmazlıkların yargı mercileri önüne taşınmasını engelleyerek bu uyuşmazlıkları, kısa vadede ve yargılamaya gerek kalmaksızın çözmekte, böylelikle yargı mercilerinin iş yükünü doğrudan azaltmakta, bu azalma ile yargı mercilerinde halihazırda görülmekte olan davaların da daha kısa vadede sonuçlanmasına ve bu davalara daha nitelikli zaman ayrılabilmesine imkân tanımaktadır. Netice itibarıyla, Kamu Denetçiliği Kurumu, Türk kamu yönetimi sisteminde, kötü yönetimi önlemeye, demokratik hukuk devleti ilkesinin yerleşmesine, vatandaşların hak ve özgürlüklerinin korunmasına, idari reformların hızlandırılmasına ve idari yargı yükünün hafifletilmesine önemli ölçüde katkı sağlayacaktır.

Ayrıca ülkemizde sağlık hizmetleriyle ilgili şikâyetler hem Kamu Denetçiliği Kurumu hem de SABİM aracılığıyla müşterek bir şekilde çözümlenmekte, ancak pandemiyle birlikte değişen dünyada sağlık ombudsmanına olan ihtiyaç da gün geçtikçe artmaktadır. Uygulamaya bakıldığında, ihtisaslaşmış ayrı bir sağlık ombudsmanlığının bulunmayışının çok büyük aksaklıklara yol açmadığı görülmekle birlikte, bu nitelikte bir kurumun kurulması halinde; sağlık hizmetleriyle ilgili şikâyetler, bu alanda uzmanlaşmış bir ekip tarafından değerlendirilecek, bu durum, kuruma olan güveni toplum nezdinde artıracaktır. Hem de benzer nitelikteki şikâyetler, sağlık sistemindeki genel aksaklıklara işaret edeceğinden bu aksaklıkların üst birimler tarafından görülebilmesine ve düzeltilmesine imkân tanıyacaktır.

Öte yandan, sağlık ombudsmanlığı; vatandaşların, sağlık sisteminin işleyişine etkin bir katılımını, beklenti ve eleştirilerinin idarece dikkate alınması sağlayarak demokrasiye katkı sunacak ve sağlık hizmetlerinin sunumunda vatandaşla idare arasında köprü vazifesi görecektir. Nihai olarak bu durum sağlık hizmetlerinin kalitesini artıracak ve aynı oranda bireylerin yaşam kalitesini de yükseltecektir.

KAYNAKÇA

- Avşar Z., ve Avcı, K., Sağlık Ombudsmanı, *Kamu Denetçiliği Kurumu Akademik Ombudsman Dergisi*, sayı 6, Ankara, 2017.
- Avşar, Z., *Ombudsman: İyi Yönetilen Türkiye İçin Kamu Hakemi*, Hayat Yayınları, İstanbul 2012.
- Cheng, H. Y., *The emergence and spread of the ombudsman institution. The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 377(1), 1968.

- Diamandouros, P.N., *The Ombudsman in a Modern Democracy*, Edt: Niyazi Öktem ve Nermin Katmer, Uluslararası Kamu Denetçiliği (Ombudsmanlık) Sempozyumu, Doğuş Üniversitesi Yayınları, İstanbul, 2012.
- Elliott, M. ve Thomas, R., *Public law*, Oxford University Press, Newyork, 2011.
- Fendoğlu, H. T., Kamu Denetçiliği (Ombudsmanlık), *Stratejik Düşünce Enstitüsü Analizi*, Aralık 2010.
- Gellhorn, W., *Ombudsmen And Others: Citizens' Protectors in Nine Countries*, Harvard University Press, Cambridge, 1966.
- Gotze, M., *The Danish Ombudsman - A National Watchdog with Selected Preferences*, *Utrecht Law Review*, 6, 1, 2010.
- Gözler, K., *Türk Anayasa Hukuku*, Ekin Kitabevi Yayınları, Bursa, 2013.
- Hans Gammeltoft- H., *Trends leading to the establishment of a European Ombudsman*, 2005, s.13.
- Kucsko-Stadlmayer, G., *The Spread of the Ombudsman Idea in Europe*, Paper presented at the meeting of Stockholm Conference, Stockholm, June 2009.
- Osipova, E., *Birth, Development And Progressive Institutionalization Of The Ombudsman In The Russian Legal And Political System* (Yayınlanmamış doktora tezi), University of Bologna, Bologna, 2013.
- Özden, K., *Ombudsman; Yeni Bir Yönetim Anlayışı İçin Bir Model*, Tasam Yayınları, İstanbul, 2005.
- Reif, L. C., *Building democratic institutions: the role of national human rights institutions in good governance and human rights protection*, *Harvard Human Rights Journal*, 13, 2000.
- Sözen, S., *Kamu Yönetiminin Denetlenmesi*, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir, 2016.
- Şengül, R., *Türkiye'de Kamu Yönetiminin Etkin Denetlenmesinde Yeni Bir Kurum: Kamu Denetçiliği Kurumu*, *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14 (2), 2007.
- Kamu Denetçiliği Kurumunun 2020/89152 Başvuru Numaralı ve 15.9.2020 Tarihli Ret Kararı. Sağlık Bakanlığı 2020 Faaliyet Raporu.

**ADMINISTRATORS SUPERVISORY SKILLS AND TEACHERS JOB
PERFORMANCE IN SECONDARY SCHOOLS IN KADUNA NORTH LOCAL
GOVERNMENT AREA, KADUNA STATE**

³Abdulgaffar Muhammad, ²Bushra Ibrahim, ³Maryam Abdulmalik Muhammad, ⁴Umar Hamisu

³National Open University, Kaduna.

²Ahmadu Bello University, Zaria

³Ahmadu Bello University, Zaria

⁴Nigerian Institute of Transport Technology

Abstract

Background: Every organization strives to improve job performance of employees. Supervisors are the first level of management with the major duties and responsibilities to form and lead work groups in organizations to achieve this high level of job performance. It is upon this backdrop that this study seeks to consider the effect of supervisory skills of administrators of secondary schools on employees' job performance in Kaduna North Local Government Area of Kaduna State:

Objectives: To determine the effect of supervisory skills (i.e supervisory communication, supervisory support and participatory supervision) of administrators of secondary schools on employees' job performance in Kaduna North Local Government Area of Kaduna State.

Methodology: A total of 102 respondents were selected for the survey and therefore, 102 copies of questionnaire were distributed out of which 69 copies representing 67.6% were validly returned and confirmed suitable for the analysis. The hypotheses of the study were tested using multiple regression analysis and these analyses were carried out using statistical data for social scientist (SPSS v. 22).

Findings: The findings of this study indicates that both supervisory communication and support does not act as a determinant of job performance but participatory supervision does act as a determinant of job performance in the short run.

Recommendations: The supervisory communication and support skills of the schools' administrators should be enhanced through training and retraining of the administrators to ensure improved teachers' job performance

Keywords: **Supervisory skills, supervisory communication, supervisory support and participatory supervision job performance**

1.0 INTRODUCTION

Every organization strives to improve job performance of employees. Supervisors are the first level of management with the major duties and responsibilities to form and lead work groups in organizations to achieve this high level of job performance (Noe 2018). They play a significant role as an intermediary between the top management and routine or operational employees. As an experienced leader, problem solver and role model at the group level,

supervisors often work together with their employers to design, implement and monitor the organizational policies, procedures and plans, including training programs. Supervisory communication is vital to all functions of organizations and the main instrument to producing efficient job environment is through coordinated communication (Peterson, Smith, Martorana & Owens 2013). Communication satisfaction with methods adopted by supervisors has a major influence on job performance and the extent of the quality and consistency of communication methods reiterates its importance.

Indeed, the relationship between the employees and their direct supervisor's support is one of the core aspects that would lead to improved job performance satisfaction (Dupre & Day, 2007). Supervisors' skills explain the support and interactions with people in an organization and how each selected tool makes these interactions effective. Studies have shown that supportive and effective supervisor could lead to high job satisfaction (Darby, 2016). Furthermore, the supervisory skills that involve the participation of the employees and subordinates can influence how job are performed within the organization. The involvement of employees in decision making and operations of the organization is a strong tool in reducing time take in tasks execution.

Literatures suggest that role of leadership is critically important for achieving the performance of organizations (Peterson, *et al*, 2013; Tasnim & Akkas 2017). However, the findings of prior studies about the role of leadership in increasing organizational and employees' performance are mixed. Some studies (Peterson, *et al*, 2013; Burns, 2017) suggest that the role of leadership is critically important for employees to achieve a high level of performance. However, some other studies like Pfeffer (2013) suggests that role of leadership is partially important in attaining the employees' performance. However, none of the studies reviewed has focused on the supervisory skills of the administrators in influencing job performance of employees. It is upon this backdrop that this study seeks to consider the effect of supervisory skills of administrators of secondary schools on employees' job performance in Kaduna North Local Government Area of Kaduna State:

Objectives of the Study

The central objective of the study is to determine the effect of supervisory skills of administrators of secondary schools on employees' job performance in Kaduna North Local Government Area of Kaduna State. However, the specific objectives of the study are:

- i. To determine the effect of supervisory communication on teachers job performance in secondary schools in Kaduna North Local Government Area of Kaduna State
- ii. To find out the effect of supervisory support on teachers job performance in secondary schools in Kaduna North Local Government Area of Kaduna State
- iii. To explore the effect of participatory supervision on teachers job performance in secondary schools in Kaduna North Local Government Area of Kaduna State

Secondary schools in Kaduna North Local Government Area of Kaduna State have high level of structural supervisory administrators which include: Educational secretary, Head of school service, Senior school supporting officer, School supporting officer and Schools' principal in that descending order. However, this study focused on the last cadre which is Schools' principal

because they are the closest to the teachers that perform the job and are also the administrators that supervise them directly.

2.0 LITERATURE REVIEW

Conceptual Review

This section review the major concepts of the study which include the the concepts of supervisory skills and job performance.

Concept of Supervisory Skills

Supervisory skill is a process in which leader is indulged in various activities to achieve any goal. Supervisory skill refers to the behaviour / attitude of a leader to collect and direct the individuals towards any goal. Supervisory skill is a communication process of leader and individuals (Pfeffer 2013). So the effectiveness of an organization depends upon the effective supervisory skill of that person who has an effective supervisory style. Supervisory skill is a very important factor for any organization or group.

According to Burns (2017), supervisory skill can be seen as a process, an attribute of personality, the art of inducing complaisance, an exercise of influence, a particular type of action or behaviour, a form of persuasion, a power relationship, an instrument to achieve goals, the result of an interaction, a differentiated role or initiation of a structure. Participatory supervisors encourage subordinates to put in extra effort and to go beyond what they (subordinates) expected before (Burns, 2017). The subordinates of transformational leaders feel trust, admiration, loyalty, and respect toward leaders and are motivated to perform extra-role behaviours. Participatory supervisors achieve the greatest performance from subordinates since they are able to inspire their subordinates to raise their capabilities for success and develop subordinates' innovative problem solving skills.

Concept of Job Performance

According to Dick (2011) job performance is an attitudinal or emotive dimension of work motivation, manifesting its form in members' behaviour. Every organization has been established with certain objectives to achieve. These objectives can be achieved by utilizing the resources like men, machines, materials and money. All these resources are important but out of these the manpower is the most important. It plays an important role in performing jobs for accomplishing the goals. Furthermore, the school environment is changing drastically - the environmental factors are uncontrollable. They are beyond control of supervisors of the schools. Supervisors have to adjust with both external and internal factors (such as environmental factor like social, cultural, legal, political, economic, technology and competition) to ensure that the improve job performance of their teachers.

Theoretical Framework

The theory adopted for the study is the Leadership Practices Inventory (LPI). The proponents of the theory are Kouzes T. and Posner S in 1987. According to Kouzes and Posner, (2002) the LPI theory is rooted in the “New Leadership” domain. According to Leadership Practices Inventory theory, a relationship between supervisory style and job performance has been proposed and linked in a number of studies by researchers such as Bass (1999) and Elenkov (2002). This theory indicates that the supervisory skill adopted by the organization predetermines the job performance of employees in that organization. This is to say that the supervisory skill of the secondary schools in Kaduna North Local Government Area of Kaduna State will determine the extent of the efficiency and effectiveness of the jobs to be performed.

This theory was chosen as the supervisory framework and independent variable for this study because it explains the relation between the supervisory skill and job performance in the organization. It posits that a perceived appropriate supervisory skill model by the administrators of any organization will influence the subordinates positively or otherwise and ensure efficiency and effectiveness of jobs in the organization.

Review of Related Empirical

Tasnim and Akkas (2017) in the study on impact of supervisory communication skills on employee job satisfaction in KIA Motors seeks to show the impact of effective supervisory communication skills on employee satisfaction in the automobile company. A survey was conducted with 20 employees working full-time with the company and four interviews were made face to face which included both supervisors and subordinates. The survey indicated that verbal and written responses given by the supervisors created a much more positive impact on employee job satisfaction compared to immediate responses such as emails, messages etc. The results indicated that supervisors’ communication skills had a positive correlation with job satisfaction. Specifically, overall majority of the employees who took part in the survey agreed that supervisory communication contributed to their job satisfaction.

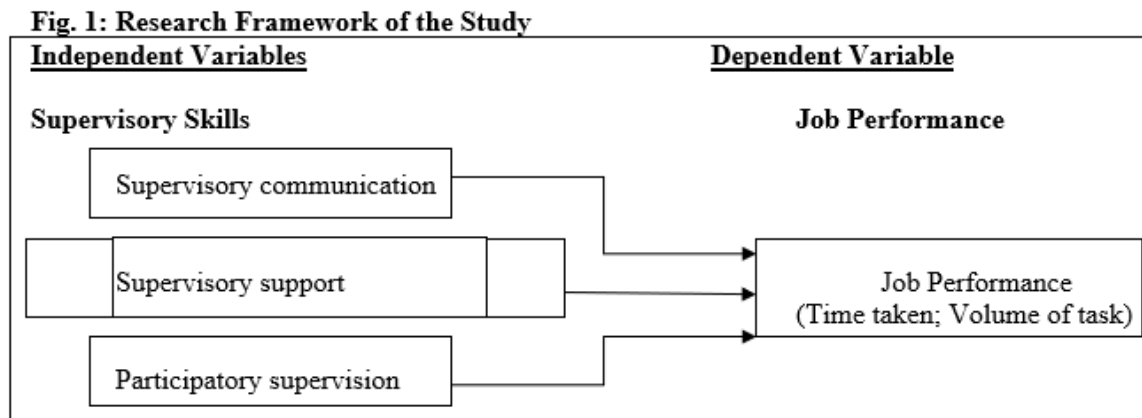
According to Barling, (2016) supervisory skill has also been found to lead to higher levels of organizational commitment and is associated with business unit performance. Participatory leadership factors (charisma) consists of firstly, idealized influence attributed, and secondly, idealized influence behavioural. The administrators show great persistence and determination in the pursuit of objectives, show high standards of ethical, principles, and moral conduct, sacrifice self-gain for the gain of others, consider subordinates “needs over their own needs and share successes and risks with subordinates.

Mashud and Rubina (2015) in their study on results based strategic leadership: strategic leadership and determinants of firm performance using descriptive statistics on the questionnaire administered to respondents. The study is to determine role of leadership on firm performance. The study reveals that, the strategies used in the leadership of organization affects the firm performance of private organization. Munley and Almarie (2015) in their study which seek to determine the impact of leadership on employees’ performance. Using survey instrument, that is, questionnaire administered to respondents, the finding of the study was

analysed using regression analysis and it revealed that leadership play a very significant role in determine the employees' performance.

Research Framework

The conceptual framework of the study which includes supervisory communication, supervisory support, participatory supervision and job performance is presented in figure 1 below:



Source: Researcher's Compilation (2021)

The above literature has been used as the platform and foundation to develop the research framework and model for this study. Based on the framework, the study hypothesized that:

- H₀₁: Supervisor communication has no significant effect on job performance among teachers of secondary schools in Kaduna North Local Government Area of Kaduna State*
- H₀₂: Supervisor support has no significant effect on job performance among teachers of secondary schools in Kaduna North Local Government Area of Kaduna State*
- H₀₃: Participatory supervision has no significant effect on job performance among teachers of secondary schools in Kaduna North Local Government Area of Kaduna State*

3.0 METHODOLOGY

This study employed a cross-sectional survey research design. School principals of the selected secondary schools in Kaduna North Local Government Area of Kaduna State were engaged as survey participants. The study used the total population of the school principals of public secondary schools in Kaduna North LGA. A total of 102 respondents were selected for the survey and therefore, 102 copies of questionnaire were distributed out of which 69 copies representing 67.6% were validly returned and confirmed suitable for the analysis. The validity of the instrument was established through content, face and constructs validity. However, the reliability test of each of the constructs was carried out using Cronbach's Alpha which gave a reliability of 0.723 on a scale of 1. The hypotheses of the study were tested using multiple regression analysis and these analyses were carried out using statistical data for social scientist (SPSS v. 22). For the purpose of research consideration, ethical issues were upheld. The study

ensures that respondents stayed anonymous with confidentiality of all information provided by them.

The estimation technique that is employed in this study in functional form, is expressed in the following model equation:

$$JP = \beta_0 + \beta_1 SupC + \beta_2 SupS + \beta_3 PSup + \varepsilon \quad \dots \dots \dots 1$$

In equation for, it is expressed as:

$$JP = \beta_0 + \beta_1 SupC + \beta_2 SupS + \beta_3 PSup + \varepsilon \quad \dots \dots \dots 2$$

(Where; JP = Job performance; SS = Supervisory Skills; SupC= Supervisory Communication
SupS = Supervisory support, PSup = Participatory supervision, β_0 = intercept, β_1 , β_2 and β_3 , = slopes for SupC, SupS and PSup. ε = error of estimate)

4.0 RESULTS AND ANALYSIS

Results

The results of the hypotheses testing using multiple regression analysis are presented in table 1 as presented below:

Table 1: Model Analysis for Hypotheses

| Variables | Coefficient | Std. Error | t stat | p-value |
|----------------|-------------|------------|-------------------|---------------|
| Constant (JP) | 23.981 | 1.126 | 2.537 | 0.011 |
| SupC | 1.345 | 0.892 | 4.880 | 0.239 |
| SupS | 1.983 | 0.542 | 1.843 | 0.452 |
| PSup | 8.712 | 0.665 | 0.972 | 0.015* |
| R | 0.511 | | Variables | Values |
| R-squared | 0.481 | | S.E of regression | 2.99536 |
| Adj. R-squared | 0.404 | | Df | 68 |
| No of Obs | 69 | | f- stat | 23.891 |

*level of significance = 5%

Source: SPSS output, 2021

The result presented above reveals that all the variables; supervisory communication, supervisory support and participatory supervision have positive effect on employees job performance at 5% significant level in the short and long-run ($p = 0.011$; $f\text{-stat} = 23.891$). It further indicates that R value of 0.511 reveals that the independent variables (i.e supervisory communication, supervisory support and participatory supervision), have a strong relationship with the job performance. Also, the adjusted R square value of 0.404 reveals that 40.4% of the variations in the dependent variable are explained by variations in the independent variables.

Hypothesis One:

H_{01} : Supervisor communication has no significant effect on job performance among teachers of secondary schools in Kaduna North Local Government Area of Kaduna State

The p-value of 0.239 (i.e $p > 0.05$) indicates that the null hypothesis should be accepted which indicates that supervisor communication has no significant effect on job performance among teachers of secondary schools in Kaduna North Local Government Area of Kaduna State in the short run. Also, a unit increase in supervisor communication skills will lead to increase in job performance by 1.34%.

Hypothesis Two:

H₀₂: Supervisor support has no significant effect on job performance among teachers of secondary schools in Kaduna North Local Government Area of Kaduna State

The p-value of 0.452 (i.e $p > 0.05$) indicates that the null hypothesis should be accepted which indicates that supervisor support has no significant effect on job performance among teachers of secondary schools in Kaduna North Local Government Area of Kaduna State in the short run. Also, a unit increase in supervisor support will lead to increase in organizational productivity by 1.98%.

Hypothesis Three:

H₀₃: Participatory supervision has no significant effect on job performance among teachers of secondary schools in Kaduna North Local Government Area of Kaduna State

The p-value of 0.015 (i.e $p < 0.05$) indicates that the null hypothesis should be accepted which indicates that participatory supervision has no significant effect on job performance among teachers of secondary schools in Kaduna North Local Government Area of Kaduna State in the short run. Also, a unit increase in participatory supervision will lead to increase in job performance by 8.71%.

5.0 FINDINGS AND DISCUSSION

The findings of this study indicates that both supervisory communication and support does not act as a determinant of job performance but participatory supervision does act as a determinant of job performance in the short run. This results of the study confirms that supervisor's role is a partial predicting variable of job performance in the secondary schools sampled in Kaduna North LGA of Kaduna State. In the organizational context, supervisors have not demonstrated adequate communication skills and used good communication practices (e.g., provide feedback, encourage discussion and openly deliver information on training) when dealing with teachers within the school. Also, supervisors have not provided sufficient supervisory support to the teachers (e.g., encourage employees to attend to classes and apply newly acquired knowledge and skills that they gain from training programs in their jobs). Furthermore, participatory supervision of the teachers (e.g involving them in planning and decision making) have shown the tendencies of improving job performance

In terms of theoretical contribution, this study reveals key outcomes. Firstly, supervisor communication has no significant effect on job performance. This finding is inconsistent with the study of (Mashud & Rubina 2015). Secondly, supervisor support has no significant effect on job performance. This finding is consistent with the studies by Chiaburu and Takleab (2015) and inconsistent with the study by Tasnim and Akkas (2017). Lastly, participatory supervision

has no significant effect on job performance. This finding is consistent with the study by Tasnim and Akkas (2017).

6.0 CONCLUSION AND RECOMMENDATIONS

This study concludes that administrators' supervisory skills have partial effect on the job performance of teachers in secondary school in Kaduna North LGA of Kaduna State. The supervisory communication skills of the supervisors within the school are not sufficient to ensure improved job performance and therefore the teachers cannot perform effectively by mere communication with the school administrators. Also, the supervisory support skills of the supervisors within the school are not sufficient to ensure improved job performance and therefore the teachers cannot perform effectively with the kind of support they get now from the school administrators. Finally, the participatory supervisory skills of the supervisors within the school show a significant tendency to improve on job performance.

This study provides the following recommendations. Firstly, the supervisory communication skills of the schools' administrators should be enhanced through training and retraining of the administrators. Secondly, the supervisory support skills of the schools' administrators should be enhanced through capacity building and also providing the administrators the necessary tools required to function properly. Finally, participatory leadership style should be encouraged in decision making and operations of the schools through collaboration and collective bargaining.

References

- Barling, C. (2016). *Evaluation of Oro Water Treatment Plant of Kwara State*. Unpublished Final Year Project, Department of Water Resources, Ahmadu Bello University, Zaria.
- Bass B. M. (1999). *Bass & Stogdill's Handbook of Leadership* (3rd Ed). New York: Free Press (1985). *Leadership and Performance beyond Expectations*. New York: Free Press (1981). *Stogdill's Handbook of Leadership*. NY Free Press. Begley, T & Boyd, D (1987).
- Burns, J. (2017). *Managers' Communication Style and Employees' Job Satisfaction: A Quantitative Study*
- Chiaburu, C. and Takleab, L. (2015). *The Effect of Supervisor-Subordinate Communication on Supervisor-Subordinate Relationship*
- Darby, R. (2016), "International human resource management: a study of the role of organisational support systems in determining the subsequent performance of expatriate managers", Unpublished PhD Thesis, University of Sussex, Brighton
- Dick, y. (2011). *A Factor Analytic Study of Communication Satisfaction*, *The Journal of Business Communication*, vol. 14, no.3, pp. 64-73.
- Dupre, K & Day, A 2007, 'The Effects of Supportive Management and Job Quality on the Turnover Intentions and Health of Military Personnel', *Human Resources Management*, vol.46, pp.185-201

- Elenkov, L. (2012). Person-centered Communication, Leader-member Exchange and Employee Job Satisfaction, 'Communication Research Report', Vol.23, No.1, pp 35-44.
- Kouzes B. & Poner, D. (1995). Small business growth through geographic expansion: A comparative case study. *Journal of Business Venturing*, 13, 467-492.
- Mashud, R. & Rubina, S. (2015). *Results Based Strategic Leadership: Strategic Leadership and Determinants of Firm Performance*.
- Munley, H. & Almarie E. (2015). *A Study of Guatemalan Organizations, CEO Leadership Behaviors, Top Management Teams, and Organizational Performance. Modeling Organizational Performance Indicators* (Viara Popova and Alexei Sharpanskykh)
- Noe, S. (2018). An Examination of Organizational Communication as a Moderator of the Relationship between Job Performance and Job Satisfaction', *The Journal of Business Communication*, vol. 34, pp. 81-98.
- Peterson, S., Smith, G. Martorana, D. & Owens, R. (2013). "Strategies for Enhancing Organisational Effectiveness in the Third World" *Public Administration and Development* 10: (299 – 313).
- Pfeffer, C. (2013). A comparison of methods and sources for obtaining estimates of new venture performance. *Journal of Business Venturing*, 7, 501-522.
- Tasnim, M. and Akkas, A. (2017). Impact of Supervisory Communication Skills on Employee Job Satisfaction: A Case Study on KIA Motors. *European Journal of Business and Management* 9(6)

EKOLOJİ DEDEKTİFLERİ İŞ BAŞINDA**Emine Esra KAZANCI ¹**¹ Milli Eğitim Bakanlığı, Çorum Ömer Kömürcü İmam Hatip Ortaokulu,

0000-0002-9075-3713

ÖZET

Dünyamız her geçen gün daha da zor yaşanılacak bir yer haline geliyor. Küresel Isınma, buzulların erimesi, iklim değişimi ve son olarak tüm insanları yaklaşık 15 aydır evlerinde tutsak eden Covid-19 salgını. Dünya, sanki insanların duyarsızlığına karşı tepki gösteriyor. Dünyanın insan yaşamına daha elverişli olması için çevreye duyarlı nesiller yetiştirmek bizden sonrakilere bırakılacak en büyük miras olmalıdır. 2019 yılında tüm dünyayı etkisi altına alan Covid-19 salgını, alış-veriş, sağlık, bankacılık ve en önemlisi de eğitim için bir milat oldu. Dijital bir dünyada yaşadığımızın farkına varmamızı sağladı. Bu süreçte hayatımıza giren uzaktan eğitim kavramı öğrencilerin ekran başında geçirdikleri zamanı da arttırdı. Uzaktan eğitim sürecinde ekran başında fazla zaman geçirmelerine rağmen sosyalleşemeyen, teknolojiyi sadece kullanan bireyler görmekteyiz. Öğrencilerin bu zor dönemde, ders dışındaki zamanlarını daha verimli, üretken ve çevreye duyarlı geçirmeleri aynı zamanda farklı etkinliklerle kendisini ifade edebilen ve sosyalleşebilen bireyler olmaları amacıyla farklı ülke, şehir ve okullardan 8 bilişim teknolojileri öğretmeni ve 50 ortaokul öğrencisi ile Ekoloji Dedektifleri İş Başında isimli bir proje gerçekleştirdik. Projemiz, ortak olan; Azerbaycan, İstanbul Esenler Bilim Sanat Merkezi, İstanbul Bağcılar Akyiğit Ortaokulu, Çorum Ömer Kömürcü İmam Hatip Ortaokulu, Samsun İlkadım Gazi Ortaokulu, Erzurum Halit Paşa Ortaokulu, Isparta İTO Şehit Mustafa Gözütok Ortaokulu, Sinop Ayancık İnönü Ortaokulu ve bu okullarda görev alan bilişim öğretmenleri ve öğrencileri tarafından yürütülmüştür.

Proje, ortakların bulunması ve öğrencilerin seçilmesi ile ocak ayında başlamıştır. Öğrenciler velilerden alınan izin belgeleri ile çalışmalarına başlamıştır. Öncelikle okul tanıtım videoları çekilerek öğrencilerin diğer katılımcıları tanımalarına olanak sağlanmıştır. Ardından scratch programı ile kendilerini tanıtır ifade edebilecekleri uygulamalar hazırlamışlardır. 18 Mart' ta her iki ülkede şehit olanlar anısına okul bahçelerine fidan dikilmiştir. Öğrencilere çevre bilinci kazandırmak için yapılan bir diğer etkinlik ise; dijital ortamda ortak hikaye yazma, seslendirme ve anime etme etkinliği olmuştur. Bu etkinlik ile teknolojinin üretimine de destek olunmuştur. Dijital ortamda geri dönüşüm ile ilgili etkileşimli oyunlar hazırlayan öğrencilerimiz hem çevreye karşı duyarlı olma bilinci kazanmış, hem de kendi etkileşimli oyunlarını tasarlamışlardır. Mayıs ayı itibariyle çalışmalarımız sonuç vermiş ve okul müdürü, veli, öğretmen ve öğrencilerin katılmış olduğu proje değerlendirme toplantısı gerçekleştirilmiştir. Toplantıya katılan veliler; çocuklarının sosyalleşme imkanı bulduğunu, yapılan oyun ve çekilen videolarla teknoloji kullanımı konusunda bilinçlendiklerini ve geri dönüşüm, sıfır atık kavramlarının önemini fark ettiklerini belirttiler. Öğrenciler ise; Covid-19 salgın döneminde eğlenerek öğrendikleri için çok mutlu olduklarını ifade ettiler.

Anahtar Kelimeler: Çevre bilinci, teknolojinin üretken kullanımı, ekoloji, geri dönüşüm.

1. GİRİŞ

Tüm Dünyayı etkisi altına alan ve eğitim ortamlarının bilinenin dışına çıktığı bir süreçten geçiyoruz. Covid-19 salgını şimdiye kadar eğitim sürecinde karşımıza çıkan eğitim ortamı okuldur sözünü değiştirip, eğitimin öğretmen ve öğrencinin olduğu her yerde -mekandan bağımsız olarak- gerçekleştirilebileceğini bizlere göstermiş oldu. Bizler de bilişim teknolojileri öğretmenleri olarak bu değişime ayak uydurma konusunda öğrencilerimize ve diğer meslektaşlarımıza yardımcı olmak konusunda elimizden gelen tüm çaba ve gayreti göstermekteyiz. Özellikle salgından en çok etkilenen yaş grubunun çocuklar olduğunu göz önünde bulundurduğumuzda, onların evde geçen zamanlarını daha verimli ve değerli geçirmeleri için bir proje geliştirmiş bulunmaktayız.

e-Twinning projesi olarak; Isparta İTO Şehit Mustafa GÖZÜTOK Ortaokulu Bilişim Teknolojileri Öğretmeni Şule ŞENOL ile Azarbeycan Sumqayıt Şehir 39 Nömerli Mekteb Bilişim Öğretmeni Könül MİRZEYEVA tarafından kuruculuğu yapılan “Ekoloji Dedektifleri İş Başında” Projesine İstanbul Bağcılar Akyiğit Ortaokulu Bilişim Teknolojileri Öğretmeni Gülşah İMANCI, İstanbul Esenler Bilim Sanat Merkezi Bilişim Teknolojileri Öğretmeni Seçil ÖZEREN AYDOĞAN, Erzurum Yakutiye Halitpaşa Ortaokulu Bilişim Teknolojileri Öğretmeni Nuray SOYSAL, Samsun İlkadım Gazi Ortaokulu Bilişim Teknolojileri Öğretmeni Muradiye BOZAL, Sinop Ayancık İnönü Ortaokulu Bilişim Teknolojileri Öğretmeni Özge BAKICI ve Çorum Ömer Kömürcü İmam Hatip Ortaokulu Bilişim Teknolojileri Öğretmeni Emine Esra KAZANCI’ da ortak olarak katılım sağlamaktadırlar. Bu proje ile Dünyanın farklı ülkelerinden ve Türkiye’nin farklı şehirlerinden yüze yakın öğrenciyi bilişim ve çevre duyarlılığı konularında biraya getirerek öğrencilerin salgın zamanında uzaktan eğitim aldıkları dönemi eğlenerek öğrenme ortamı haline dönüştürmeyi amaçlanmaktadır.

Bu amaçlar doğrultusunda tüm okullarda eş zamanlı olarak ve ortaklaşa çalışmalar gerçekleştirdik. Çalışma takvimimiz aşağıda görülmektedir.

Ekoloji Dedektifleri İş Başında

Bu projede hedefimiz öğrencilere insan ve doğanın iç içe ve etkileşimli yaşadığını hissettirerek onlara çevre bilinci kazandırmaktır.

Ocak

Ortakların bulunması
e- Güvenlik ve Davranış Kuralları /Veli İzin Belgeleri
Okul tanışmaları
Öğretmen tanışma webinarı
Öğrenci tanışma webinarı
Proje ön testi



Şubat

Proje logo-afiş tasarımı
Öğrenci Tanıtımları
Öğretmen Tanıtımları
e- Safety Day Anket Çalışması



Mart

Doğaya Ağaç Dikiyoruz Geleceğimizi Yeşertiyoruz
Öğrencilerimizden Etkileşimli Oyunlar
Su Tasarrufu Farkındalık Çalışması
Su kullanım farkındalığı ile ilgili Scratch animasyon çalışmalarımız
Ekolojik ayak izi webinarı



Nisan

23 Nisan Çocuk Bayramı- Kağıttan Kuklalar
Sıfır Atık ile Geleceğimizi Kurtaralım
Ekoloji Dedektifleri İş Başında e-kitap çalışması
Scientix STEM Keşif Haftasına katılım webinarı



Mayıs

Takımların Etkileşimli Oyun Çalışmaları
Ekoloji Takvimi ile ilgili Scratch Animasyonlarımız
eTwinning Günü özel webinarı
Proje değerlendirme Webinarı
Proje değerlendirme çalışmaları



@cevre_etwinning

<https://ekodedektiv.blogspot.com/>

<https://www.facebook.com/groups/395678984862679>

2. UYGULAMALAR

2.1. Ocak Ayında Gerçekleştirilen Etkinlikler

Ocak ayında öncelikle ortakları belirleyerek çalışmalarımıza başladık. Çalışmalara katılacak tüm öğrencilerimizin velilerinden e-güvenlik konuları için veli izin belgelerini imzalı olarak aldık. Ardından öğrenciler kendi şehirlerini ve okullarını anlatan videolar çektiler. Öğretmen ve öğrencilerin tanışması için Ocak ayında tanışma webinarı düzenledik. Bu sayede öğrenciler ve öğretmenler proje ortaklarını tanımış oldular.

2.2. Şubat Ayında Gerçekleştirilen Etkinlikler

Proje ortakları ile tanışan öğrencilerimiz proje için logo ve afiş tasarladı. Tüm öğrenciler tarafından tasarlanan logo ve afişler hem kendi okullarında hem de diğer okullarda oylama yapılarak öncelikle okula ait logo ve afiş belirlendi. Ardından okullardan seçilerek gelen logo ve afişlerden ikinci seçim yapılarak projemizin logo ve afişi belirlendi. Bu çalışmadan sonra öğretmen ve öğrenciler scratch programı kullanarak kendilerini tanıtan birer oyun tasarladı. Bilişim Teknolojileri ders müfredatı ile uyumlu olarak bu etkinlikler gerçekleştirildi.

2.3. Mart Ayında Gerçekleştirilen Etkinlikler

Mart ayı, ağaçların doğaya dikilmesi için en uygun ay olarak bilinmektedir. Bu nedenle 12 Mart' ta İstiklal Marşı Şairimiz Mehmet Akif ERSOY anısına İstiklal Marşımızın 10 kıtasını 8 farklı okuldan öğrencilerimiz ile okuyarak bir kolaj yaptık. 18 Mart Çanakkale Şehitlerini ve her iki ülkede de vatanını savunmak için canını gözünü kırpmadan veren şehitlerimiz anısına okul bahçemize öğrencilerimiz ve okul müdürümüz çam fidanı dikti. 22 Mart Su Günü etkinlikleri kapsamında öğrencilerimiz suyun tasarruflu kullanımı ile ilgili videolar çektiler ve scratch programı kullanarak oyun tasarımı yaptılar. Böylece Dünyanın en önemli kaynaklarından biri olan suyun ne kadar önemli olduğunu hem anladılar hem de anlatmış oldular. Isparta Süleyman Demirel Üniversitesi öğretim üyelerinden Dr. Öğr. Üyesi Şule BEKAROĞLU, tüm öğrencilerimizle “Ekolojik Ayak İzi” konulu bir webinar gerçekleştirdi. Böylece öğrencilerimiz suyun ve elektriğin tükenen kaynaklar olduğunu uzmanından duymuş oldular. Suyun önemini dinlediler, onunla ilgili çekim yaptılar ve oyunlar hazırladılar. Bu sayede birden çok öğrenme alanı ile etkileşime girmiş oldular.

2.4. Nisan Ayında Gerçekleştirilen Etkinlikler

Nisan ayı etkinlikleri, okulların işbirlikçi çalışma ile gerçekleştirdiği E- kitap etkinliğiyle başladı. Okul takımları iş birliği yaparak hikaye yazma, seslendirme ve karakter oluşturma çalışmaları yaparak projemiz adına e-kitap oluşturdular. 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramını Covid-19 salgını sebebiyle evlerinde kutlayan öğrencilerimiz atık malzemelerden kuklalar yaptılar ve bu kuklalar ile bayram coşkusu oyun oynayarak aynı zamanda geri dönüşümün güzelliklerini fark ederek geçirdiler.

2.5. Mayıs Ayında Gerçekleştirilen Etkinlikler

Mayıs ayına geldiğimizde proje ortakları ikişerli gruplara ayrılarak her takım kendi ekibiyle yaptığı webinar da Çevre Günü, Biyoçeşitlilik Günü ve Kuraklık Günü gibi konularda beyin fırtınası etkinliği yaptı. Çalışmaların devamında ise her takım öğrendiklerini uygulamak adına scrath programı ile ortaklaşa oyun tasarımı gerçekleştirdiler. Son olarak 9 Mayıs Anneler Günü için veli, öğretmen ve öğrencilerimizin katılımıyla yine öğrencilerimiz anneleri için güzel bir müzik dinletisi gerçekleştirdi.

3. SONUÇLAR VE DEĞERLENDİRME

Projemizin sonucunu değerlendirmek amacıyla Mart ve Nisan aylarında veli, öğrenci ve öğretmen anketleri uygulanmıştır. Mart Ayı öğrenci, öğretmen ve veli anketleri değerlendirildiğinde; öğrenciler ağaç dikme etkinliğini çok yararlı bulduklarını ifade etmişlerdir. Ekolojik Ayak İzi webinarının çok olumlu sonuçları olduğu görülmektedir. Ekoloji Dedektifleri İş Başında eTwinning Projesi Nisan ayı öğrenci, öğretmen ve veli değerlendirmeleri incelendiğinde ise Nisan ayında ele alınan “Sıfır Atık” çalışmalarının öğrenciler üzerinde olumlu etki bıraktığı görülmektedir. Sıfır Atık teması kapsamında yapılan “Sıfır Atık ile Geleceğimizi Kurtaralım” etkinliğindeki video/Scratch çalışmalarının ve “23 Nisan Çocuk Bayramı-Kâğıttan Kuklalar” etkinliğindeki atık malzemeler kullanılarak yapılan kukla çalışmalarının oldukça faydalı olduğu görülmektedir. Öğrencilerin atık ve çöp kavramlarını birbirinden ayırt edebildikleri ve atık türlerini açıklayabildikleri görülmüştür. Ayrıca öğrenciler atıkları geri dönüştürmenin önemini ve faydasını açıklayabilmektedirler. Öğrencilerin geri dönüşüm kutularının renklerine göre farklı atık malzemeleri içerdiğini ve farklı türdeki atıkların farklı geri dönüşüm kutularına atılması gerektiğini bildikleri görülmüştür. Öğrencilerin sıfır atık konusunda yeterince farkındalık kazandıkları ve çevrelerindeki insanları bilinçlendirdikleri ortaya çıkmıştır.

Mayıs ayında tüm ortakların, okul müdürünün, öğrenci ve velilerin katılımıyla zoom üzerinden değerlendirme toplantısı yapılmıştır. Yapılan toplantı sonucunda proje ile ilgili olumlu geri dönütler alınmıştır:

Azarbeycan’dan projemize katılan Hesen isimli öğrencinin velisi “Çocuğum çok çekingendi bu proje sayesinde sosyalleşti.” diyerek projenin yararlılığından bahsetmiştir.

Eyüphan isimli öğrencimiz projenin doğaya yararı olacağı için çok heyecanlandığını belirtmiştir.

Ali Eren isimli öğrencimiz “Bu proje ile 22 Mayıs Biyoçeşitlilik Günü’nü öğrendim” derken Rukiye isimli öğrencimiz ise “Kodlama eğitimimi geliştirmek için bu projede yer aldım” demiştir.

Ulaş isimli öğrencimiz Azarbeycan kültürünü öğrendiklerini ve projede arkadaşları ile çok eğlendiğini belirtmiştir. Berivan ise bu proje sayesinde kendisini değerli hissettiğini söylemiştir.

Toplantı sonunda söz alan Çorum-Ömer Kömürcü İmam Hatip Ortaokulu Müdürü Ramazan AKKAYA ise çevreye merhametli olmayanların insanlara da merhametli olamayacağını belirterek çevre bilinci kazanmanın çok önemli olduğundan ve bu projenin çok verimli geçtiğinden bahsetmiştir.

4. GENEL DEĞERLENDİRME VE SONUÇLAR

Yapılan anketler ve toplantıların sonuçları genel olarak değerlendirildiğinde "Ekoloji Dedektifleri İş Başında" projesinin çocukların sosyalleşmesine ve çevreye daha duyarlı olmasına katkı sağladığı görülmüştür. Proje ile öğrenciler farklı kültürlerden insanlarla tanışma ve Azeri kültüründeki sıcaklığı hissetme şansı bulmuşlardır. Ayrıca scratch programı kullanarak etkileşimli oyunlar tasarlamışlar ve birlikte yaptıkları çalışmalar sayesinde ekran öğrenmesi ve işbirliğine dayalı öğrenme gerçekleştirmişlerdir. Tasarladıkları logo, afiş, oyun ve hikaye kitabı gibi etkinlikler ile günlük hayat problemlerine çocuk bakış açısıyla gerçek çözümler üretmişlerdir.

Geleceğin çevreye duyarlı, geri dönüşüm bilinci olan, atıkları çöpe değil dönüşüm alanlarına götüren ve kendisini rahatlıkla ifade edebilen bireyler yetiştirmiş olmanın sevincini yaşamaktayız. Bilindiği gibi söylenenler unutulur, yazılanlar silinir ama dikilen fidanlar büyür, yapılan oyunlar oynanır. Böylece çevreye duyarlı nesiller yetiştirmiş oluruz.



Görsel 1. Öğrenciler tarafından hazırlanan logolar



Görsel 2. Öğrenciler tarafından seçilen proje logumuz



Görsel 3. Ekolojik Ayak İzi Webinarımız



Görsel 4. Fidan Dikme Etkinliğimiz



Görsel 5. Tuvalet kağıdı rulosundan kukla yapımı



Görsel 6. 22 Mayıs Biyoçeşitlilik günü için beyim fırtınası

**BÖLGESEL KALKINMADA KALKINMA AJANSLARININ ROLÜ: ÇUKUROVA
KALKINMA AJANSI****Dr. Havin Öner GÖREN****-ORCID ID 0000-0003-1073-7180****ÖZET**

Küreselleşme her alanda değişimin yaşanmasına yol açmıştır. Bu sürecin ortaya koyduğu yeniliklerden birisi de dünya ülkeleri için sorun arz eden bölge içi ve bölgelerarası gelişmişlik düzeyleri arasında farklılıkların giderilmesidir. Bu bağlamda ABD kurulan ilk örneği olan Tennessee Valley Authority adlı 1933 yılında kurulan bölge kalkınma ajanslarının kuruluşu önemli bir basamaktır. Ancak dünya tarihinde 1950'lerden sonra Avrupa'da yaygınlaşan bölge kalkınma ajansları olarak bilinen yapılar özellikle bölgesel kalkınmanın önem kazandığı 1980'lerden sonra tüm dünyaya yayılma olanağı bulmuştur. Türkiye'de ise, kalkınma ajanslarının kurulması 5449 sayılı 25 Ocak 2006 tarihinde yürürlüğe giren "Kalkınma Ajanslarının Kuruluşu, Koordinasyonu ve Görevleri" hakkında kanunla olmuştur. Bu kanunla İzmir Kalkınma Ajansı ve Çukurova Kalkınma Ajansları kurulmuştur. Bu ajanslar, kalkınma ajanslarının ülkemizde ilk örneklerini oluşturmaktadır. Çalışmanın amacı, kalkınma ajanslarının ülke kalkınmasında üstlendikleri misyonun hem bölgesel hem de merkezi düzeyde üstlendikleri görevlerin analiz edilmesidir. Bu bağlamda, ülkemizde kalkınma ajanslarının ilk örneklerinden birisi olan Çukurova Kalkınma Ajansı ele alınmıştır. Çukurova Kalkınma Ajansı, stratejik rolü, merkez ve yerel yönetimler arasında koordinasyon düzeyi ve ortaya konulan proje örnekleri çerçevesinde irdelenecektir. Sonuç olarak, bölge içi ve bölgeler arası rekabetin önemli olduğu küreselleşme sürecinde kalkınma ajanslarının ülke kalkınmasına etkileri analiz edilecektir.

Anahtar Kelimeler: Bölgesel kalkınma, Kalkınma ajansları, Çukurova kalkınma ajansı

1.GİRİŞ

Türkiye'de planlı dönemle birlikte uygulamaya konulan bölgesel gelişme ve bölgeler arasındaki farklılıkların giderilmesiyle ilgili politikaların yeniden gözden geçirilmesi 1980 sonrasına denk gelmektedir. Bu tarih, Türkiye'de bölgeler arası gelişme farklılıklarının olduğu ve mevcut durumun sosyal ve ekonomik anlamda birçok soruna zemin hazırladığı vurgusuyla ilişkilendirilmiştir.

Bölgesel gelişmişlik konusunda iç etmenlerin belirleyiciliği yanında dış etmenlerin, özellikle Avrupa Birliği'ne katılım süreci, bölgesel gelişme politikalarına uyum sağlanması taleplerinin de önemli olması 1980 sonrası politikaların temelini oluşturmuştur. Çalışmamızda bölgesel kalkınmanın özellikle 1980 sonrası dönemde tüm dünyada önem kazandığı iddia edilmiştir. Bu tarihin aynı zamanda kalkınma ajanslarının tüm dünyaya yayılması sürecinin de başlangıcı olduğu söylenebilir. Bu bağlamda çalışmada, ülke kalkınmasında, bölge içi ve

bölgeler arası gelişmişlik düzeyinin artırılması temelinde kurulan kalkınma ajanslarının önemi ve yeri ele alınacaktır. Türkiye açısından kalkınma ajanslarının ilk örneklerinden birisi olan Çukurova Kalkınma Ajansı çalışmanın sınırları çerçevesinde analiz edilecektir. Çalışmada, kalkınma ajanslarının bir politika transferi örneği olduğu iddia edilmektedir. Bu savın analiz edilmesi elbette çok yönlü ve derinlemesine bir araştırmayı gerektirmektedir. Ayrıca bölgesel kalkınma, ekonomik ve toplumsal alanda yer alan kapsamlı bir çalışma konusudur. Kısaca ülkemizin son yıllarında bölge planlamasında önemli yer tutan ajansların gelişimi ve etkileri sınırlı çerçevede değerlendirilecektir.

2. BÖLGESEL KALKINMADA YENİ BİR AKTÖR: KALKINMA AJANSLARI

Küreselleşme süreciyle birlikte dünya genelinde yaşanan değişimler, 1980 sonrasında her alanı etkilemiştir. Bu süreç, Türkiye’de gerek ekonomik gerekse de toplumsal alanda değişimlere yol açmıştır. Bu değişimden etkilenen alanlardan birisi de bölgeler arasında eşitsizliğin giderilmesi talebiyle ekonomik alanın değişimidir. Bu yeniden yapılandırma, yerel merkezler arasındaki eşitsizliğin giderilmesi adına da önem taşımaktadır (Arslan ve Ay, 2007:412). Bu bağlamda, Türkiye’de yaklaşık kırk yıldır uygulanmakta olan bölgesel gelişme model, politika ve araçları bir yana bırakılarak, alan yeniden yapılandırılmıştır. Bu yeni yapının temel unsurunu ise kalkınma ajansları oluşturmuştur. Türkiye’nin, kalkınma ajanslarıyla tanışıklığı 1999 Helsinki Zirvesi’yle birlikte olmuştur. 2003 yılı Katılım Ortaklığı Belgesi’nde ise Bölge Kalkınma Ajansları’nın uygulanması süreci yer almaktadır. Kalkınma ajanslarının işlevsel hale gelmesi yasal düzenlemelerin yapılmasıyla gerçekleşmiştir. (Hasanoğlu ve Aliyev, 2006:81). Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı’nın (2001-2005) “Kurumsal ve Hukuki Düzenlemeler” başlığı altında, Dokuzuncu Kalkınma Planı’nın (2007-2013) pek çok yerinde “kalkınma ajansları” açıkça yer almıştır.

Ülkemizde Güneydoğu Anadolu Projesi olmak üzere bölgesel ve yerel kalkınma politikaları istenilen düzeyde kalkınmayı sağlayamadığı hatta ülke içerisinde hem yerel hem de bölgesel düzeyde farklılığı arttırdığı söylenebilir. Buna sebep olarak, mevcut kalkınmayı sağlayacak kurumsal yapıların olmayışı gösterilebilir. Kurumsallaşma sürecinde bazı yapılar zaman içerisinde oluşturulmuştur. Bu bağlamda, Adana Güçbirliği Vakfı, Ege Ekonomisini Geliştirme Vakfı (EGEV), Mersin Kalkınma ve İşbirliği Konseyi (MEKİK) vs. bölge kalkınmasını desteklemek adına kurulan yapılara örnek olarak verilebilir. Ancak mevcut örnekler kalkınmaya yönelik bir eksiklik olarak görülen kurumsallaşmayı karşılamada yeterli olamamıştır.

Bu bağlamda, 1980’lerden önce ve sonrasında kalkınma planları ve diğer gelişmeler ışığında Türkiye’deki kalkınma ajanslarının somut uygulaması öncelikle iki farklı bölgede kurulan İzmir (İzmir Kalkınma Ajansı) ve Adana-Mersin (Çukurova Kalkınma Ajansı) illerini kapsayan bir pilot uygulama ile başlatılmıştır. Çukurova Kalkınma ajansı 5449 Sayılı Kalkınma Ajanslarının Kuruluşu Koordinasyonu ve Görevleri Hakkında Kanun’a dayanılarak 2006/10550 sayılı 97 Bakanlar Kurulu kararı ile kurulmuştur.

Çukurova Bölgesi'ndeki kurumsal yapının mevcut durumu, merkezi idarenin yerel örgütlenmesi, yerel idare ve özel kesim ve sivil toplum başlıkları altında ele alınmıştır.Çukurova Kalkınma Ajansı'nın 2020 yılı faaliyet raporunda ajansın misyon ve vizyonu şu şekilde yer almıştır.

Çukurova Kalkınma Ajansı, 2014-2023 Çukurova Bölge Planı'nda ortaya konulan vizyon ve stratejiler doğrultusunda tespit edilen alanlara yönelik olarak; bölgesel programlar ve buna uygun olarak belirlenen destek mekanizmaları ile bölge kaynaklarının daha verimli ve etkin kullanımının sağlanması, bölge potansiyelinin harekete geçirilmesi ve bölgenin tanıtımı yoluyla ulusal ve uluslararası yatırımların bölgeye çekilmesini amaçlamaktadır(2020 faaliyet raporu, 2).

Ajansın faaliyetlerinin yıllık olarak yayınlanması şeffaflık ve hesapverilebilirlik açısından değerlendirilmelidir. Ayrıca merkezden planlama yerine yerelde planlama vurgusu ajansların varlığında önemli bir yer tutmaktadır.2008-2020 yılları arasında faaliyet raporlarının yer aldığı Çukurova Kalkınma Ajansı bölge planlaması, araştırma raporları ve strateji belgeleriyle planlama konusunda sürdürülebilirliği sağlamayı amaçlamaktadır. Destekleme projeleriyle mali, teknik ve fizibilite anlamında destekler sunulmaktadır. Kalkınma ajansının başlamış devam eden ve sonlanan birçok projesi de vardır. Örnek projelerden birisi şu şekildedir.

Mersin Su Sporları ve Yaşam Merkezi Projesi Mersin İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü tarafından yürütülen projenin amacı, Mersin ilinde deniz turizminden elde edilen katma değerın yükseltilmesi ve deniz turizminden yararlanmak için kente gelen turist sayısı ile turizmden elde edilen gelirin artırılmasıdır. Proje ile, Mersin Su Sporları ve Yaşam Merkezi'nin kurulması, merkezin içerisinde Mersin Su Altı Heykel Parkı Dalış Merkezi, 140 heykelli Su Altı Heykel Parkı, Su Sporları ve Sahil Sporları Merkezi, bungalov ve çadırlı kamp alanlarından oluşan konaklama birimleri ve rekreasyon alanlarının oluşturulması öngörülmektedir. Ayrıca proje kapsamında, Mersin ili deniz turizmi odaklı tanıtım ve yaygınlaştırma kampanyasının yürütülmesi planlanmaktadır. Mersin Valiliği Yatırım İzleme ve Koordinasyon Başkanlığı, Silifke Belediyesi, Mersin Ticaret ve Sanayi Odası, Mersin Deniz Ticaret Odası'nın ortak olarak yer aldığı projenin toplam bütçesi 3.300.000,00 TL olup, bunun 1.650.149,34'si Ajansımız tarafından sağlanmaktadır.(2020 faaliyet raporu, 41).

Sonuç olarak bölgesel ve yerel paydaşlarla katılımıcılığın ön plana çıkarılması gayreti kalkınma ajansları için oldukça elzemdir. Çukurova Kalkınma Ajansı ekonomik ve çevresel kalkınmanın rekabet ortamında sürdürülebilirliği için faaliyet göstermektedir. Stratejik hedeflerin yer aldığı bölge planlamasında yerel paydaşlarla işbirliği içerisinde çalışılmaktadır. Ulusal kalkınma planıyla uyumun önemi göz önüne alınarak eldeki kaynakların verimli kullanılması hedeflenmektedir.

4.SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Türkiye, açısından yeni olmayan bölge içi ve bölgelerarası eşitsizlik konusu dengeli bir kalkınma yoluyla aşılabilecektir. Kalkınma ajanslarının bu misyonla hareket etmesi ciddi bir sorumluluk gerektirmektedir. Bölge içi-bölgeler arası rekabet ve kalkınma ülkenin en temel sorunlarından birisidir. Dünya tarihinde başarıyla uygulanmış örnekleri olmasına rağmen Türk hukuk sistemine politika transferi yoluyla gelen ajansların kamu yönetiminin örgütlenme ve işleyişine uyumu tartışmalı olabilir. Ancak gelinen noktada mevcut sorunlara rağmen çok sayıda proje örnekleri ve faaliyetlerle ajansların bölgede başarılı olduğu söylenebilir. Elbette kırsal alanda ve merkez arasında dağılımın ne denli eşit olduğu ve bölgeler arası farklılığın ne oranda giderildiği sorun olarak da görülebilir. Kalkınmanın yerel düzeyde farklılığı gidereceği fikri kalkınma ve gelişmişlik arasında farkın net olarak ortaya konulmasıyla aşılabılır.

KAYNAKÇA

Arslan, İ. ve Ay, H. M. (2007), “Güneydoğu Anadolu Bölgesine Yönelik Uygulanan İktisadi Politikalar”, *Kmu İibf Dergisi* , 9(13), 411-423.

Atay, F. (2005), “Bka Tasarımının Kalkınma Anlayışı Üzerine”, Bölge Kalkınma Ajansları Nedir, Ne Değildir? M. Turan, (Der.), Paragraf Yayınları, No; 6, Ankara, S. 15- 33.

Bayramoğlu, S. (2005), Türkiye’de Bölgesel Politikaların Gelişimi. (Derleyen: Menaf Turan), *Bölgesel Kalkınma Ajansları Nedir, Ne Değildir?*, Paragraf Yayınevi, Ankara.

Hasanoğlu, M. ve Aliyev, Z. (2006), “Avrupa Birliği Bütünleşme Sürecinde Türkiye’de Bölge Kalkınma Ajansları”, *Sayıştay Dergisi*, S.60, 81-103.

Kalkınma Ajanslarının Kuruluşu, Koordinasyonu Ve Görevleri Hakkında Kanun, Kanun no:5449, 25.01.2006, <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2006/02/20060208-1.htm>, Erişim Tarihi:19.05.2021.

Tamer, A. (2008), Kalkınma Ajanslarının Türk Hukuk Sistemindeki Yeri, DPT Uzmanlık Tezi, Yayın No:2757.

Çukurova Kalkınma Ajansı 2020 Faaliyet raporu, https://www.cka.org.tr/uploads/corporate_reports_v/5dc42b6a55dd5-2012ckafaaliyetraporu05042013.pdf, Erişim Tarihi: 19.05.2021.

Z KUŞAĞININ SİYASAL KATILIMI ÜZERİNE BİR İNCELEME

¹Murat ÇOLAK, ²Sevim KOÇER

¹Yüksek Lisans Öğrencisi, Kocaeli Üniversitesi, Halkla İlişkiler Ve Tanıtım ABD,
ORCID: 0000-0003-2135-9824

²Doç. Dr., Kocaeli Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler Ve Tanıtım Bölümü,
ORCID: 0000-0003-1813-5491

ÖZET

Son dönemlerde pazarlamacılar faaliyetlerini planlarken hedef kitle bölümlerinde kuşak kavramını dikkate almaktadır. Kuşak, yirmi beş otuz yıllık yaş kümelerini oluşturan nesil olarak tanımlanmaktadır. Tüm kuşaklar, içinde yaşadıkları döneminin olaylarından etkilenmektedir. Bu etkileşim kuşakların tutum, değer, tüketim ve siyasal katılım davranışlarına kadar etki etmektedir. Z kuşağı 2000'lerin başında dünyaya gelmiştir. Diğer nesillerden tamamen farklı olan bu kuşak teknolojinin yetiştirdiği ilk kuşaktır.

Siyasal katılım, seçmenin oy verme eylemi olarak bilinmektedir; ancak siyasal katılım oy verme davranışlarıyla sınırlandırılmamalıdır. Siyasal katılım, kişinin siyasete olan ilgi ve merakını kapsayarak siyasal eylemlere kadar uzanan geniş bir çeşitliliğe sahiptir.

Bu çalışma, siyasal hayata yeni katılım sağlayan Z kuşağı bireylerinin siyasal ilgi düzeylerinin, siyasal katılım türlerinin ve siyasal katılım faktörlerinin neler olduğu; ayrıca demografik özelliklerin ve sosyal medya kullanımının siyasal katılıma ne tür bir etkisi olduğunu ortaya koymayı amaçlamaktadır. Çalışmanın evrenini Z kuşağı oluşturmaktadır. Örneklemini ise ankete yanıt veren Z kuşağında yer alan 150 kişi oluşturmaktadır. Çalışmada veri toplamada nicel araştırma yöntemlerinde olan anket tekniği kullanılmıştır. Ankette demografik özellikler, internet ve sosyal medya kullanımları, siyasal ilgi, siyasal katılım ve siyasal katılım faktörleri olarak 5 ana başlıkta toplam 56 soru bulunmaktadır. Anket sonuçları SPSS programında analiz edilmektedir.

Analizler sonucunda Z kuşağının düşük bir siyasal katılıma sahip olduğu ortaya çıkmıştır. Siyasal katılım düzeyleri incelendiğinde ise yoğun enerji ve zaman gerektiren eylemlerden kaçındıkları daha kolay olan izleyici faaliyetlere yöneldikleri görülmektedir. Katılımcıların siyasal katılımlarında cinsiyet ve eğitim faktörlerinin etkisi bulunmamaktadır. Son olarak katılımcılar siyasal bir partiyi desteklerken parti politikası ve geçmişteki faaliyetlerine göre karar vermektedir.

Anahtar Kelimeler: Z Kuşağı, Siyasal İletişim, Sosyal Medya, Siyasal Katılım

GİRİŞ

Kuşakların yaşamlarında çevrelerinde gerçekleşen, şahit olduğu veya etkisi hissettiği olayların büyük bir etkisi olduğu bilinmektedir. Bu etkiler kişilerin gerek sosyal hayatlarında gerekse siyasal hayatlarında kendini göstermektedir. Ülkemizde 80 kuşağı sonrasında ortaya çıkan

apolitik nesil bunun önemli örneklerinden biridir. Ülkemizde hala bu apolitizmin etkisinde çeşitli siyasal katılım faaliyetlerinde aktif yer almayan pekçok insan bulunmaktadır.

Siyasal katılım yalnızca oy kullanmak ile sınırlandırılmamalıdır. Siyasal katılım birçok şekilde gerçekleşmekteyken ülkemizde büyük bir kitle sadece oy vermek ile yetinmektedir. Siyasal katılımın geniş bir faaliyet alanı bulmaktadır. Ancak bu faaliyetler temelde 3 ana başlık altında incelenmektedir. Gladyatör faaliyetler en fazla zaman ve emek isteyen eylem grubudur. Orta dereceli siyasal katılım faaliyetleri geçiş faaliyetleri olarak adlandırılır. En yüzeysel faaliyetler diyebileceğimiz ki oy vermeyi de içinde bulunduran başlık izleyici faaliyetlerdir (Milbraht'dan aktaran, Dilber, 2020: 22).

Z kuşağı hakkında birçok varsayım bulunmaktadır. Apolitik oldukları düşünülmektedir ancak bunun bir yanılgı olduğunu varsayılmaktadır. Torun (2020) Z kuşağının apolitik olarak lanse edilmesinin asıl sebebinin bu kuşağın önceki kuşaklardan farklı olarak ideolojik görüşlere bağlı olmayışından kaynaklandığını dile getirmektedir.

Çalışmanın literatür bölümünde kuşak kavramı, Z kuşağının özellikleri, siyasal iletişim, siyasal katılım kavramı ve siyasal katılım düzeyleri incelenmiştir. Çalışmanın araştırma bölümünde Z kuşağının siyasal katılım davranışı ve siyasal katılım düzeyini ölçmeye yönelik yapılan anket sonuçları yer almaktadır.

1. LİTERATÜR

1.1. Z Kuşağı Kavramı

Kuşak kavramı bireylerin toplumla ilişkisinin doğasını kronolojik olarak tanımlamak için güvendikleri en önemli kavramdır. Sosyal davranış bilimlerde kuşak kavramına atfedilen anlamlar kafa karıştırıcı olabilmektedir. Bunun nedeni; kuşak kavramının literatürde oldukça fazla tanımının olmasında kaynaklanmaktadır (Alwin ve McCommon, 2007).

Kuşaklar benzer zaman aralıklarında doğmuş benzer yaş aralığına sahip aynı dönemlerin olaylarını yaşamış ve bu olaylar tarafından şekillendirilmiş insanlardır (Keleş, 2011:27). Yetiştirdiği dönemin davranış biçimleri ve beklentileri içerisinde büyümüş; sosyolojik, politik ya da ekonomik açıdan içerisinde yaşadığı dönemin özellikleriyle yoğrulmuş olan insan toplulukları kuşak olarak tanımlanmaktadır (Sarioğlu, 2020: 1).

Aynı kuşaktaki kişiler ergenlik veya gençlik dönemlerinde benzer olaylara tanık olurlar ve benzer olaylar yaşarlar. Bu olaylar kuşakları tutum, değer ve hatta satın alma davranışlarına kadar etkiler ve yaşamları boyunca kuşaklar bunun etkisinde kalır. Diğer bir deyişle kuşakları etkileyen olaylar nispeten kalıcıdır ve karardır, belirli bir grup insanın karakterine derinlemesine işlenmiştir (Chen, 2010:133). Tablo 1'de literatürde yer alan kuşak sınıflandırmaları yer almaktadır.

Tablo 1. Kuşakların Sınıflandırması

| Kaynak | Kuşakların İsimleri ve Zaman Aralıkları | | | | |
|--|---|-----------------------------|-----------------------|---------------------------------------|---------------------------------|
| Howe ve Strauss (2000) | Sessiz kuşak (1925-1943) | Patlama kuşağı (1943-1960) | 13. Kuşak (1961-1981) | Milenyum kuşağı (1982-2000) | - |
| Lancaster ve Stillman (2002) | Gelenekçiler (1900-1945) | Bebek patlaması (1946-1964) | X kuşağı (1965-1980) | Milenyum kuşağı, Y kuşağı (1981-1999) | - |
| Martin ve Tulgan (2002) | Sessiz kuşak (1925-1942) | Bebek patlaması (1946-1960) | X kuşağı (1965-1977) | Milenyum kuşağı (1978-2000) | - |
| Oblinger ve Oblinger (2005) | Yetişkinler (<-1946) | Bebek patlaması (1947-1964) | X kuşağı (1965-1980) | Y kuşağı, Milenyum kuşağı (1981-1995) | Milenyum sonrası (1995-Günümüz) |
| Tapscott (1998) | - | Bebek patlaması (1946-1964) | X kuşağı (1965-1975) | Dijital kuşak (1976-2000) | - |
| Remke, Raines ve Filipezak (2000) | Emektarlar (1922-1943) | Bebek patlaması (1943-1960) | X Kuşağı (1960-1980) | Gelecektekiler (1980-1999) | - |

Kaynak: Reeves ve Oh, 2008: 820

Sessiz kuşak 1925-1945 yılları arasında doğanların oluşturduğu kuşaktır. Dönem dünyada İkinci Dünya Savaşı ve ekonomik buhranı yaşamışlardır ve bu olaylar kuşağın karakter oluşumunda etkili olmuştur (Göksel ve Güneş, 2017:810). Bebek patlaması kuşağı veya patlama kuşağı, 1946-1964 yılları arasında doğanların oluşturduğu kuşaktır (Pekala, 2001). Doğum oranlarında ki artış sonucunda patlama kuşağı olarak adlandırılmaktadır. X kuşağı veya 13. Kuşak, 1965-1980 yılları arasında dünyaya gelmiştir (Göksel ve Güneş, 2017: 812). Milenyum veya echo boomers olarak bilinen Y kuşağı 1980-1999 yılları arasında doğmuştur (Kapoor ve Solomon, 2011:308). Y kuşağına bebek patlaması kuşağına benzerliğinden dolayı patlama kuşağının yankısı olarak da anılmaktadır (Lower, 2008). Bu araştırma da Z kuşağının 2000'li yıllarda (The Telegraph, 2014) ortaya çıktığı savunulmaktadır.

Ulusal ve uluslararası literatürde Z kuşağı kuşak sınıflandırmaları içerisinde yer almamaktadır. Bunun sebebi araştırmacıların buldukları zaman dilimi ve ilerleyen dönemlerde ortaya çıkacak bu nesil için kullanılacak terimin dönem şartlarına belirlenmesinin daha uygun olacağını düşünmeleridir (Yılmaz, 2020: 82).

Z kuşağı X ve Y'nin ardından alfabenin son harfi olan bu kuşak kendisinde sonra gelecek kuşakların geçmişten çok uzaklaştığının habercisi olmaktadır. İlerleyen dönemlerde kuşaklar çok daha kısa sürelerde değişecek ve sürekli olarak farklı tutum ve değerlere sahip bireyler ortaya çıkacaktır.

1990'ların sonlarında 2000'lerin başlarında doğan Z kuşağı şimdiye kadar en iyi eğitimi alan kuşaktır; ayrıca "anında çevrimiçi" olarak adlandırılan tamamıyla teknoloji kullanıcılarını oluşturan bir neslidir. Bu nesil farklı araştırmacılar tarafından internet kuşağı, gelecek kuşak, GenZ ve İGeneration olarak da adlandırılmaktadır (Levickaite, 2010: 173).

Teknoloji odaklı iletişimde sosyalleşmek için interneti kullanan bu nesil sosyal yaşam anlayışları ve sürekli değişen eğlence anlayışları ile önceki nesillerden çok farklı bir yerde konumlandırılmaktadırlar. Z kuşağı yaratıcı, haksızlığın karşısında hak arayan ve farklı sosyolojik guruplarla ilişkiler konusunda diğer kuşaklardan daha başarılıdır (Başol ve Çetin, 2014: 4).

Hayat standartlarında meydana gelen değişim Z kuşağı bireylerinin diğer kuşaklara nazaran apayrı bir dünyada yetişmelerini beraberinde getirmiş, özellikle teknolojiye meydana gelen ilerlemeler söz konusu kuşağın bireysel özelliklerinin diğer kuşaklardan ayrılmasına neden olmuştur (Ayhün, 2013:102). Z kuşağı dünyada teknolojik gelişmelerin zirveye ulaştığı dönemde dünyaya gelmiş bir kuşaktır. Bu teknolojik gelişmeler en çok Z kuşağını etkilemiştir ve bu gelişmeler onlara çeşitli olumlu yönler katmış olsa da bazı olumsuzlukları da beraberinde getirmiştir. Tablo 2'de Z kuşağının kişilik özelliklerine atfedilen olumlu ve olumsuz kişilik özellikleri yer almaktadır.

Tablo 2. Z Kuşağının Kişilik Özellikleri

| Olumlu Yönleri | Olumsuz Yönleri |
|-----------------------------------|-------------------------|
| Yaratıcılık | Aceleci |
| Toplumsal konulara duyarlı | Hazırcı |
| Sosyallik ve iletişime açıklık | Azimli ve hırslı olmama |
| Kendini rahatlıkla ifade edebilme | Kolay pes etme |
| İyi eğitilmiş | Teknolojiye bağımlı |
| Hak arama | Dikkat dağınıklığı |
| Girişimcilik | Tatminsiz |
| Dürüstlük | Sadakatsiz |
| Doğruyu çekinmeden söylerler | Konsantrasyon bozukluğu |
| (Çoklu İş) Multitasking | Kararsız |

İnternetin yaygınlaşması ve dijital küreselleşme Z kuşağı döneminin en çok ses getiren olaylarından biridir. Her kuşakta olduğu gibi bu olaylar Z kuşağını tutum, değer ve davranış açısından etkilemiştir. Teknolojinin bu kadar yaygınlaşması ve sıradanlaşması sonucunda Z kuşağının önceki kuşaklardan çok farklı olduğu düşünülmektedir.

1.2.Siyasal İletişim

Siyasal iletişimin bir olgu ve süreç olarak ortaya çıkması, bir öğretici olarak eğitim kurumlarında öğretilmesi ve hakkında araştırmalar yapılması son 50 yılın ürünüdür. Her disiplin gibi siyasi iletişim gelişimini tamamlamış ve zaman içerisinde kendine özgü terminolojisi ve yöntemi oluşmuştur (Aziz, 2007: 1)

Siyasal iletişim, günümüzde yaygın kullanılan kavramlardan bir tanesidir. Siyaset bilimciler, iletişim araştırmacılar, politikacılar, gazeteciler, siyasal iletişimden ve siyasal iletişim ile ilgili disiplinler arası konulardan günlük hayatta sık sık söz etmektedirler. Siyaset bilimciler, siyasal iletişimin önemini vurgularken, iletişim alanında faaliyet gösterenler ise siyaset ile iletişim arasında ki yakın ilişki ve iletişimin siyasetteki rolüne değinmektedirler (Eraslan ve Durur, 2018: 195).

Aziz'e (2007) göre; siyasal iletişim siyasal aktörlerin belli ideolojik amaçlarını, belli guruplara, kitlelere, ülkelere ya da bloklara kabul ettirmek ve eyleme dönüştürmek üzere çeşitli iletişim tür ve tekniklerini kullanmalarıdır. Ekinci'ye (2016) göre siyasal iletişim; yöneten ve yönetilen kesimlerin aktörlerince, buldukları konumları gereği, var olan iktidarları, iç ve dış güç odaklarına karşı güçlendirmek ya da etkisini azaltmak veya ele geçirmek üzere yeni siyasal olgular yaratmak, var olanları değiştirmek amacıyla, siyasal alanda ortaya koydukları, sonuçta kimlikleri ve siyasal kültürü ortaya çıkaracak siyasal yapıyı biçimlendirecek olan, tanıtıma dönük her türlü eylem, strateji, teknik ve uygulamalar bütünüdür.

21. yüzyılda teknolojik gelişmeler sonucunda iletişim kanallarının çeşitlenmesi ve değişimi siyasal iletişime de etki etmektedir. Bu gelişmeler sonucunda ortaya çıkan doğrudan ve etkileşimli iletişim kanalları siyasal iletişim süreçlerini şekillendirmektedir. Siyasal iletişim yeni iletişim ortamlarına taşınmıştır. Siyasal iletişimde en önemli dönemleri seçim dönemleri oluşturmaktadır. Bu dönemlerde siyasal aktörlerin, seçmen kitlesi tarafından gelen isteklere duyarlılığı ve bu isteklere göre ortaya koyduğu vaatleri sunmak durumundadır. Adaylar bu dönemde vaatlerini, projelerini, hangi partiden ne amaçla aday olduklarını seçmenlerine sürekli olarak duyurmak için faaliyetler yaparlar (Vural ve Bat, 2008: 2745).

1.3.Siyasal Katılım

Siyasal haklar ve oy kullanma hakkının kazanılması uzun bir sürece dayanmaktadır. Sürecin başlangıcı olarak sanayi devrimi gösterilmektedir. Sanayi devrimi sonrası yönetilenlerin yönetimde ve karar alma sürecine katılma istekleri birçok toplumda tartışmalara ve çatışmalara sebep olmuştur. Ancak bu sürecin sonunda tüm yönetilenlerin siyasal süreçlere katılma hakkını elde ettiği görülmektedir (Turan, 1986: 67).

Siyasal katılım yönetilenlerin siyasal sistem karşısındaki durum, tutum ve davranışlarını belirleyen bir kavramdır. Siyasal katılım yalnızca seçimlerde seçimlerde oy kullanmak değildir. Siyasal katılım, siyasete olan ilgi ve merak ile başlar ve siyasal eylemlere kadar giden geniş bir tutum ve etkinlik alanını kapsar (Tokgöz, 2020:145).

Kapani (2020: 144) siyasal katılımı, toplum üyesi bireylerin siyasal sistem karşısında takındıkları tutum ve davranışlar olarak tanımlamaktadır. Siyasal katılım sadece seçimlerde oy kullanmak değildir. Siyasal katılım siyasal meraktan yoğun siyasal eylemlere kadar uzanan bir katılmayı temsil etmektedir. Toplumun her kesiminde siyasete olan katılım aynı değildir farklılık göstermektedir. Kimi birey sadece oy kullanmakla yetinirken, kimi bireyler ise yasal olsun olmasın siyasal eylem, gösteri ve protestolara katılmaktadır.

Geniş bir anlamda bakılırsa siyasal katılımı siyasal aktörlerin karar alma süreçlerine müdahale eden her türlü yasal veya yasal olmayan, barışçıl veya şiddete dayalı yolların kullanıldığı eylem ve davranışları kapsamaktadır. Siyasal katılım iki benzer tür olarak ortaya çıkmaktadır. Birincisi yerel ve ulusal yöneticilerin siyasal karar alma süreçlerine müdahale etmek; diğeri ise siyasal yöneticilerin seçimidir (Dursun, 2013: 103).

Yeni medyanın hayatımıza girmesi, siyasi olarak organize olmayı kolaylaştırması, siyasal aktörlerin seçmenleriyle olan iletişimini arttırması ve anlık tepki verebilme özelliğiyle siyasal aktörlerin ve seçmenlerin ilgi odağı haline dönüşmüştür. Bu yenilikler siyasal alanda özgürlüğü, şeffaflaşmayı, sivil örgütlenmeyi ve en önemlisi siyasal katılımı arttırmıştır (Güven, 2017: 186).

Toplumdaki bireylerin siyasal katılım faaliyetlerine ilgisi aynı değildir. Bireyler bu faaliyetlerde ister izleyici isterse de aktif olarak görev alabilmektedir. Her siyasal katılım faaliyeti farklı düzeyde enerji ve zaman gerektirmektedir. Bu değişkenler göz önüne alınarak çeşitli araştırmacılar tarafından siyasal katılım düzeyleri belirlenmiştir.

Verba ve Nie (1972) ABD’de yaptıkları bir araştırma sonucunda siyasal katılım düzeylerini altı gruba ayırmıştır:

- Siyasal katılıma yapmayanlar; seçimlerde oy kullanmayan kesimdir. Bu düzeyin özelliği onları siyasal katılıma sevk edecek davranışlardan dahi kaçınmalarındır.
- Salt oy kullananlar; siyasal katılmaya sadece oy kullanma ile dahil olanlar. Birçok toplumda, en çok kitlesi bulunan siyasal katılımı grubudur.
- Kişisel sınırlı katılımcılar; oy kullanmaya ek olarak kendi kişisel sorunlarına çözüm bulmak için siyasal aktörlerle iletişim kuran kişilerin oluşturduğu gruptur.
- Topluluk düzeyinde katılımcılar; bu grupta bireyler toplumsal sorunları çözümü için kimi zaman yalnız başlarına fakat genellikle örgütler ve siyasal topluluklar aracılığıyla siyasal karar alma süreçlerini etkilemeye çalışırlar.
- Kampanyacılar; seçim kampanyaların aktif görev alan kişilerin düzeyidir.
- Siyasal partilerde görev alanlar; en kapsamlı seçenek, kişilerin siyasal partilerde görev alması sonucundan diğere tüm katılım türlerinde de görev almaktadırlar (Aktaran Turan, 1986: 74).

Mibrath bir çalışmasında siyasal katılım eylemlerini zorluk sıralamasına göre şöyle sıralamaktadır (Aktaran, Dilber, 2020: 22):

- *Gladyatör faaliyetler*: En üst düzey zorluğa sahip siyasal katılım eylemleridir. Örneğin, siyasi alanda aday olmak, siyasal amaçlı yardımlar toplamak, parti toplantılarına katılmak, bir partinin aktif üyesi olmak ve seçim kampanyalarında aktif faaliyet yürütmek gladyatör faaliyetlerden bir kaçıdır.
- *Geçiş faaliyetleri*: Orta derecede zorluğa sahip siyasal katılım faaliyetleridir. İzleyici faaliyetlerle gladyatör faaliyetler arasında bir köprü görevi görmektedir. Örneğin, miting ve eylemlere katılmak, siyasal aktörlerle iletişime geçmek ve adayların kampanyalarına maddi yardımda geçiş faaliyetleri içinde bulunmaktadır.

- *İzleyici faaliyetler*: Minimum zorluk ve enerji isteyen faaliyetlerdir. Örneğin, oy vermek, parti veya adayın rozetini taşımak, siyasal aktörlerle ilgili evine bayrak asmak ve siyasete ilgi duymak izleyici faktörler arasında yer almaktadır.

2. ARAŞTIRMA

2.1.Araştırmanın Amacı Ve Önemi

Kuşaklar arası araştırmalar sıklıkla tüketim davranışlarına odaklanmaktadır. Kuşakların siyasal katılımları konusunda yerli literatürde bazı eksiklikler bulunmaktadır. Z kuşağının iş hayatına ve siyasal hayata girmesiyle birlikte hakkında yapılan araştırmalar artmaktadır. Ancak Z kuşağına yönelik bu araştırmalar literatürde az sayıda bulunmaktadır. Bu araştırma apolitik olarak görülen Z kuşağının siyasal katılım türlerini, siyasete olan ilgilerini ve siyasal katılım faktörlerinin neler olduğunu, sosyal medya kullanımlarını ve siyasal katılıma etki eden cinsiyet, eğitim, siyasal ilgi gibi parametrelerin farklılık oluşturup oluşturmadığını SPSS kullanarak analiz etmeyi amaçlamaktadır.

2.2.Araştırmanın Evreni Ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini Z kuşağı oluşturmaktadır. Örneklemi ise rasgele örneklem türlerinden kolayda örneklem ile internet üzerinden oluşturulan ankete yanıt veren Z kuşağından 150 kişi oluşturmaktadır. Araştırmada Z kuşağı 2000 yılında doğmuş kişilerden oluşmaktadır.

2.3.Araştırma Soruları

Araştırmada yanıt aranan sorular şunlardır:

- Z kuşağının internet kullanım oranları ve en sık kullandığı sosyal ağlar nelerdir?
- Z kuşağı siyasal haber alma ihtiyacını hangi mecralardan gidermektedir?
- Z kuşağının demografik özelliklerinin siyasal katılımlarına etkisi var mıdır?
- Z kuşağı siyasal katılım düzeyleri nelerdir?
- Z kuşağının demografik özelliklerinin siyasal katılım düzeylerine etkisi var mıdır?
- Z kuşağının siyasal düşüncelerinin oluşmasını etkileyen çevresel faktörler nelerdir?
- Z kuşağı bir parti veya adayı desteklerken nelere dikkat etmektedir?

2.4.Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada nicel araştırma yöntemlerinden anket yöntemi kullanılmıştır. Anket sorular 5 bölüme ayrılmıştır. Bunlar; demografik özellikler, internet ve siyasal katılım, siyasal ilgi, siyasal katılım ve siyasal katılım faktörlerinden oluşmaktadır. Ankette toplamda 56 soru bulunmaktadır. 28. Sorudan itibaren 5'likert ölçeği kullanılmıştır. Siyasal ilgi, siyasal katılım ve siyasal katılım faktörlerine Cronbach's Alpha güvenilirlik testi uygulanmıştır. Siyasal ilgi

ölçeğinin güvenilirlik analizi sonucunda Cronbach's Alpha değeri 0,720, siyaset katılım ölçeğinin güvenilirlik analizi sonucunda Cronbach's Alpha değeri 0,764, siyaset katılım faktörleri ölçeğinin güvenilirlik analizi sonucunda Cronbach's Alpha değeri 0,841 çıkmaktadır. Cronbach's Alpha değeri 0,70 üzeri olan ölçekler güvenilir olarak kabul edilmektedir.

Araştırmada kullanılacak test yöntemlerini belirlemek için verilerin parametrik olup olmadığının öğrenilmesi açısından çeşitli değerleri incelenmiştir. Kolmogorov-Smirnov test sonucu 0,026 çıkmıştır. 0,05'ten büyük değerler parametrik dağılımı göstermektedir. Ancak tek bir sonuç yeterli olmadığından Histogram ve Q-Q grafiğine bakıldığında verilerde anormal bir dağılım gözlemlenmemiştir. Ayrıca Skewness -183, Kurtosis -377 değerlerinde olduğunda dolayı -1 ile +1 arası değerler normal dağılım olarak kabul edilmektedir. Ölçeğin Leneve testi sonucu 0.211 çıkmaktadır. Leneve test sonucu sig. 0,05'ten büyük olması varyansların homojen dağıldığını göstermektedir. Yapılan testler sonucunda normal dağılıma uygun parametrik testlerin kullanılmasına karar verilmiştir.

2.5.Araştırmanın Bulguları

Araştırmanın bulguları; Z kuşağının demografik özellikleri, internet ve siyaset katılımı, siyaset ilgisi, siyaset katılımı ve onları etkileyen siyaset katılım faktörleri altboyutlarında analiz edilmiştir.

Katılımcıların Demografik Özellikleri

Tablo 3. Cinsiyet Dağılımı

| | Kadın | Erkek | Diğer |
|---------------|-------|-------|-------|
| Frekans | 87 | 61 | 2 |
| Yüzde | 58,0 | 40,7 | 1,3 |
| Geçerli Yüzde | 58,0 | 40,7 | 1,3 |

Tablo 3'te katılımcıların cinsiyetleri göre frekans ve yüzde dağılımları verilmiştir. Buna göre kadınlar %58 erkekler %40,7 katılım sağlarken %1.3 kişilik kısım diğer şıkkını işaretlemiştir.

Tablo 4. Eğitim Durumu

| | İlköğretim | Lise | Ön Lisans | Lisans | Lisansüstü |
|---------------|------------|------|-----------|--------|------------|
| Frekans | - | 19 | 33 | 98 | - |
| Yüzde | - | 12,7 | 22,0 | 65,3 | - |
| Geçerli Yüzde | - | 12,7 | 22,0 | 65,3 | - |

Tablo 4'te katılımcıların eğitim durumlarına ilişkin frekans ve yüzde değerleri yer verilmiştir. Katılımcıların %65'i lisans %22'si ön lisans %12,7'si lise okumaktadır. Z kuşağı yaşından

dolayı lisansüstü eğitim görememektedir. Ayrıca ankete katılan ilköğretim mezunu katılımcı da bulunmamaktadır.

Tablo 5. Gelir Durumu

| | 1500 TL ve Altı | 1501-3500 TL | 3501-6000 TL | 6001 TL ve Üstü |
|---------------|-----------------|--------------|--------------|-----------------|
| Frekans | 109 | 20 | 18 | 3 |
| Yüzde | 72,7 | 13,3 | 12,0 | 2,0 |
| Geçerli Yüzde | 72,7 | 13,3 | 12,0 | 2,0 |

Tablo 5'te katılımcıların gelir düzeylerine ilişkin frekans ve yüzde değerleri verilmiştir. Gelir düzeylerinde 1500 TL ve altı %72'lik bir kısmı oluştururken, 1501-3500 TL arası %13,3 katılımcı bulunmaktadır. 3501-6000 TL arası %12 katılımcı bulunmaktadır. Son olarak 6001 TL ve üstü katılımcılar genel cogenlugun %2'sini oluşturmaktadır.

Tablo 6. Meslek Dağılımı

| | İşsiz | Öğrenci | Memur | İşçi | Esnaf | Diğer |
|---------------|-------|---------|-------|------|-------|-------|
| Frekans | 6 | 119 | 2 | - | - | 23 |
| Yüzde | 4,0 | 79,3 | 1,3 | - | - | 15,3 |
| Geçerli Yüzde | 4,0 | 79,3 | 1,3 | - | - | 15,3 |

Tablo 6'da katılımcıların hangi mesleklere mensup olduklarıyla ilgili frekans ve yüzde dağılımları verilmiştir. Meslek dağılımlarında öğrenciler %79,3 işsizler %4, memurlar %1,3 ve Diğerleri işaretleleyen %15'lik bir kısım bulunmaktadır. Z kuşağına mensup ve ankete katılan esnaf veya işçi olan katılımcılar bulunmamaktadır.

Katılımcıların İnternet Kullanımı

Tablo 7. İnternet Kullanım Sıklıkları

| | 1 Saatten Daha Az | 1-3 Saat | 4-6 Saat | 6 Saatten Fazla |
|---------------|-------------------|----------|----------|-----------------|
| Frekans | - | 19 | 56 | 75 |
| Yüzde | - | 12,7 | 37,3 | 50,0 |
| Geçerli Yüzde | - | 12,7 | 37,3 | 50,0 |

Tablo 7’de katılımcıların internet kullanım sıklıklarının frekans ve yüzde dağılımları verilmiştir. Ankete katılan bireylerin %50’sinin internet kullanım sıklığı günde 6 saatten fazladır. %4 ila 6 saat arası kullanıma sahip %37,3’lük bir kısım bulunurken günde 1-3 saat arası internet kullanan bireyler %12,7’lik bir kısmı oluşturmaktadır. Anket sonucunda 1 saat ve altı günlük internet kullanımına sahip katılımcı bulunmamaktadır.

Tablo 8. İnternet Kullanım Amaçları

| | Gündemi ve Haberleri Takip Etmek | Eğlenmek ve Sosyalleşmek | Bilgi Edinmek ve Eğitim Amaçlı Kullanım |
|---------------|----------------------------------|--------------------------|---|
| Frekans | 22 | 79 | 49 |
| Yüzde | 14,7 | 52,7 | 32,7 |
| Geçerli Yüzde | 14,7 | 52,7 | 32,7 |

Tablo 8’de katılımcıların interneti kullanmak amaçlarına değinilmiştir sonuçlar frekans ve yüzde dağılımları verilmiştir. Ankete katılan bireylerin %52,7’si interneti genel olarak eğlenmek ve sosyalleşmek için kullanmaktadır. %32,7’lik bir kısım ise interneti bilgi edinmek ve eğitim amaçlı olarak kullanmaktadır. Z kuşağının internet kullanım amaçlarında en düşük düzey %14,7 ile gündemi ve haberleri takip etmek olmuştur.

Tablo 9. Sık Kullanılan Sosyal Medya Araçları

| | Facebook | Twitter | Instagram | Youtube | Whatsapp | LinkedIn | Diğer |
|---------------|----------|---------|-----------|---------|----------|----------|-------|
| Frekans | 2 | 22 | 87 | 15 | 23 | - | 1 |
| Yüzde | 1,3 | 14,7 | 58,0 | 10,0 | 15,3 | - | 0,7 |
| Geçerli Yüzde | 1,3 | 14,7 | 58,0 | 10,0 | 15,3 | - | 0,7 |

Tablo 9’da katılımcılarına en sık kullandığı sosyal medya araçlarına dair frekans ve yüzde dağılımları verilmiştir. Katılımcıların en sık kullandıkları sosyal medya aracı Instagram olarak belirlenmiştir. Ardından Whatsapp ve Twitter gelmektedir. Facebook ve diğer araçlarda toplamda %2’lik bir değere sahipken katılımcılardan hiç biri günümüzde popüler olan sosyal medya araçlarından LinkedIn kullanmamaktadır.

Katılımcıların Siyasal Katılım Davranışları

Tablo 10. Sık Kullanılan Sosyal Medya Ve Siyasal Katılım

| | Facebook | Twitter | Instagram | Youtube | Whatsapp | LinkedIn | Diğer |
|--|----------|---------|-----------|---------|----------|----------|-------|
|--|----------|---------|-----------|---------|----------|----------|-------|

| | | | | | | | |
|----------------|---|------|------|------|------|---|---|
| N | - | 24 | 87 | 15 | 24 | - | - |
| Ortalama | - | 2,00 | 2,01 | 2,12 | 1,96 | - | - |
| Standart Sapma | - | ,442 | ,437 | ,376 | ,480 | - | - |

Katılımcıların siyasal katılımlarının sık kullandıkları sosyal medya aracıyla bir ilişkisi olup olmadığı merak edilmiştir. Tablo 10’da siyasal katılım ve sık kullanılan sosyal medya araçları arasında ki ortalama değerler ve standart sapma dağılımları verilmiştir. Siyasal katılım ile en sık kullanılan sosyal medyanın Anova testi sonucunda anlamlı bir farklılık çıkmıştır. Bu farkın hangi sosyal medya hesapları arasında olduğu anlaşılacak için Post Hoc testlerden Scheffe testi uygulanmıştır. Sonuç olarak en sık kullandığı sosyal medya aracı Youtube olan kişilerin siyasal katılımları diğer kullanıcılara göre düşük olsa dahi anlamlılık vermektedir. Youtube kullanan katılımcıların siyasal katılımları diğer katılımcılara göre daha fazladır.

Tablo 11. Siyasal İçerikli Gündemin Takip Edildiği Ortamlar

| | Radyo | Gazete | Televizyon | İnternet | Sosyal Medya | Diğer |
|---------------|-------|--------|------------|----------|--------------|-------|
| Frekans | - | - | 26 | 60 | 63 | 1 |
| Yüzde | - | - | 17,3 | 40,0 | 42,0 | 0,7 |
| Geçerli Yüzde | - | - | 17,3 | 40,0 | 42,0 | 0,7 |

Katılımcılara siyasal içerikli gündemi en fazla nereden takip ediyorsunuz sorusu sorulmuş, verdikleri cevaplar tablo 11’de frekans ve yüzde dağılımı olarak verilmiştir. Sonuç olarak katılımcıların %42’si sosyal medya %40’ı ise internetten takip ettiklerini söylemiştir. Radyo ve gazete yeni medya araçlarının gelişimi sonucunda eski popülaritesini yitirdiği için hiçbir katılımcı tarafından işaretlenmemiştir. Ayrıca bunun sebebi Z kuşağının radyo ve gazetelerde bulabilecekleri her şeyi internet aracılığıyla ulaşması olarak düşünülebilir.

Tablo 12. Siyasal Haberler İçin En Çok Güvenilen Mecralar

| | Radyo | Gazete | Televizyon | İnternet | Sosyal Medya | Toplam |
|---------------|-------|--------|------------|----------|--------------|--------|
| Frekans | 1 | 17 | 47 | 59 | 26 | 150 |
| Yüzde | 7 | 11,3 | 31,3 | 39,3 | 17,3 | 100 |
| Geçerli Yüzde | 7 | 11,3 | 31,3 | 39,3 | 17,3 | 100 |

Katılımcılar siyasal içerikli gündemi nereden takip ettiklerini ardından siyasal gündem için en güvendikleri mecralar sorulmuştur. Sonuçlar tablo 12’de frekans ve yüzde dağılımları ile verilmiştir. Televizyondan takip eden kişi sayısı 26 iken televizyonun güvenilir bir mecra

olduğunu söyleyen 47 kişi bulunmaktadır. Ancak en güvenilir bulunan mecra %39.3'lük bir oranla internet olarak belirlenmiştir. Gazete ve radyo haberleri takip etmek için kullanılmazken bazı katılımcılar tarafından güvenilir olarak görülmektedirler.

Tablo 13 Cinsiyet Ve Siyasal Katılım

| Cinsiyet | Erkek | Kadın |
|----------------|---------------|--------|
| N | 62 | 86 |
| Ortalama | 2,0430 | 1,9341 |
| Standart Sapma | ,39155 | ,36350 |
| Analiz | T testi 0,083 | |

Cinsiyetle siyasal katılım arasında ki farklı ölçmek için T testi kullanılmıştır. Tablo 13'den görüleceği üzere T testinin sonucunda P değeri 0,05'ten büyük çıktığından dolayı cinsiyetin siyasal katılım davranışında anlamlı bir etkisi bulunmadığı söylenebilir.

Tablo 14. Eğitim Ve Siyasal Katılım

| Eğitim | Lise | Ön Lisans | Lisans |
|----------------|-------------------|-----------|--------|
| N | 20 | 33 | 97 |
| Ortalama | 1,9467 | 2,0121 | 1,9801 |
| Standart Sapma | ,091 | ,055 | ,039 |
| Analiz | Anova testi 0,827 | | |

Eğitim ve siyasal katılımının farklılıklarının ölçümü için Anova testi uygulanmıştır. Sonuçlar tablo 14'te ortalama ve standart sapma dağılımları olarak verilmiştir. Ancak P değerinin 0,05'ten büyük olmasından dolayı eğitim ve siyasal katılım arasında bir farklılık bulunmamıştır.

Tablo 15. Siyasal Katılım Düzeyleri

| Siyasal Katılım Türleri | Gladyatör Faaliyetler | Geçiş Faaliyetleri | İzleyici Faaliyetler |
|-------------------------|-----------------------|--------------------|----------------------|
| N | 150 | 150 | 150 |
| Ortalama | 1,681 | 1,870 | 2,698 |
| Standart Sapma | ,338 | ,598 | ,767 |

Tablo 15'te anket soruları sonucunda katılımcıların hangi siyasal katılım düzeylerine daha çok ilgi gösterdiği ortalama ve standart sapma dağılımları ile verilmiştir. Siyasal katılım türlerinden en çok katılımcıya sahip olan faaliyetler izleyici faaliyetlerdir. Ardından geçiş faaliyetleri ve gladyatör faaliyetler gelmektedir. Z kuşağının siyasal katılımında aktifliği genel olarak yoğun katılım istemeyen izleyici faaliyetlerin etrafından yoğunlaşmıştır. Z kuşağının en yoğun izleyici siyasal katılımını oy kullanmak oluşturmaktadır. En az katılım sağladığı izleyici faaliyet ise bir siyasal aktörün rozetini takmak olmuştur. Ayrıca siyasal katılım faaliyetlerinde en fazla enerji ve vakit isteyen gladyatör faaliyetlerden ise en yoğun katılım siyasal parti üyeliğine olurken en az katılım ise desteklenen partinin saha çalışmalarına katılmak olmuştur.

Tablo 16. Siyasal Katılım Düzeyleri ve Cinsiyet

| | | Ortalama | Standart Sapma | T testi |
|-----------------------|-------|----------|----------------|---------|
| İzleyici Faaliyetler | Kadın | 2,61 | 0,781 | 0,121 |
| | Erkek | 2,80 | 0,734 | |
| Geçiş Faaliyetleri | Kadın | 1,80 | 0,574 | 0,153 |
| | Erkek | 1,95 | 0,633 | |
| Gladyatör Faaliyetler | Kadın | 1,66 | 0,333 | 0,492 |
| | Erkek | 1,70 | 0,344 | |

Tablo 16’da katılımcıların siyasal katılım düzeyleri ve cinsiyetleri arasında bir farklılığın olup olmadığı test edilmiştir. Sonuçların ortalama ve standart sapma dağılımları verilmiştir. T testi sonucunda çıkan değerlerin bir anlamlılık vermemesi cinsiyet ve siyasal katılım türleri arasında bir ilişki olmadığını göstermektedir.

Tablo 17. Siyasal Katılım Düzeyleri ve Eğitim

| | | Ortalama | Standart Sapma | Anova testi |
|-----------------------|-----------|----------|----------------|-------------|
| İzleyici Faaliyetler | Lise | 2,50 | 0,688 | 0,422 |
| | Ön Lisans | 2,67 | 0,574 | |
| | Lisans | 2,74 | 0,836 | |
| Geçiş Faaliyetleri | Lise | 1,86 | 0,552 | 0,751 |
| | Ön Lisans | 1,93 | 0,606 | |
| | Lisans | 1,84 | 0,608 | |
| Gladyatör Faaliyetler | Lise | 1,72 | 0,388 | 0,757 |
| | Ön Lisans | 1,69 | 0,050 | |
| | Lisans | 1,66 | 0,035 | |

Tablo 17’de siyasal katılım düzeyleri ve eğitim durumları arasında bir ilişkinin varlığının test etmek için One Way Anova testi uygulanmıştır. Sonuçların ortalama ve standart sapma dağılımları verilmiştir. Yapılan analiz sonucunda anlamlı fark bulunamamıştır. Katılımcıların siyasal katılım düzeyleri ile eğitim durumları arasında bir fark yoktur.

Tablo 18. Z Kuşağına Siyasal Katılımında Yakın Çevrenin Etkisi

| | Aile İle Ortak Görüş | Aile İle Ortak Aday | Arkadaşlar İle Ortak Görüş | Arkadaşlar İle Ortak Aday |
|----------------|----------------------|---------------------|----------------------------|---------------------------|
| N | 150 | 150 | 150 | 150 |
| Ortalama | 3,360 | 3,086 | 2,900 | 2,700 |
| Standart Sapma | ,120 | ,126 | ,092 | ,906 |

Tablo 18’de katılımcıların siyasal görüşlerinde aileleri ve arkadaşlarının etkisi üzerine sorulan soruların frekans ve yüzde dağılımları verilmiştir. Z kuşağının arkadaşlarından daha çok ailesiyle aynı görüşü, aday ve partiyi desteklediği görülmektedir.

Tablo 19. Siyasal Düşüncelerin Oluşmasında Etkili Olan Faktörler

| | Aile ve akrabalar | Arkadaşlar | Sosyal medya ve internet | Geleneksel medya | Hiç kimse | Diğer... |
|---------------|-------------------|------------|--------------------------|------------------|-----------|----------|
| Frekans | 26 | 7 | 31 | 2 | 68 | 16 |
| Yüzde | 17,3 | 4,7 | 20,7 | 1,3 | 45,3 | 10,7 |
| Geçerli Yüzde | 17,3 | 4,7 | 20,7 | 1,3 | 45,3 | 10,7 |

Tablo 19’da katılımcılara siyasal düşüncelerinizin oluşmasında en etkili olan faktörü belirtiniz sorusu sorulmuştur; cevapların frekans ve yüzde dağılımları verilmiştir. Z kuşağının siyasal düşüncelerinin oluşmasında etkili olan faktörlerin sıralandığı soruya en çok verilen cevap hiç kimse olmuştur. Z kuşağı siyasal düşüncelerinde hiç kimsenin etkisinde kalmamaktadır. Ardından sosyal medyanın siyasal düşüncelerin oluşmasında güçlü bir araç olduğu görülür. Geleneksel medyanın etkisinin gittikçe azaldığı görülmektedir. Siyasal düşüncelerin oluşmasında aile ve akrabaların arkadaş çevresinden daha yoğun bir etkisi bulunmakta iken yeni medya araçlarının ise geleneksel medyanın çok önünde olduğu görülmektedir.

Tablo 20. Bir Partiyi Desteklemekte Etki Eden Faktörler

| | Kurucusu | Genel Başkanı | İdeolojisi | Adayları | Parti Politikası | Geçmiş Başarılar | Geçmiş Hatalar | Mitingler |
|----------------|----------|---------------|------------|----------|------------------|------------------|----------------|-----------|
| Ortalama | 3,213 | 3,433 | 3,840 | 3,866 | 4,333 | 4,113 | 3,980 | 2,206 |
| N | 150 | 150 | 150 | 150 | 150 | 150 | 150 | 150 |
| Standart Sapma | 1,397 | 1,430 | 1,321 | 1,251 | ,994 | 1,090 | 1,126 | 1,291 |

Tablo 20’de Z kuşağının siyasal katılım faktörleri incelenmiş; sonuçlar ortalama ve standart sapma dağılımları ile verilmiştir. Sonuçlara göre Z kuşağının bir siyasi partiyi desteklemesindeki en büyük faktör partinin politikaları olmaktadır. Bu faktörler arasında en etkisiz olan ise partinin düzenlediği mitingler olmaktadır. Buradan yola çıkarak seçim dönemlerinde sıkça kullanılan siyasal iletişim faaliyeti olan mitinglerin Z kuşağı üzerinde etkisi olmadığı anlaşılmaktadır.

Tablo 21. Bir Adayı Desteklemede Etkili Olan Faktörler

| | Adayın Eğitimi | Adayın Kariyeri | Adayın Cinsiyeti | Adayın Projeleri | Adayın Çevresiyle İlişkisi |
|----------------|----------------|-----------------|------------------|------------------|----------------------------|
| Ortalama | 3,9000 | 3,8267 | 1,7067 | 4,4133 | 4,5400 |
| N | 150 | 150 | 150 | 150 | 150 |
| Standart Sapma | 1,17439 | 1,21372 | 1,17323 | ,82890 | ,73849 |

Tablo 21’de katılımcıların bir aday desteklerken önem verdiği faktörler sıralanmıştır ve sonuçların ortalama ve standart sapma dağılımları verilmiştir. Sonuçlara göre katılımcıların bir siyasi aday desteklemesindeki en büyük faktör adayın çevresiyle olan ilişkisi olmaktadır. Ayrıca buna yakın olarak adayın projeleri önemli faktörler arasında yer almaktadır. En düşük değere sahip faktörü ise adayın cinsiyeti oluşturmaktadır. Katılımcılar oy verme davranışlarında bulunmasına etki eden faktörler arasında en etkisizini adayın cinsiyeti oluşturmaktadır.

Katılımcılarına internet kullanım sıklıkları yüksektir. Katılımcıların büyük bir kesiminin günde 6 saatten fazla internet kullandığı görülmektedir. Sık kullandıkları sosyal ağların başında günümüzde siyasal aktörler tarafından da yoğun kullanılan Instagram gelmektedir. Katılımcılar siyasal haber alma ihtiyaçlarını genel olarak yeni medyadan sağlamaktadır. Ancak güvenilirliği konusunda farklı görüşler bulunmaktadır. Katılımcıların demografik özellikleri ile siyasal katılımları arasında bir ilişki bulunamamıştır. Katılımcıların siyasal katılım düzeylerinde önplana çıkan izleyici faaliyetlere yoğun bir ilgi olduğu tespit edilmiştir. Demografik özelliklerinin bu katılım düzeyleriyle bir ilişkisi bulunmamaktadır. Katılımcıların büyük bir çoğunluğunun siyasal düşüncelerinin oluşmasında çevrenin etkisi bulunmamaktadır. Son olarak bireylere ve partilere destek verirken birden fazla faktörün önemli olduğu görülmektedir.

SONUÇ

Kuşaklar; benzer zaman aralıklarında doğmuş, benzer yaş aralığına sahip aynı dönemlerin olaylarını yaşamış ve bu olaylar tarafından şekillendirilmiş insanlardır. Z kuşağı teknolojinin yetiştirdiği ilk küresel kuşaktır. Teknolojik gelişmelerin kazandığı ivme ile beraber bu kuşak da kısa sürede gerçekleşen değişimlere ayak uydurabilmektedirler.

Siyasal iletişim, döneminin getirdiği yeniliklerle birlikte sürekli olarak bir değişime uğramaktadır. Siyasal iletişimde kullanılan ortam ve araçlar değişmiş olsa da nihai amaç seçmeni oy kullanmaya ikna etmektir. İnsanların siyasal mesajları algılaması ve onların etkisiyle hareket geçmesinde bazı faktörler etkili olmaktadır. Bu sürece siyasal katılım denmektedir. Birey aldığı mesajların etkisiyle kimi zaman siyasal aktörlere karşı sadece ilgi güder, kimi zamanda bireyler siyasal aktörler için çeşitli eylem ve etkinliklere katılmaktadır. Bu süreç kısaca siyasal katılım olarak tanımlanabilir.

Araştırmada evreni Z kuşağı oluşturmaktadır. Örneklemini ise internet üzerinden oluşturulan ankete yanıt veren Z kuşağında mensup 150 kişi oluşturmaktadır. Araştırmada Z kuşağı 2000 yılında doğmuş kişiler olarak tanımlanmıştır. Araştırmada nicel veri toplama yöntemlerinde anket tekniği kullanılmıştır. 150 kişilik örneklemin sosyal medya kullanımları, siyasal ilgileri, siyasal katılım düzeyleri ve siyasal katılımlarına etki eden faktörler hakkında sorulara cevap aranmıştır. Araştırmanın temel bulguları şunlardır:

Z kuşağı genel olarak sadece izleyici faaliyetlerle siyasete katılmaktadır. Ancak sanılanın aksine siyasete ilgisiz değil; ortalama bir siyasal ilgi düzeyine sahiptir. Bu ilgiyi eyleme dönüştürmemektedir. Anında çevrimiçi olarak adlandırılan bu kuşağın internet kullanım oranları bu tanıma doğrular niteliktedir. Siyasal içerikli haberleri büyük oranda yeni medyadan

takip etmektedirler. Ancak bazıları yeni medya ortamlarına karşı bir güvensizlik duymaktadır. Levickaite'e göre Z kuşağı bugüne kadar var olan en eğitimli kuşak olarak yetiştirilmektedir. Bundan dolayı eğitim düzeyleri ve siyasal katılım arasında bir farklılık bulamadığımızı söyleyebiliriz. Araştırma sonucunda Z kuşağının cinsiyet ve siyasal katılımı arasında bir farklılık bulunmamıştır. Cinsiyet eşitliği ile ilk kez tanışan X kuşağına oranla Z kuşağının en azından siyasal katılım ilgi ve düzeyleri için bu tabuyu geride bıraktıkları yorumu yapılabilir. Ayrıca desteklediği adaylarda cinsiyetin etkili bir faktör olmaması bu düşünceyi destekler niteliktedir. Z kuşağı bir siyasal partiyi desteklerken parti politikası, geçmişteki başarılar gibi faktörleri ön planda tutmaktadır. Z kuşağının siyasal fanatizmin etkisinde olmadığını söyleyebiliriz.

Z kuşağının genel siyasal katılım düzeyi düşüktür. Yoğun enerji ve eylem gerektiren uygulamalardan kaçınmaktadır. Ancak teknolojinin gelişimi sonucunda oluşan tüm yenilikler gibi siyasal katılım düzeylerinde de bir değişim olacaktır ve nasıl bir zamanların en popüler siyasal iletişim faaliyetlerinden olan mitinglerin etkililikleri zamanla değişiyor ise siyasal katılım eylemlerinin düzeyleri de yeniden değişecektir.

Z kuşağının gladyatör ve geçiş faaliyetlerine katılımı düşük olduğu ortaya çıkmıştır. Bu kuşak zamanının çoğunu internette ve sosyal medyada geçirmektedir. Bu nedenle Z kuşağının siyasal katılım düzeylerinde internetin etkisi bulunmaktadır. Bu durumlar göz önüne alınarak siyasal katılım düzeylerinin revize edilmesi ve Z kuşağının katılım düzeylerinin araştırılmasının literatüre katkısı olacaktır.

KAYNAKÇA

Alwin, D. F. ve McCammon, R. J. (2007). Rethinking Generations, Research In Human Development, 4(3-4), ss. 219-237

Aziz, A. Siyasal İletişim. Ankara: Nobel Yayınevi. 2007

Başol, O. ve Çetin, A.G. (2014), X ve Y kuşağı: Çalışmanın anlamında bir değişme var mı?, *Electronic Journal of Vocational Colleges*, 3(4), ss. 1-15.

Chen, H. (2010) "Advertising And Generational Identity: A Theoretical Model", American Academy of Advertising Conference Proceedings, 132-140.

Dilber, F. (2020). Siyasal Katılımda Kitle İletişim Araçları. Eğitim Yayınevi: Konya

Dursun, D. ve Altunoğlu, M. (Eds.)(2013). Siyaset bilimi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Yayınları.

Ekinci, N. Siyasal İletişime Giriş. Bışkek: Gece Yayınevi. 2016

Eraslan, M, Küçük Durur, E . (2018). Siyasal İletişim Ve Medya Bağlamında Siyasal Reklam Aracı Olarak Propaganda . Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi , 4 (2) , 193-204 . DOI: 10.31463/aicusbed.445100

Göksel, A., & Güneş, G. (2017), “Kuşaklararası Farklılaşma; X ve Y Kuşaklarının Örgütsel Sessizlik Davranışı Bağlamında Analizi”, Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, 19(3), ss. 807 - 828.

Güven, S. (2017). Siyasal İletişim Sürecinin Dönüşümü, Siyasal Katılım Ve İletişim Teknolojileri. The Turkish Online Journal Of Design, Art And Communication, 7(2) s.175-191.

Kapoor, C., ve Solomon, N. (2011). Understanding and managing generational differences in the workplace. Worldwide Hospitality and Tourism Themes, 3(4), ss.308-318.

Keleş, Hatice, N. (2013). Girişimcilik Eğiliminin Kuşak Farkına Göre İncelenmesi, Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 13(26), ss.23-43.

Levickaite, R. (2010), “Generations X Y Z: How Social Networks Form the Concept of the World Without Borders the Case of Lithuania” LIMES, 3 (2), pp.170-183.

Lower, J. (2008), “*Brace Yourself Here Comes Generation Y*”, Critical Care Nurse.28 (5), ss. 80-84.

Pekala, N. (2001). Conquering the generational divide. Journal of Property Management, 66(6), ss.30- 38.

Revees, T.C. ve Oh, E.G. (2008). “Generational differences” [Handbook of Research on Educational Communications and Technology](#).. Editörler, Spector, M., Merrill, M.D., Elen, J., Bishop, M.J. Springer, New York. 2008.

Sarıoğlu, Elif B. (2020). Z Kuşağı: Dijital Doğanların Halkla İlişkilerdeki Yansıması. Ankara: Atlas Akademik Basım. 2020

The Telegraph, Gen Z, Gen Y, Baby Boomers–A Guide To The Generations, (çevrimiçi) <https://www.telegraph.co.uk/news/features/11002767/Gen-Z-Gen-Y-baby-boomers-a-guide-to-the-generations.html> E.T. 28.03.2021

Tokgöz, O. Siyasal İletişimi Anlamak. Ankara: İmge Yayınevi. 2020

Torun, T. (2020). <https://www.gazeteduvar.com.tr/yazarlar/2020/06/30/z-kusaginin-gucu-adina>

Turan, İ. Siyasal Sistem Ve Siyasal Davranış. İstanbul: Der yayınları. 1986

Vural, B. A. ve Bat, M. (2009). Siyasal Seçim Kampanyalarında Yeni İletişim Teknolojileri Ve Blog Kullanımı: 2008 Amerika Başkanlık Seçimlerine Yönelik Karşılaştırmalı Bir Analiz. Journal Of Yaşar University, 4 (16) , ss.2745-2778

Yılmaz, B. Türkiye’de Kuşaklar Ve Çalışma Değerleri Ankara: Gazi Kitapevi. 2020

GENÇLİK VE SPOR İL MÜDÜRLÜĞÜ PERSONELLERİNİN SPORDA TÜKETİCİ ETNOSENTRİZMİ DÜZEYLERİNİN ÇEŞİTLİ DEĞİŞKENLERE GÖRE İNCELENMESİ

Dr. Murat TURAN ¹, Muhammet URAS ²

¹ Gençlik ve Spor Bakanlığı, Ankara, ORCID ID: 0000-0002-3865-7134

² Atatürk Üniversitesi, Kış Sporları Spor Bilimleri Enstitüsü, ORCID ID: 0000-0002-9956-4011

ÖZET

Bu çalışmada; Erzurum Gençlik ve Spor İl Müdürlüğü personellerinin sporda tüketici etnosentrizmi düzeylerinin çeşitli değişkenlere göre incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırmada iki bölümden oluşan anket tekniği kullanılmıştır. Birinci bölümde katılımcılara demografik özelliklerinin olduğu sorular kullanıldı. İkinci bölümde, Shimp ve Sharma (1987) tarafından geliştirilen sporda tüketici etnosentrizmi ölçeği, toplam 17 maddeden tek boyuttan ve 5'li Likert biçiminde oluşan ve Türkçeye uyarlanmasını ise Yurtsızoğlu ve Fişne (2020) tarafından yapılan ölçek kullanılmıştır. Türkçeye uyarlanan ölçeğin toplam Cronbach alfa değeri $\alpha = 0,92$ olarak bulunmuştur. Veri toplama evrenini, Erzurum Gençlik ve Spor İl Müdürlüğü personelleri oluştururken, örneklem grubunu ise 264'ünü erkek 67'sini kadın olmak üzere toplam 331 katılımcıdan oluşmaktadır. Yapılan analizler sonucunda, sporda tüketici etnosentrizmi düzeyinin cinsiyet değişkenine göre toplam puanda ($p=,021$) istatistiksel olarak anlamlı farklılığa sahip olduğu belirlenmiştir. Medeni durum ($p=,451$) değişkeni açısından ise sporda tüketici etnosentrizmi düzeyinin herhangi bir anlamlı farklılığa rastlanmamıştır.

Anahtar Kelimeler: Gençlik ve Spor, Sporda Tüketici Etnosentrizmi, Spor.

Youth and Sports Provincial Directorate Personnel Levels of Consumer Ethnocentrism in Sports Analysis According to Various Variables

ABSTRACT

In this study; It is aimed to examine the consumer ethnocentrism levels of Erzurum Youth and Sports Provincial Directorate personnel in sports according to various variables. The questionnaire technique consisting of two parts was used in the research. In the first part, questions with demographic characteristics were used for the participants. In the second part, the consumer ethnocentrism scale in sports developed by Shimp and Sharma (1987), the scale consisting of 17 items in a single dimension and 5-point Likert form and adapted to Turkish by Yurtsızoğlu and Fişne (2020) were used. The total Cronbach alpha value of the scale, which was adapted to Turkish, was found to be $\alpha = 0.92$. While the data collection universe is composed of the personnel of Erzurum Youth and Sports Provincial Directorate, the sample

group consists of 331 participants, 264 of whom are male and 67 of which are female. As a result of the analysis, it was determined that the consumer ethnocentrism level in sports has a statistically significant difference in the total score ($p = ,021$) according to the gender variable. In terms of marital status ($p = ,451$) variable, no significant difference was found in the level of consumer ethnocentrism in sports.

Keywords: Youth and Sports, Consumer Ethnocentrism in Sport, Sport.

1.GİRİŞ

Bireyler ihtiyaçlarını karşılamak için tüketime yönelir ve satın alma davranışında bulunur. Her birey, her toplum ve her kültürün farklı tüketim alışkanlıkları vardır. İnsan, doğası gereği alışkanlıklarını ve tüketim eğilimlerini, zamana, mekâna, düşünüş biçimine ve aidiyet duyduğu gruba göre şekillendirip değiştirebilir. Bu nedenle pazarlama biliminde ve ürün satış politikalarında tüketicilerin düşünceleri, davranış kalıpları, yaşam biçimleri, işletmelerin üretim biçimlerini ve satış politikalarını etkilemektedir (Yurtsızoğlu ve Fişne, 2020). İşletmeler, potansiyel müşterileri oldukları sürece varlıklarını devam ettirebilirler. Bu nedenle tüketici davranışları; mikro anlamda işletmeler, makro anlamda ise tüm ülke ekonomisi için oldukça önemlidir. Pazarın doğru ve etkin yönetilebilmesi ve sunulan ürün ile tüketicinin uyumlaşması için tüketici davranışlarının doğru analiz edilmesi ve yorumlanması önemlidir. Tüketici davranışları, potansiyel tüketiciler ve satın alınacak ürün ve hizmetler arasında bağ kurar. Bu yüzden tüketici davranışlarının anlaşılıp değerlendirilmesi ve ürün ve hizmetlerin etkin bir biçimde yönetilmesi işletmeler için zorunluluktur (Kardes, 2020).

Etnosentrizm kavramı 1906 yılında sosyolog Sumner tarafından tanımlanmış ve sosyolojik bir kavram olarak literatüre girmiştir. Sumner'a (1906) göre etnosentrik eğilim gösteren birey, ait olduğu grubu ve dâhil olduğu kültürü diğer grup ve kültürlerden üstün görür. Bu tutumu sergileyen birey dâhil olduğu kültürel gruptan onur duyarken, diğer kültürel grupları küçük görme eğilimi gösterir. Sosyolojik pek çok çalışmada kullanılan etnosentrizm kavramını Hofstede (1984) ise, bir grubun özelliklerinin diğer gruplardan, ya da bir ırkın diğer ırklardan üstün olduğunun abartılı bir şekilde düşünülme eğilimi olarak açıklamıştır (Hofstede, 1984).

Etnosentrik tüketim eğilimi; ürün, ülke ve pazar yapısına göre farklılık gösterebilmektedir. Etnosentrik tüketim eğilimi yüksek olan tüketici yerli ürünü tercih edip kalitesini abartırken, yabancı ürünü küçümseyip satın alma davranışından uzaklaşabilmektedir (Uyar ve Dursun, 2015). Ayrıca etnosentrik tüketim eğilimi yüksek olan birey, yerli ürünün üstünlüğüne inanarak yabancı menşeli ürünlere karşı önyargı geliştirebilmekte satın alma davranışında yerli-yabancı ürün ayrımı yapmakta, yabancı ürün satın almanın ülke ekonomisine ve yerli ürüne zarar verdiğine inanmaktadır (Schiffman ve Kanuk 2000). Sosyal bir sistemde bireysel eğilimlerin toplamı olarak düşünülen tüketici etnosentrizmi, ithal ürünlere yönelik kişisel seviyede bir önyargıyı ifade etmektedir (Çilingir, 2014).

Spor dünya çapında olduğu gibi ülkemizde de çok geniş kitlelere ulaşmış ve aynı zamanda çok büyük bir sektör haline gelmiştir. Spor ürünü sunan işletmelerin ve bu

işletmelerden mal veya hizmet alan müşterilerin sayısı da bu büyümeye paralel olarak büyük rakamlara ulaşmıştır. Bunun sonucunda spor, tüm dünyada gelişen ve değişen ekonomik yapıya entegre olmuş ve spor ürünleri piyasası uluslararası bir pazar haline dönüşmüştür. Dünyanın herhangi bir yerinde üretilen bir spor ürünü, teknoloji aracılığıyla dünyanın herhangi bir yerindeki tüketiciye çok hızlı ulaşmaktadır. Spor ürünü pazarı ve ürün pazarlamanın, teknolojik gelişimlerden bu denli etkilenmesi işletmeler için önemli avantajlar sağlamıştır. Fakat bu avantajların yanında işletmeler uluslararası pazarda pek çok firma ile rekabet etmek zorunda kalmıştır. Uluslararası pazara hakim olan bir çok işletme karşısında, bazı işletmelerin rekabet gücü zayıflayabilmektedir. Bu nedenlerden dolayı tüketici profilleri, tüketici tutum davranış ve eğilimleri ile ilgili yapılan çalışmalar işletmelerin pazarlama politikalarına rehberlik etmekte, rekabet edebilme güçlerini arttırabilmektedir (Fişne ve Karagöz, 2016).

Spor ürününe yönelik talep, spor hizmetinden yararlanacak olan bireylerin ürünü almada gösterdiği isteğin, satın alma gücü ile desteklenmesi şeklinde ifade edilebilir. Spor ürününün fiyatı, spor ürününden beklentinin farklılaşması, tüketicinin zevk ve tercihleri, eğitim ve gelir düzeyi, tüketicinin kültürel ve sosyal yapısı, nüfus yapısındaki değişiklikler gibi birçok faktör, spor ürünü talebini ve spor tüketicisinin karar verme davranışını etkilemektedir. Tüketicinin ürünü talep ederken, satın alma kararını değiştirebilen faktörlerden bir tanesi de ürünün yerli veya yabancı olması durumuna göre tüketici etnosentrizmidir. Bu bağlamda Türk sporuna yön veren kurumların başında gelen gençlik spor il müdürlüğü personellerinin, sporda tüketici etnosentrizim düzeylerinin araştırarak tüketim meyillerini incelenmesi amaçlanmaktadır.

2. YÖNTEM

2.1. Araştırma Grubu

Araştırmanın evrenini, Erzurum Gençlik ve Spor İl Müdürlüğünde görev yapan personellerden oluşturmaktadır. Örneklemine ise; Erzurum Gençlik ve Spor İl Müdürlüğünde çalışan personeller olmak üzere 264'ünü erkek 67'sini kadın toplam 331 katılımcıdan oluşmaktadır.

2.2. Veri Toplama Araçları

Araştırmacı, ölçeklerin uygulanacağı kurumdaki yetkili kişiler ile görüşüp, gerekli izinleri aldıktan sonra kuruma gidilerek çalışanların anketlerin açıklaması yapılmış olup, iş görenlerin anket sorularını sağlıklı bir şekilde cevaplamasına yardımcı olunmuştur. Kullanılan ölçek formları iki bölümden oluşmaktadır. Bunlar;

2.2.1. Kişisel Bilgi Formu: Katılımcıların kişisel bilgilerini toplamak amacıyla; cinsiyet, medeni durum, spor yapıyor musunuz, spor kulübü taraftarı mısınız, spor ürünleri alıyor musunuz, yaş, eğitim durumu gibi değişkenleri belirlemek maksadıyla araştırmacı tarafından hazırlanan sorulardan oluşmaktadır.

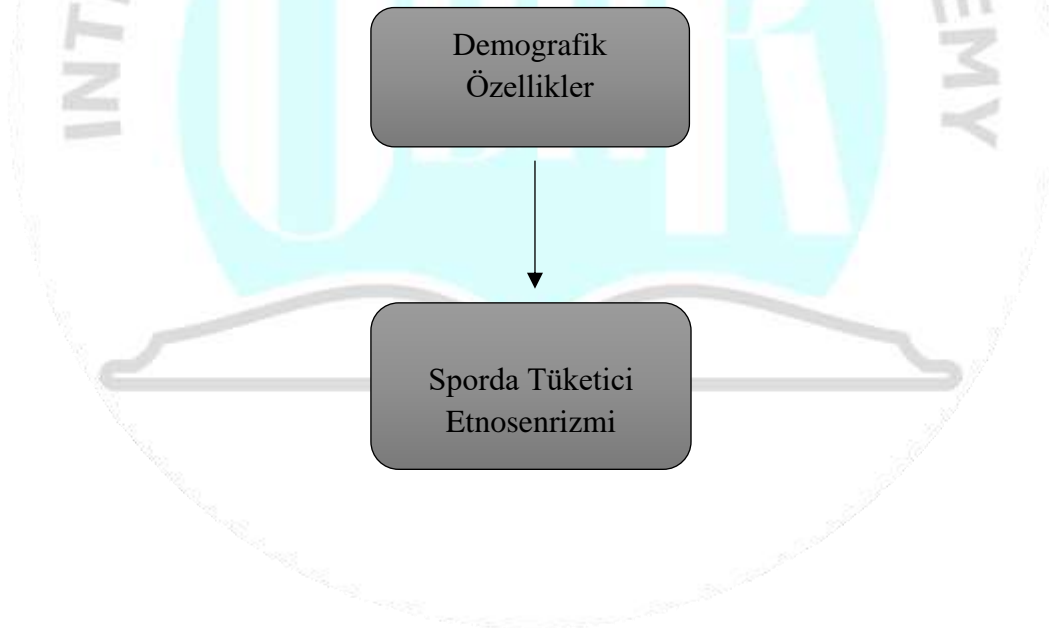
2.2.2. Sporda Tüketici Etnosentrizmi Ölçeği: Shimp ve Sharma (1987) tarafından geliştirilen sporda tüketici etnosentrizmi ölçeği, toplam 17 maddeden tek boyuttan ve 5'li Likert biçiminde oluşmaktadır. Türkçeye uyarlanması ise Yurtsızoğlu ve Fişne (2020) tarafından yapılmıştır. Türkçeye çevrilen ölçeğin toplam Cronbach alfa değeri $\alpha = 0,92$ olarak bulunmuştur. Çalışmamızda elde edilen Cronbach alfa değeri ise $\alpha = 0,91$ olarak bulunmuştur.

2.3. Verilerin Analizi

Katılımcılardan elde edilen bilgiler SPSS v22.0 yazılım programı ile elektronik ortama aktarılarak çeşitli istatistik analizler tabii tutulmuştur. Toplanan verilerin normal dağılıma uygun olup olmadığını saptamak için normallik testi uygulanmış olup, verilerin normal dağıldığı tespit edilmiştir. Çalışmamızda parametrik testler uygulanmıştır. Katılımcıların demografik değişkenlerini belirlemek amacıyla frekans analizi, cinsiyet, medeni durum, spor yapıyor musunuz, herhangi bir spor kulübü taraftarı mısınız ve spor ürünleri alıyor musunuz değişkenlerine göre sporda tüketici etnosentrizmi düzeylerinin çeşitli değişkenlere göre karşılaştırılmasında bağımsız gruplarda t-testi uygulanmış olup; yaş, eğitim durumu gibi değişkenlerine göre karşılaştırılmasında tek yönlü varyans analizi uygulanmış, farkın hangi gruplardan kaynaklandığını bulmak için de Tukey testi uygulanmış ve anlamlılık düzeyi ($p<0.05$) alınmıştır.

2.4. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri

Yapılan literatür araştırmaları ve elde edilen sonuç bilgileri çalışmanın modeli ve hipotezlerin oluşturulmasında etkili olmuşlardır. Çalışmada model oluşturulmadan önce değişkenler belirlenmiştir. Modelde toplam 1 değişken vardır bunlardan demografik özellikler ve otantik liderlik olarak seçilmiştir.



Çalışmanın modeline ve amacına göre kurulan hipotezler ise aşağıda belirtilmiştir:

H1: Katılımcıların sporda tüketici etnosentrizmi düzeylerinin, cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H2: Katılımcıların sporda tüketici etnosentrizmi düzeylerinin, medeni durum değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H3: Katılımcıların sporda tüketici etnosentrizmi düzeylerinin, spor yapıyor musunuz değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H4: Katılımcıların sporda tüketici etnosentrizmi düzeylerinin, herhangi bir spor kulübü taraftarı mısınız değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H5: Katılımcıların sporda tüketici etnosentrizmi düzeylerinin, spor ürünleri alıyor musunuz değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H6: Katılımcıların sporda tüketici etnosentrizmi düzeylerinin, yaş değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H7: Katılımcıların sporda tüketici etnosentrizmi düzeylerinin, eğitim durumu değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

3. BULGULAR

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Değişkenlerine İlişkin Bilgiler

| | | (N) | (%) |
|--|-----------------|-----|-------|
| Cinsiyet | Erkek | 264 | 79,8 |
| | Kadın | 67 | 20,2 |
| Medeni Durum | Evli | 198 | 59,8 |
| | Bekâr | 133 | 40,2 |
| Spor Yapıyor Musunuz? | Evet | 259 | 78,2 |
| | Hayır | 72 | 21,8 |
| Herhangi bir Spor Kulübü Taraftarı mısınız? | Evet | 295 | 89,1 |
| | Hayır | 36 | 10,9 |
| Spor veya Sportif Ürünler Alıyor musunuz? | Evet | 313 | 94,6 |
| | Hayır | 18 | 5,4 |
| Yaş | 25-30 yaş | 85 | 25,7 |
| | 31-35 yaş | 114 | 34,4 |
| | 36-40 yaş | 90 | 27,2 |
| | 41 yaş ve üzeri | 42 | 12,7 |
| Eğitim Durumu | Lise | 42 | 12,7 |
| | Lisans | 205 | 61,9 |
| | Lisansüstü | 84 | 25,4 |
| | Toplam | 331 | 100,0 |

Veriler incelendiğinde de; çalışmaya katılan bireylerin cinsiyet değişkeni aralığına bakıldığında erkek katılımcı 264 (%79,8) kişi iken kadın katılımcılar 67 (%20,2) kişidir. Katılımcıların medeni durum değişkenine bakıldığında evli olan katılımcılar 198 (%59,8) kişi iken bekâr olan katılımcı sayısı 133 (%40,2) kişidir. Katılımcıların spor yapıyor musunuz değişkenine bakıldığı zaman evet diyen katılımcı sayısı 259 (%78,2) kişi iken, hayır diyen katılımcı sayısı ise 72 (%21,8) kişidir. Katılımcıların herhangi bir spor kulübü taraftarı mısınız değişkenine bakıldığı zaman evet diyen katılımcı sayısı 295 (%89,1) kişi iken, hayır diyen katılımcı sayısı ise 36 (%10,9) kişidir. Katılımcıların spor veya sportif ürünler alıyor musunuz değişkenine bakıldığı zaman evet diyen katılımcı sayısı 313 (%94,6) kişi iken, hayır diyen katılımcı sayısı ise 18 (%5,4) kişidir. Katılımcıların yaş değişkenine göre en yüksek katılım 31-35 yaş aralığında 114 (%34,4) kişi olup, en düşük katılım ise 41 yaş ve üzeri olup 42 (%12,7)

kişidir. Katılımcıların eğitim durumu değişkenine bakıldığında zaman en yüksek katılım 205 (%61,9) kişi ile lisans olurken, en düşük katılım ise 42 (%12,7) kişi ile lise olmuştur.

Tablo 2. Katılımcıların Sporda Tüketici Etnosentrizmi Toplam Puan Ortalamasının Normallik Dağılım Testi (Skewness- Kurtosis)

| Ölçek | Alt Boyut | Skewness | | | Kurtosis | |
|-------------------------------|-----------|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| | | N | Statistic | Std. Hata | Statistic | Std. Hata |
| Sporda Tüketici Etnosentrizmi | Toplam | 331 | ,317 | ,134 | -,635 | ,267 |

Tablo 2 incelendiğinde sporda tüketici etnosentrizmi toplam puan ortalamasının basıklık ve çarpıklık değerlerinin normal dağılım gösterdiği tespit edilmiştir. Tabaschnick ve Fidell (2013) ölçeklerde çarpıklık ve basıklık katsayılarının -1,5, +1,5 değerleri arasında olması durumunda verilerin normal dağılım sergileyeceğini ifade etmektedirler.

Tablo 3. Katılımcıların Sporda Tüketici Etnosentrizmi Toplam Puan Ortalamalarının Cinsiyet Değişkenine Göre Karşılaştırılması (Independent - Sample T Testi)

| Ölçek | Alt Boyutlar | Cinsiyet | N | X | Ss | t | p |
|-------------------------------|--------------|----------|-----|------|------|--------|-------|
| Sporda Tüketici Etnosentrizmi | Toplam | Erkek | 264 | 2,21 | ,732 | -2,327 | ,021* |
| | | Kadın | 67 | 2,44 | ,713 | | |

(p<0.05)

Tablo 3 incelendiğinde katılımcıların cinsiyetlerine ilişkin sporda tüketici etnosentrizmi toplam puan karşılaştırılmasında; toplam puanda istatistiksel olarak anlamlı farklılığa rastlanmış olup, kadın katılımcılar lehine anlamlı farklılık olduğu görülmektedir (p<0.05).

Tablo 4. Katılımcıların Sporda Tüketici Etnosentrizmi Toplam Puan Ortalamalarının Medeni Durum Değişkenine Göre Karşılaştırılması (Independent - Sample T Testi)

| Ölçek | Alt Boyutlar | Medeni Durum | N | X | Ss | t | p |
|-------------------------------|--------------|--------------|-----|------|------|-------|------|
| Sporda Tüketici Etnosentrizmi | Toplam | Evli | 198 | 2,23 | ,784 | -,755 | ,451 |
| | | Bekâr | 133 | 2,29 | ,651 | | |

(p<0.05)

Tablo 4 incelendiğinde, katılımcıların medeni durumlarına ilişkin sporda tüketici etnosentrizmi toplam puan karşılaştırılmasında; herhangi bir anlamlı farklılığa rastlanmadığı görülmektedir (p<0.05).

Tablo 5. Katılımcıların Sporda Tüketici Etnosentrizmi Toplam Puan Ortalamalarının Spor Yapıyor Musunuz Değişkenine Göre Karşılaştırılması (Independent - Sample T Testi)

| Ölçek | Alt Boyutlar | Spor Yapıyor Musunuz? | N | X | Ss | t | p |
|-------------------------------|--------------|-----------------------|-----|------|------|--------|--------------|
| Sporda Tüketici Etnosentrizmi | Toplam | Evet | 259 | 2,19 | ,750 | -3,091 | ,002* |
| | | Hayır | 72 | 2,49 | ,617 | | |

($p < 0.05$)

Tablo 5 incelendiğinde, katılımcıların spor yapıyor musunuz değişkenine ilişkin sporda tüketici etnosentrizmi toplam puan karşılaştırılmasında; toplam puanda istatistiksel olarak anlamlı farklılığa rastlanmıştır olup, hayır diyen katılımcılar lehine anlamlı farklılık olduğu görülmektedir ($p < 0.05$).

Tablo 6. Katılımcıların Sporda Tüketici Etnosentrizmi Toplam Puan Ortalamalarının Herhangi bir Spor Kulübü Taraftarı mısınız? Değişkenine Göre Karşılaştırılması (Independent - Sample T Testi)

| Ölçek | Alt Boyutlar | Spor Kulübü Taraftarı mısınız? | N | X | Ss | t | p |
|-------------------------------|--------------|--------------------------------|-----|------|------|--------|--------------|
| Sporda Tüketici Etnosentrizmi | Toplam | Evet | 295 | 2,17 | ,721 | -5,001 | ,000* |
| | | Hayır | 36 | 2,91 | ,443 | | |

($p < 0.05$)

Tablo 6 incelendiğinde, katılımcıların herhangi bir spor kulübü taraftarı mısınız değişkenine ilişkin sporda tüketici etnosentrizmi toplam puan karşılaştırılmasında; toplam puanda istatistiksel olarak anlamlı farklılığa rastlanmıştır olup, hayır diyen katılımcılar lehine anlamlı farklılık olduğu görülmektedir ($p < 0.05$).

Tablo 7. Katılımcıların Sporda Tüketici Etnosentrizmi Toplam Puan Ortalamalarının Spor veya Sportif Ürünler Alıyor musunuz? Değişkenine Göre Karşılaştırılması (Independent - Sample T Testi)

| Ölçek | Alt Boyutlar | Spor Ürünleri Alıyor musunuz? | N | X | Ss | t | p |
|-------------------------------|--------------|-------------------------------|-----|------|------|------|------|
| Sporda Tüketici Etnosentrizmi | Toplam | Evet | 313 | 2,26 | ,749 | ,545 | ,586 |
| | | Hayır | 18 | 2,16 | ,339 | | |

($p < 0.05$)

Tablo 7 incelendiğinde, katılımcıların spor veya sportif ürünler alıyor musunuz değişkenine ilişkin sporda tüketici etnosentrizmi toplam puan karşılaştırılmasında; toplam puanda istatistiksel olarak herhangi bir anlamlı farklılığa rastlanmamıştır ($p < 0.05$).

Tablo 8. Katılımcıların Sporda Tüketici Etnosentrizmi Toplam Puan Ortalamalarının Yaş Değişkenine Göre Karşılaştırılması (One- Way Anova)

| Ölçek | Alt Boyut | Yaş | N | X | Ss | f | p | Anlamlı Fark |
|--------------------------------------|---------------|---------------------|-----|------|------|-------|--------------|--------------|
| Sporda Tüketici Etnosentrizmi | Toplam | (a) 25-30 yaş | 85 | 2,48 | ,668 | 4,491 | ,002* | A>B,C |
| | | (b) 31-35 yaş | 114 | 2,25 | ,674 | | | |
| | | (c) 36-40 yaş | 90 | 2,16 | ,804 | | | |
| | | (d) 41 yaş ve üzeri | 42 | 2,01 | ,716 | | | |
| | | Toplam | 331 | 2,25 | ,733 | | | |

Tablo 8 incelendiğinde, katılımcıların yaş değişkenine ilişkin sporda tüketici etnosentrizmi toplam puan karşılaştırılmasında; toplam puanda istatistiksel olarak anlamlı farklılığa rastlanmıştır olup, 25-30 yaş arası katılımcılar lehine anlamlı farklılık olduğu görülmektedir ($p<0.05$).

Tablo 9. Katılımcıların Sporda Tüketici Etnosentrizmi Toplam Puan Ortalamalarının Eğitim Durumu Değişkenine Göre Karşılaştırılması (One- Way Anova)

| Ölçek | Alt Boyut | Eğitim Durumu | N | X | ss | f | p | Anlamlı Fark |
|--------------------------------------|---------------|----------------|-----|------|------|-------|--------------|--------------|
| Sporda Tüketici Etnosentrizmi | Toplam | (a) Lise | 42 | 2,58 | ,708 | 5,443 | ,005* | A>B |
| | | (b) Lisans | 205 | 2,18 | ,674 | | | |
| | | (c) Lisansüstü | 84 | 2,27 | ,839 | | | |
| | | Toplam | 331 | 2,25 | ,733 | | | |

($p<0.05$)

Tablo 9 incelendiğinde, katılımcıların eğitim durumu değişkenine ilişkin sporda tüketici etnosentrizmi toplam puan karşılaştırılmasında; toplam puanda istatistiksel olarak anlamlı farklılığa rastlanmıştır olup, eğitim düzeyi lise olan katılımcılar lehine anlamlı farklılık olduğu görülmektedir ($p<0.05$).

Sonuçlara göre personelin spor tüketici etnosentrizmi düzeylerinin, cinsiyet değişkenine göre anlamlı düzeyde etkilediğinden H1 kabul edilmiştir. Personelin spor tüketici etnosentrizmi düzeylerinin, medeni durum değişkenine göre anlamlı düzeyde etkilenmediğinden dolayı H2 reddedilmiştir. Personelin spor tüketici etnosentrizmi düzeylerinin, spor yapıyor musunuz değişkenine göre anlamlı düzeyde etkilendiğinden dolayı H3 kabul edilmiştir. Personelin spor tüketici etnosentrizmi düzeylerinin, herhangi bir spor kulübü taraftarı mısınız değişkenine göre anlamlı düzeyde etkilendiğinden dolayı H4 kabul edilmiştir. Personelin spor tüketici etnosentrizmi düzeylerinin, spor ürünleri alıyor musunuz değişkenine göre anlamlı düzeyde etkilenmediğinden dolayı H5 reddedilmiştir. Personelin spor tüketici etnosentrizmi düzeylerinin, yaş değişkenine göre anlamlı düzeyde etkilendiğinden dolayı H6 kabul edilmiştir. Personelin spor tüketici etnosentrizmi düzeylerinin, eğitim durumu değişkenine göre anlamlı düzeyde etkilendiğinden dolayı H7 kabul edilmiştir.

4. TARTIŞMA VE SONUÇ

Erzurum Gençlik ve Spor İl Müdürlüğü personellerinin sporda tüketici etnosentrizmi düzeylerinin çeşitli değişkenlere göre incelenmesi amacıyla yapılan bu çalışmada; katılımcıların cinsiyetlerine ilişkin sporda tüketici etnosentrizmi toplam puan karşılaştırılmasında; toplam puanda istatistiksel olarak anlamlı farklılığa rastlanmıştır, kadın katılımcılar lehine anlamlı farklılık olduğu görülmektedir. Bu sonuç cinsiyet değişkeninin sporda tüketici etnosentrizmi düzeyleri üzerine önemli bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Esgün (2017) yapmış olduğu çalışmada, cinsiyet değişkeninin tüketici etnosentrizmi düzeylerine göre istatistiksel olarak anlamlı farka rastlanmıştır, erkek katılımcıların ortalama değeri, kadın katılımcıların ortalama değerinden daha yüksek olduğunu tespit etmiştir. Gashi (2019) yapmış olduğu çalışmada, cinsiyet değişkeninin tüketici etnosentrizmi düzeylerine göre istatistiksel olarak anlamlı farka rastlanmıştır, kadın katılımcıların ortalama değeri, erkek katılımcıların ortalama değerinden daha yüksek olduğunu tespit etmiştir. Alan yazı inceliğinde yapılan çalışmalar ile bulmuş olduğumuz sonuçlar arasında genel olarak paralellik olduğu görülmektedir. Bulunan bu sonuçların aksine; Yılmaz (2017) yapmış olduğu çalışmada, cinsiyet değişkeninin tüketici etnosentrizmi düzeylerine göre istatistiksel olarak anlamlı farka rastlanmamıştır. Ezzat (2019) yapmış olduğu çalışmada, cinsiyet değişkeninin tüketici etnosentrizmi düzeylerine göre istatistiksel olarak anlamlı farka rastlanmamıştır. Tarhan (2015) yapmış olduğu çalışmada, cinsiyet değişkeninin tüketici etnosentrizmi düzeylerine göre istatistiksel olarak anlamlı farka rastlanmamıştır. Büyükkalaycı (2018) yapmış olduğu çalışmada, cinsiyet değişkeninin tüketici etnosentrizmi düzeylerine göre istatistiksel olarak anlamlı farka rastlanmamıştır. Yurtiszoğlu ve Fişne (2020) yapmış oldukları çalışmalarında, cinsiyet değişkeninin sporda tüketici etnosentrizmi düzeylerine göre istatistiksel olarak anlamlı farka rastlanmamıştır.

Katılımcıların medeni durumlarına ilişkin sporda tüketici etnosentrizmi toplam puan karşılaştırılmasında; herhangi bir anlamlı farklılığa rastlanmadığı görülmektedir. Bu sonuç medeni durum değişkeninin sporda tüketici etnosentrizmi düzeyleri üzerine önemli bir etkiye sahip olmadığını göstermektedir. Esgün (2017) yapmış olduğu çalışmada, medeni durum değişkeninin tüketici etnosentrizmi düzeyleri üzerine istatistiksel olarak anlamlı farka rastlanmamıştır. Tarhan (2015) yapmış olduğu çalışmada, medeni durum değişkeninin tüketici etnosentrizmi düzeyleri üzerine istatistiksel olarak anlamlı farka rastlanmamıştır. Büyükkalaycı (2018) yapmış olduğu çalışmada, medeni durum değişkeninin tüketici etnosentrizmi düzeyleri üzerine istatistiksel olarak anlamlı farka rastlanmamıştır. Yurtiszoğlu ve Fişne (2020) yapmış oldukları çalışmalarında, medeni durum değişkeninin sporda tüketici etnosentrizmi düzeyleri üzerine istatistiksel olarak anlamlı farka rastlanmamıştır. Alan yazı inceliğinde yapılan çalışmalar ile bulmuş olduğumuz sonuçlar arasında paralellik olduğu görülmektedir. Elde edilen bulguların aksine; Yılmaz (2017) yapmış olduğu çalışmada medeni durum değişkeninin tüketici etnosentrizmi düzeyleri üzerine istatistiksel olarak anlamlı farka rastlanmıştır.

Katılımcıların spor yapıyor musunuz değişkenine ilişkin sporda tüketici etnosentrizmi toplam puan karşılaştırılmasında; toplam puanda istatistiksel olarak anlamlı farklılığa

rastlanmış olup, hayır diyen katılımcılar lehine anlamlı farklılık olduğu görülmektedir. Bu sonuç spor yapıyor musunuz değişkeninin sporda tüketici etnosentrizmi düzeyleri üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Literatür incelendiğinde sporda tüketici etnosentrizmi düzeylerinin spor yapıyor musunuz değişkenini inceleyen herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Elde edilen bulgulardan hareketle, sporda tüketici etnosentrizmi düzeylerinin, spor yapıyor musunuz sorusuna hayır diyen katılımcıların evet diyen katılımcılara oranla anlamlı düzeyde farklılığa rastlandığı görülmektedir.

Katılımcıların herhangi bir spor kulübü taraftarı mısınız değişkenine ilişkin sporda tüketici etnosentrizmi toplam puan karşılaştırılmasında; toplam puanda istatistiksel olarak anlamlı farklılığa rastlanmış olup, hayır diyen katılımcılar lehine anlamlı farklılık olduğu görülmektedir. Bu sonuç spor kulübü taraftarı mısınız değişkeninin sporda tüketici etnosentrizmi düzeyleri üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Literatür incelendiğinde sporda tüketici etnosentrizmi düzeylerinin spor kulübü taraftarı mısınız değişkenini inceleyen herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Elde edilen bulgulardan hareketle, sporda tüketici etnosentrizmi düzeylerinin, herhangi bir spor kulübü taraftarı mısınız sorusuna hayır diyen katılımcıların evet diyen katılımcılara oranla anlamlı düzeyde farklılığa rastlandığı görülmektedir.

Katılımcıların spor veya sportif ürünler alıyor musunuz değişkenine ilişkin sporda tüketici etnosentrizmi toplam puan karşılaştırılmasında; toplam puanda istatistiksel olarak herhangi bir anlamlı farklılığa rastlanmamıştır. Bu sonuç spor ürünleri alıyor musunuz değişkeninin sporda tüketici etnosentrizmi düzeyleri üzerinde önemli bir etkiye sahip olmadığını göstermektedir. Literatür incelendiğinde sporda tüketici etnosentrizmi düzeylerinin spor ürünleri alıyor musunuz değişkenini inceleyen herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Elde edilen bulgulardan hareketle, sporda tüketici etnosentrizmi düzeylerinin, spor ürünleri alıyor musunuz sorusuna evet diyen katılımcıların hayır diyen katılımcılara oranla daha fazla ortalamaya sahip oldukları görülmektedir.

Katılımcıların yaş değişkenine ilişkin sporda tüketici etnosentrizmi toplam puan karşılaştırılmasında; toplam puanda istatistiksel olarak anlamlı farklılığa rastlanmış olup, 25-30 yaş arası katılımcılar lehine anlamlı farklılık olduğu görülmektedir. Bu sonuç yaş değişkeninin sporda tüketici etnosentrizmi düzeyleri üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Yıltay (2017) yapmış olduğu çalışmada, yaş değişkeninin tüketici etnosentrizmi düzeyleri üzerine istatistiksel olarak anlamlı farka rastlanmıştır. Esgün (2017) yapmış olduğu çalışmada, yaş değişkeninin tüketici etnosentrizmi düzeyleri üzerine istatistiksel olarak anlamlı farka rastlanmış olup, 26-35 ve 36-45 yaş gruplarında yer alan katılımcıların ortalaması 18-25 yaş grubunda yer alan katılımcıların ortalamasından anlamlı şekilde yüksektir. Ezzat (2019) yapmış olduğu çalışmada, yaş değişkeninin tüketici etnosentrizmi düzeyleri üzerine istatistiksel olarak anlamlı farka rastlanmış olup, 20-21 yaş arası katılımcılar lehine anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir. Tarhan (2015) yapmış olduğu çalışmada, yaş değişkeninin tüketici etnosentrizmi düzeyleri üzerine istatistiksel olarak anlamlı farka rastlanmış olup, 20-29 yaş arası katılımcıların 50 yaş ve üzeri katılımcılara oranla anlamlı düzeyde daha fazla ortalamaya sahip oldukları görülmüştür. Alan yazı incelendiğinde

yapılan çalışmalar ile bulmuş olduğumuz sonuçlar arasında paralellik olduğu görülmektedir. Elde edilen bulguların aksine; Gashi (2019) yapmış olduğu çalışmada, yaş değişkeninin tüketici etnosentrizmi düzeyleri üzerine istatistiksel olarak anlamlı farka rastlanmamıştır. Büyükkalaycı (2018) yapmış olduğu çalışmada, yaş değişkeninin tüketici etnosentrizmi düzeyleri üzerine istatistiksel olarak anlamlı farka rastlanmamıştır. Yurtızoğlu ve Fişne (2020) yapmış oldukları çalışmalarında, yaş değişkeninin sporda tüketici etnosentrizmi düzeylerine göre istatistiksel olarak anlamlı farka rastlanmamıştır.

Katılımcıların eğitim durumu değişkenine ilişkin sporda tüketici etnosentrizmi toplam puan karşılaştırılmasında; toplam puanda istatistiksel olarak anlamlı farklılığa rastlanmamış olup, eğitim düzeyi lise olan katılımcılar lehine anlamlı farklılık olduğu görülmektedir. Bu sonuç eğitim durumu değişkeninin sporda tüketici etnosentrizmi düzeyleri üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Yılmaz (2017) yapmış olduğu çalışmada, eğitim durumu değişkeninin tüketici etnosentrizmi düzeyleri üzerine istatistiksel olarak anlamlı farka rastlanmamıştır. Esgün (2017) yapmış olduğu çalışmada, eğitim durumu değişkeninin tüketici etnosentrizmi düzeyleri üzerine istatistiksel olarak anlamlı farka rastlanmamış olup, ortaöğretim, lise ve ön lisans seviyelerinde eğitim görmüş olan katılanların ortalamalarının lisans seviyesinde eğitim görmüş olan katılımcıların ortalamalarından anlamlı biçimde yüksektir. Gashi (2019) yapmış olduğu çalışmada, eğitim durumu değişkeninin tüketici etnosentrizmi düzeyleri üzerine istatistiksel olarak anlamlı farka rastlanmamış olup, eğitim durumu lise olan katılımcıların eğitim durumu lisansüstü olan katılımcılara oranla anlamlı düzeyde daha fazla ortalamaya sahip oldukları görülmüştür. Tarhan (2015) yapmış olduğu çalışmada, eğitim durumu değişkeninin tüketici etnosentrizmi düzeyleri üzerine istatistiksel olarak anlamlı farka rastlanmamış olup, eğitim seviyesi yükseldikçe tüketicilerin etnosentrizm eğilimlerinin azaldığını gözlemlemiştir. Büyükkalaycı (2018) yapmış olduğu çalışmada, eğitim durumu değişkeninin tüketici etnosentrizmi düzeyleri üzerine istatistiksel olarak anlamlı farka rastlanmamış olup, katılımcıların etnosentrik eğilimleriyle ile eğitim durumu arasında negatif yönlü ilişki bulunmakta ve eğitim düzeyleri arttıkça etnosentrik eğilimlerinin azaldığını gözlemlemiştir. Alan yazı inceliğinde yapılan çalışmalar ile bulmuş olduğumuz sonuçlar arasında paralellik olduğu görülmektedir. Elde edilen bulguların aksine; Yurtızoğlu ve Fişne (2020) yapmış oldukları çalışmalarında, eğitim durumu değişkeninin sporda tüketici etnosentrizmi düzeylerine göre istatistiksel olarak anlamlı farka rastlanmamıştır.

5. SONUÇ

Sonuç olarak; katılımcıların cinsiyetlerine ilişkin sporda tüketici etnosentrizmi toplam puan karşılaştırılmasında; toplam puanda istatistiksel olarak anlamlı farklılığa rastlanmamış olup, kadın katılımcılar lehine anlamlı farklılık olduğu görülmektedir. Katılımcıların medeni durumlarına ilişkin sporda tüketici etnosentrizmi toplam puan karşılaştırılmasında; herhangi bir anlamlı farklılığa rastlanmadığı görülmektedir. Katılımcıların spor yapıyor musunuz değişkenine ilişkin sporda tüketici etnosentrizmi toplam puan karşılaştırılmasında; toplam puanda istatistiksel olarak anlamlı farklılığa rastlanmamış olup, hayır diyen katılımcılar lehine anlamlı farklılık olduğu görülmektedir. Katılımcıların herhangi bir spor kulübü taraftarı mısınız değişkenine ilişkin sporda tüketici etnosentrizmi toplam puan karşılaştırılmasında; toplam

puanda istatistiksel olarak anlamlı farklılığa rastlanmış olup, hayır diyen katılımcılar lehine anlamlı farklılık olduğu görülmektedir. Katılımcıların spor veya sportif ürünler alıyor musunuz değişkenine ilişkin sporda tüketici etnosentrizmi toplam puan karşılaştırılmasında; toplam puanda istatistiksel olarak herhangi bir anlamlı farklılığa rastlanmamıştır. Katılımcıların yaş değişkenine ilişkin sporda tüketici etnosentrizmi toplam puan karşılaştırılmasında; toplam puanda istatistiksel olarak anlamlı farklılığa rastlanmış olup, 25-30 yaş arası katılımcılar lehine anlamlı farklılık olduğu görülmektedir. Katılımcıların eğitim durumu değişkenine ilişkin sporda tüketici etnosentrizmi toplam puan karşılaştırılmasında; toplam puanda istatistiksel olarak anlamlı farklılığa rastlanmış olup, eğitim düzeyi lise olan katılımcılar lehine anlamlı farklılık olduğu görülmektedir.

KAYNAKLAR

Büyükkalaycı, G. (2018). *''Kuşağının Etnosentrik Eğilimlere Göre Yerli Ve Yabancı Ürünler Karşı Satın Alma Davranışı: Afyonkarahisar Örneği''* Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyonkarahisar.

Çilingir Z. (2014). *''Tüketici etnik kökenciliği eğilimi ölçeği (CETSCALE): İstanbul ili tüketicileri üzerine bir pilot araştırma.''* International Journal of Economic and Administrative Studies. 7(13),1307-9832.

Esgün, A. B. (2017). *''Etnosentrik Eğilimlerin Satın Alma Davranışı Üzerine Etkileri; Türkiye Örneği''* Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Beykent Üniversitesi, İstanbul.

Ezzat, A. (2019). *'' Farklı Kültürlerde Etnosentrik Tüketim Davranışlarının Karşılaştırılması, Hacı Bayram Veli – Kerkük Üniversite Örneği''*, Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gazi Üniversitesi, Ankara.

Fişne M., Karagöz, Y. (2016). *''Uluslararası Spor Organizasyonları İçin Gönüllü Motivasyonları Ölçeğinin Türkçe 'Ye Uyarlanması.''* Spor Bilimleri Araştırmaları Dergisi. 1(1), 1-16.

Gashi, L. (2019). *''Tüketicilerin Etnosentrik Eğilimlerinin Marka Sadakatleri Üzerindeki Farklılığının Belirlenmesi''* Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Niğde Ömer Halis Demir Üniversitesi, Niğde.

Hofstede G. (1984). *''Culture's Consequences: International Differences In Work-Related Values.''* Sage Publications, London.

Kardes FR. (2002). *''Consumer Behavior And Managerial Decision Making.''* Upper Saddle River, Prentice Hall.

Schiffman LG., Kanuk LL. (2000). ‘ ‘Consumer Behaviour. Prentice-Hall, ’ ’ London.

Sumner WG. (1906). ‘ ‘Folkways: A Study Of The Sociological İmportance Of Usages, Manners, Customs, Mores And Morals. ’ ’ Ginn and Company, Boston.

Tarhan, Y. (2015). ‘ ‘Tüketicilerin Etnosentrik Eğilimlerinde Rolü Olan Faktörlerin Etkisinin İncelenmesi: Kars İlinde Bir Uygulama’’ Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kafkas Üniversitesi, Kars.

Uyar K., Dursun Y. (2015). ‘ ‘Farklı Ürün Kategorilerinde Yabancı Markalama Ve Tüketici Etnosentrizmi. ’ ’ Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. 19(2), 363-382.

Yıltay, S. (2017). ‘ ‘Tüketici Etnosentrizmi: Satın Alma Davranışlarının Ülkelerarası Farklılığa Göre Etnosentrik Eğilimleri Açısından İncelenmesi’’ Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Kahramanmaraş.

Yurtsızoğlu Z., Fişne M.(2020). ‘ ‘Sporda Tüketici Etnosentrizmi: Ölçek Uyarlama ve Bir Araştırma. ’ ’ Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi. 14(3), 465-480.

ÇAPRAZ TABLOLARIN REGRESYON YÖNTEMİ İLE GÖRSELLEŞTİRİLMESİ**H.Nazan ÇAĞLAR**

İstanbul Kültür Üniversitesi , İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

ORCID No: 0000-0003-2152-8747

ÖZET

Sosyal Bilimler alanında , çapraz tabloların (crosstab) yorumlanması önemli bir yere sahiptir. Veri analizlerinde iki boyutlu tabloların etkin biçimde özetlenmesi ve yorumlanması özellikle büyük boyutlu ise önemlidir. Tablonun $m, n > 10$ (m: satır , n: sütun) olması durumunda okunması , anlaşılması ve yorumlanması zorlaşır. Bu noktada verileri görselleştirerek özetlemek kolaylık sağlar. Görsel nesnelere kısa süre de karar vermede önemli olduğu bilinmektedir. Çapraz tablodaki verinin görselleştirilmesinde pek çok yöntem kullanılmaktadır.

Lokal polinomlar , parametrik olmayan regresyon modelleri için de önemli bir yere sahiptir. Bu çalışmada , kategorik verileri temsil eden tablolara çok değişkenli regresyon yöntemi uygulanmıştır. (Seifert & Gasser , 1996) Model değişkenleri tablonun satır, sütun değişkeni olarak alınmıştır. Kurulan Model aracılığı ile tablonun hücre değerleri tekrar tahmin edilmiştir. Regresyon metodu polinomial olarak uygulanmıştır. Bulunan modelle crosstab'ın regresyon yüzey grafiği çizilmiştir. Çizilen yüzey grafiği çapraz tabloların görsel olarak daha iyi açıklanabildiğini göstermiştir.

Yazılan bir bilgisayar programı ile literatürden (Simonoff ,1996) alınmış problem için metodun iki boyutlu tablolar için uygulaması açıklanmaktadır

Anahtar Kelimeler : polinomial regresyon , çapraz tablo , yüzey grafiği**1. LOKAL POLİNOMAL REGRESYON**

$(x_1, y_1) , \dots , (x_n, y_n)$ gözlemleri için aşağıdaki fonksiyonel modeli düşünelim.

$$y_i = f (x_i) + \varepsilon_i$$

Burada x_i bağımsız değişken, y_i ler bağımlı değişken ve ε_i hata terimidir.

Taylor seri açılım yaklaşımı ile x_i noktası civarında $f(x)$ fonksiyonunu seriye açalım,

$$f(x_i) = f(x) + f'(x)(x_i - x) + \dots + \frac{f''(x)(x_i - x)^2}{2!}$$

$f(x)$ fonksiyonunun bulunması lokal polinomial regresyon olarak bilinir. Aşağıdaki denklem en küçük kareler optimizasyonu ile çözülür. (Çağlar, 2004)

$$\min (\beta) \sum_{i=1}^n [y_i - \beta_0 - \beta_1(x_i - x) - \beta_2(x_i - x)^2 - \dots - \beta_p(x_i - x)^p]^2 \quad (1)$$

Lokal polinomların β_j tahmincileri yukarıda verilen toplamın minimize edilmesi sonucunda elde edilir.

$$\beta = (\beta_0, \dots, \beta_p)' \quad \text{tahmin edilecek parametrelerdir.}$$

$$X = \begin{bmatrix} 1 & (x_1 - x_0) & \dots & (x_1 - x_0)^p \\ \vdots & \ddots & \ddots & \vdots \\ 1 & (x_n - x_0) & \dots & (x_n - x_0)^p \end{bmatrix}, \quad Y = \begin{bmatrix} y_1 \\ \vdots \\ y_n \end{bmatrix}$$

$$\hat{\beta} = (X'X)^{-1}X'Y \quad (2)$$

Olarak bulunur. Sonuç olarak Lokal polinomal yaklaşımda y tahmin değerleri

$$\hat{y} = \sum_{j=0}^p \hat{\beta}_j (x_i - x_0)^j, \quad i = 1, 2, \dots, n \quad (3)$$

x_0 : ortalama

formülünden hesaplanır.

2. UYGULAMA

147 kişinin Üniversiteden mezun oldukları yıllardan itibaren çalışma süreleri ve aldıkları ücretlere (para birimi) ait datalar Çizelge 1 de görülmektedir. Satırlar aylık ücret dilimlerini, sütunlar ise çalışma sürelerini göstermektedir.

Çapraz tablonun satır ve sütun numaraları X açıklayıcı değişken matrisini oluşturur. Tablonun hücre değerleri bağımlı değişken Y matrisini oluşturmaktadır.

Çizelge1. Ücretler ve yıllara ait datalar (Simonoff ,1996)

| Ücret (pb)/yıllar | 0-2 | 3-5 | 6-8 | 9-11 | 12-14 | 15-17 | 18-20 | 21-23 | 24-26 | 27-29 |
|-------------------|-----|-----|-----|------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 950-1150 | 5 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 1150-1350 | 2 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 | 0 | 0 |
| 1350-1550 | 5 | 1 | 3 | 2 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| 1550-1750 | 5 | 5 | 2 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| 1750-1950 | 9 | 9 | 5 | 0 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 0 |
| 1950-2150 | 3 | 5 | 2 | 1 | 2 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 |
| 2150-2350 | 0 | 1 | 4 | 3 | 2 | 1 | 3 | 0 | 2 | 1 |
| 2350-2550 | 0 | 0 | 4 | 0 | 1 | 2 | 2 | 0 | 0 | 1 |
| 2550-2750 | 0 | 0 | 2 | 2 | 0 | 5 | 1 | 2 | 1 | 1 |
| 2750-2950 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 4 | 0 | 2 | 3 |
| 2950-3150 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 |
| 3150-3750 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 0 | 0 | 1 |

Datalar için yöntemi uygulayalım :

$$y = \beta_0 + \beta_1(x_1 - \bar{x}_1) + \beta_2(x_2 - \bar{x}_2)^2 + \beta_3(x_1 - \bar{x}_1)^2 + \beta_4(x_2 - \bar{x}_2)^2 \quad (4)$$

(3) denklemindeki x_0 lar x_1 ve x_2 ortalama değerleridir.

$$Y = [y_1 \ y_2 \ . \ . \ y_{120}]'$$

Değerleri ise aşağıdaki vektörün transpozesi olarak alınır.

$$Y = \begin{pmatrix} 5010000000210000020051320010005521010100995022111035212010010143 \\ 21302100401220010022051211001001402310101110100000005001 \end{pmatrix}$$

X matrisinin genel formu aşağıda verilmektedir. Değerleri ise Ek1 de sunulmaktadır.

$$X = \begin{bmatrix} 1 & x_1 - \bar{x}_1 & x_2 - \bar{x}_2 & (x_1 - \bar{x}_1)^2 & (x_2 - \bar{x}_2)^2 \\ \vdots & \vdots & \vdots & \vdots & \vdots \\ 1 & . & . & . & . \end{bmatrix}$$

Çizelge1 aşağıdaki şekilde kodlanır. (Çizelge 2)

Çizelge 2. Değişkenler

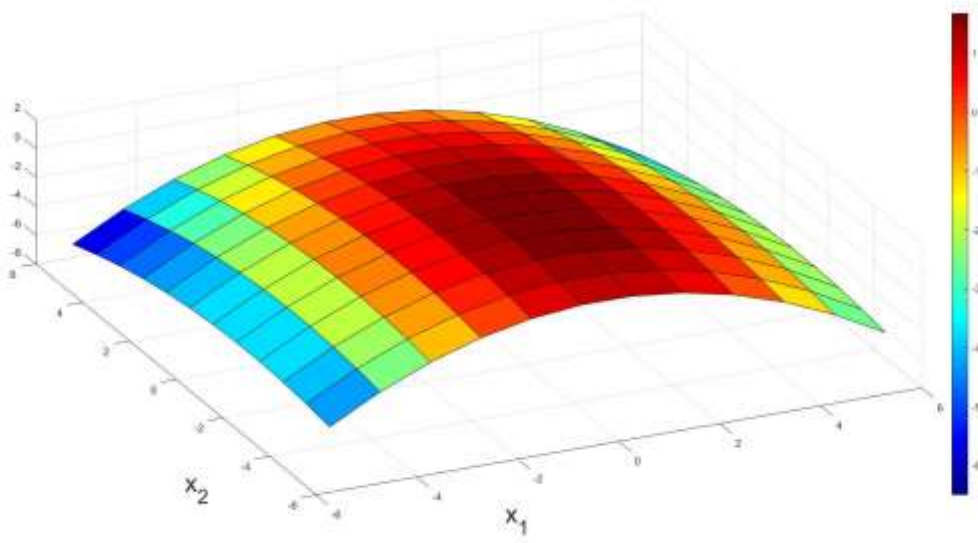
| x1/x2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|-------|-----|-----|----|----|---|---|---|---|---|------|
| 1 | y1 | y2 | y3 | y4 | . | . | . | . | . | y10 |
| 2 | y11 | y12 | . | . | . | . | . | . | . | . |
| 3 | . | . | . | . | . | . | . | . | . | . |
| 4 | . | . | . | . | . | . | . | . | . | . |
| 5 | . | . | . | . | . | . | . | . | . | . |
| 6 | . | . | . | . | . | . | . | . | . | . |
| 7 | . | . | . | . | . | . | . | . | . | . |
| 8 | . | . | . | . | . | . | . | . | . | . |
| 9 | . | . | . | . | . | . | . | . | . | . |
| 10 | . | . | . | . | . | . | . | . | . | . |
| 11 | . | . | . | . | . | . | . | . | . | . |
| 12 | . | . | . | . | . | . | . | . | . | y120 |

Veriler (2) denkleminde yerine yazılırsa β_j tahminçileri

$$\hat{\beta} = [1.5386 \quad -0.0213 \quad -0.1833 \quad -0.0453 \quad 0.0275]'$$
 olarak hesaplanır.

Çizelge 1 verilerine lokal polinomal regreseyon uygulanarak bulunan yoğunluğa bağlı farklı renklendirilmiş yüzey grafiği Görsel 1 de görülmektedir. Şekilden koyu kırmızı bölümler Çizelgedeki 1 de frekansı en yüksek olanlardır. Frekanslardaki yoğunluk düşüşünü mavi ye

doğru gözlemlemekteyiz.



Görsel 1. Verilere ait modelin yüzey grafiği

3. SONUÇ

Local polinomal regresyon yöntemi , mühendislik, istatistik ve matematik alanlarında yaygın kullanılmaktadır. Yaklaşım fonksiyonun bulunmasında en küçük kareler yöntemi uygulama kolaylığına sahip olmakla birlikte yöntemin kodları Matlab veya farklı bir progama dilinde kolaylıkla yazılabilir. Çalışmada Lokal polinomların teorisi anlatıldıktan sonra çapraz tablolarda tabloların görselleştirilmesinde ve yoğunluk alanlarının görsel olarak belirlenmesinde oldukça etkili bir yöntem olduğu görülmüştür. Yapılan çalışma iki boyutlu Kernel fonksiyonları (Linton et al., 2001) (Yang & Yue , Nov.2014 kullanılarak geliştirilebilir.

KAYNAKLAR

- [1] Çağlar N ,Çağlar H. , Stokastik trendin lokal polinomal yaklaşım ve üstel düzgünleştirme ile bulunmasında hata kareleri ortalamasınının karşılaştırılması. Öneri , 2004, 6(22), 301-304.
- [2] Linton O.,Mammen E., Nielsen J,Tanggaard C. , Yield curve estimation by Kernel smoothing methods, Journal of Econometrics, Nov 2001,105(1).
- [3] Seifert B. And Gasser T. , Finite-Sample variance of local polinomials : analysis and solutions, Journal of American Statistical Association, March 1996 , 91(433)..
- [4] Simonoff J.S. , *Smoothing Methods in Statistics*, Springer-Verlag New York, 1996.
- [5] Yang F.,Yue Z.,Kernel density estimation of three-parameter Weibull distribution with neural network and genetic algorithm. Applied Mathematics and computation, Nov.2014, 247,803-814.

Ek1:

X matrisi

| | | | | |
|---|------|------|-------|-------|
| 1 | -5,5 | -4,5 | 30,25 | 20,25 |
| 1 | -5,5 | -3,5 | 30,25 | 12,25 |
| 1 | -5,5 | -2,5 | 30,25 | 6,25 |
| 1 | -5,5 | -1,5 | 30,25 | 2,25 |
| 1 | -5,5 | -0,5 | 30,25 | 0,25 |
| 1 | -5,5 | 0,5 | 30,25 | 0,25 |
| 1 | -5,5 | 1,5 | 30,25 | 2,25 |
| 1 | -5,5 | 2,5 | 30,25 | 6,25 |
| 1 | -5,5 | 3,5 | 30,25 | 12,25 |
| 1 | -5,5 | 4,5 | 30,25 | 20,25 |
| 1 | -4,5 | -4,5 | 20,25 | 20,25 |
| 1 | -4,5 | -3,5 | 20,25 | 12,25 |
| 1 | -4,5 | -2,5 | 20,25 | 6,25 |
| 1 | -4,5 | -1,5 | 20,25 | 2,25 |
| 1 | -4,5 | -0,5 | 20,25 | 0,25 |
| 1 | -4,5 | 0,5 | 20,25 | 0,25 |
| 1 | -4,5 | 1,5 | 20,25 | 2,25 |
| 1 | -4,5 | 2,5 | 20,25 | 6,25 |
| 1 | -4,5 | 3,5 | 20,25 | 12,25 |
| 1 | -4,5 | 4,5 | 20,25 | 20,25 |
| 1 | -3,5 | -4,5 | 12,25 | 20,25 |
| 1 | -3,5 | -3,5 | 12,25 | 12,25 |
| 1 | -3,5 | -2,5 | 12,25 | 6,25 |
| 1 | -3,5 | -1,5 | 12,25 | 2,25 |
| 1 | -3,5 | -0,5 | 12,25 | 0,25 |
| 1 | -3,5 | 0,5 | 12,25 | 0,25 |
| 1 | -3,5 | 1,5 | 12,25 | 2,25 |
| 1 | -3,5 | 2,5 | 12,25 | 6,25 |
| 1 | -3,5 | 3,5 | 12,25 | 12,25 |
| 1 | -3,5 | 4,5 | 12,25 | 20,25 |
| 1 | -2,5 | -4,5 | 6,25 | 12,25 |
| 1 | -2,5 | -3,5 | 6,25 | 6,25 |
| 1 | -2,5 | -2,5 | 6,25 | 2,25 |
| 1 | -2,5 | -1,5 | 6,25 | 0,25 |
| 1 | -2,5 | -0,5 | 6,25 | 0,25 |
| 1 | -2,5 | 0,5 | 6,25 | 0,25 |
| 1 | -2,5 | 1,5 | 6,25 | 2,25 |
| 1 | -2,5 | 2,5 | 6,25 | 6,25 |
| 1 | -2,5 | 3,5 | 6,25 | 12,25 |
| 1 | -2,5 | 4,5 | 6,25 | 20,25 |
| 1 | -1,5 | -4,5 | 2,25 | 20,25 |
| 1 | -1,5 | -3,5 | 2,25 | 12,25 |
| 1 | -1,5 | -2,5 | 2,25 | 6,25 |
| 1 | -1,5 | -1,5 | 2,25 | 2,25 |
| 1 | -1,5 | -0,5 | 2,25 | 0,25 |
| 1 | -1,5 | 0,5 | 2,25 | 0,25 |
| 1 | -1,5 | 1,5 | 2,25 | 2,25 |
| 1 | -1,5 | 2,5 | 2,25 | 6,25 |
| 1 | -1,5 | 3,5 | 2,25 | 12,25 |
| 1 | -1,5 | 4,5 | 2,25 | 20,25 |
| 1 | -0,5 | -4,5 | 0,25 | 20,25 |
| 1 | -0,5 | -3,5 | 0,25 | 12,25 |
| 1 | -0,5 | -2,5 | 0,25 | 6,25 |
| 1 | -0,5 | -1,5 | 0,25 | 2,25 |
| 1 | -0,5 | -0,5 | 0,25 | 0,25 |
| 1 | -0,5 | 0,5 | 0,25 | 0,25 |
| 1 | -0,5 | 1,5 | 0,25 | 2,25 |
| 1 | -0,5 | 2,5 | 0,25 | 6,25 |
| 1 | -0,5 | 3,5 | 0,25 | 12,25 |
| 1 | -0,5 | 4,5 | 0,25 | 20,25 |
| 1 | 0,5 | -4,5 | 0,25 | 20,25 |
| 1 | 0,5 | -3,5 | 0,25 | 12,25 |
| 1 | 0,5 | -2,5 | 0,25 | 6,25 |
| 1 | 0,5 | -1,5 | 0,25 | 2,25 |
| 1 | 0,5 | -0,5 | 0,25 | 0,25 |
| 1 | 0,5 | 0,5 | 0,25 | 0,25 |
| 1 | 0,5 | 1,5 | 0,25 | 2,25 |
| 1 | 0,5 | 2,5 | 0,25 | 6,25 |
| 1 | 0,5 | 3,5 | 0,25 | 12,25 |
| 1 | 0,5 | 4,5 | 0,25 | 20,25 |
| 1 | 1,5 | -4,5 | 2,25 | 20,25 |
| 1 | 1,5 | -3,5 | 2,25 | 12,25 |
| 1 | 1,5 | -2,5 | 2,25 | 6,25 |
| 1 | 1,5 | -1,5 | 2,25 | 2,25 |
| 1 | 1,5 | -0,5 | 2,25 | 0,25 |
| 1 | 1,5 | 0,5 | 2,25 | 0,25 |
| 1 | 1,5 | 1,5 | 2,25 | 2,25 |
| 1 | 1,5 | 2,5 | 2,25 | 6,25 |
| 1 | 1,5 | 3,5 | 2,25 | 12,25 |
| 1 | 1,5 | 4,5 | 2,25 | 20,25 |
| 1 | 2,5 | -4,5 | 6,25 | 20,25 |
| 1 | 2,5 | -3,5 | 6,25 | 12,25 |
| 1 | 2,5 | -2,5 | 6,25 | 6,25 |
| 1 | 2,5 | -1,5 | 6,25 | 2,25 |
| 1 | 2,5 | -0,5 | 6,25 | 0,25 |
| 1 | 2,5 | 0,5 | 6,25 | 0,25 |
| 1 | 2,5 | 1,5 | 6,25 | 2,25 |
| 1 | 2,5 | 2,5 | 6,25 | 6,25 |
| 1 | 2,5 | 3,5 | 6,25 | 12,25 |
| 1 | 2,5 | 4,5 | 6,25 | 20,25 |
| 1 | 3,5 | -4,5 | 12,25 | 20,25 |
| 1 | 3,5 | -3,5 | 12,25 | 12,25 |
| 1 | 3,5 | -2,5 | 12,25 | 6,25 |
| 1 | 3,5 | -1,5 | 12,25 | 2,25 |
| 1 | 3,5 | -0,5 | 12,25 | 0,25 |
| 1 | 3,5 | 0,5 | 12,25 | 0,25 |
| 1 | 3,5 | 1,5 | 12,25 | 2,25 |
| 1 | 3,5 | 2,5 | 12,25 | 6,25 |
| 1 | 3,5 | 3,5 | 12,25 | 12,25 |
| 1 | 3,5 | 4,5 | 12,25 | 20,25 |
| 1 | 4,5 | -4,5 | 20,25 | 20,25 |
| 1 | 4,5 | -3,5 | 20,25 | 12,25 |
| 1 | 4,5 | -2,5 | 20,25 | 6,25 |
| 1 | 4,5 | -1,5 | 20,25 | 2,25 |
| 1 | 4,5 | -0,5 | 20,25 | 0,25 |
| 1 | 4,5 | 0,5 | 20,25 | 0,25 |
| 1 | 4,5 | 1,5 | 20,25 | 2,25 |
| 1 | 4,5 | 2,5 | 20,25 | 6,25 |
| 1 | 4,5 | 3,5 | 20,25 | 12,25 |
| 1 | 4,5 | 4,5 | 20,25 | 20,25 |
| 1 | 5,5 | -4,5 | 30,25 | 20,25 |
| 1 | 5,5 | -3,5 | 30,25 | 12,25 |
| 1 | 5,5 | -2,5 | 30,25 | 6,25 |
| 1 | 5,5 | -1,5 | 30,25 | 2,25 |
| 1 | 5,5 | -0,5 | 30,25 | 0,25 |
| 1 | 5,5 | 0,5 | 30,25 | 0,25 |
| 1 | 5,5 | 1,5 | 30,25 | 2,25 |
| 1 | 5,5 | 2,5 | 30,25 | 6,25 |
| 1 | 5,5 | 3,5 | 30,25 | 12,25 |
| 1 | 5,5 | 4,5 | 30,25 | 20,25 |

MÜŞTERİ SADAKATI ÜCRETE TABİ Mİ?¹**Sena KURT ¹, İhsan EKEN ²**¹ Giresun Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 0000-0003-0809-3312² İstanbul Medipol Üniversitesi, İletişim Fakültesi, 0000-0002-0401-8545**ÖZET**

Marka sadakati literatürde sıklıkla incelenirken yeni nesil dijital platformlarda sadakat, güncel bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Yaygınlaşan dijital platform sektörü birçok küresel ve yerli markanın rekabetine sahne olmaktadır. Kullanıcılarda marka sadakati oluşum süreçlerinin kaynaklandığı birçok etkenin yanı sıra kullanım deneyimleri ve buna bağlı olarak ödeme yöntemleri farklılaşarak yeni alternatifler doğurmuştur. Bu alternatiflerden biri de hizmet karşılığında yapılan ödeme yönteminde görülmektedir. Günümüzde artık dijital ödeme sistemleri her zaman para ödemeyi içermemektedir. Örneğin kullanıcılar reklam izleyerek/dinleyerek ödemeyi gerçekleştirebilmektedir. Ancak reklam izlemenin/dinlemenin kullanıcı deneyimini direkt olarak etkilediğini belirtmek gerekir. Bu etki ise marka sadakati oluşum süreçleri içerisinde belirleyicilerden biridir. Freemium olarak adlandırılan ve hizmeti reklam izleyerek/dinleyerek satın alan kullanıcılar ile hizmeti para ödeyerek satın alan Premium kullanıcılar arasında marka sadakati algısı da farklılık göstermektedir. Bu çalışmada müzik platformlarından biri olan Spotify kullanıcıları incelenerek ücretli ve ücretsiz kullanımlarda farklılaşan marka sadakati konusu ele alınmıştır. Nicel araştırma yöntemleri arasından anket metodu ile yürütülen araştırma, devam eden Covid-19 pandemi sürecinde gerçekleştirilmiştir. Bu süreçte çevrimiçi araçların kullanımındaki artış Spotify uygulaması için de görülmektedir. Bu sebeple araştırma verileri yoğun kullanımları içeren kullanıcılar aracılığıyla elde edilmiştir. Araştırma evreni olan Spotify Türkiye kullanıcılarının sayısının bilinmemesi sebebiyle farklı evrenler için kabul edilebilir asgari örneklem büyüklüğüne göre %95 güvenilirlik düzeyi ile araştırma 793 kişiden oluşan örneklem üzerinden gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonuçları, marka sadakati algısında ücret ödeyen premium kullanıcılar için freemium kullanıcılara kıyasla anlamlı bir fark olduğunu ortaya koymuştur. Dolayısıyla ücret ödeme, markayla bir bağ kurma ihtimalini artırmaktadır. Ayrıca marka sadakatının algılanan değer ve sadakat niyetleri ile de yakından ilişkili olması sebebiyle araştırma kapsamında bu konulara dair ölçeklerle

¹ Bu çalışma Ücretli Dijital Müzik Platformlarında Müşteri Sadakati: Nicel Bir Araştırma isimli Yüksek Lisans Tezi temel alınarak oluşturulmuştur.

değerlendirilen anket ile marka sadakatine dair ortaya koyulan araştırma sonuçları güçlendirilmiştir. Araştırmanın literatüre katkı sağlamasının yanı sıra saha çalışmalarında da fayda sağlaması amaçlanmaktadır. Gelecekte yapılacak araştırmalarda ise disiplinler arası (psikoloji, bilişim, pazarlama, reklamcılık) bir çalışma daha kapsamlı bulgular ortaya koyacaktır.

Anahtar Kelimeler: Marka Sadakati, Freemium, Dijital Medya, Kullanıcı Deneyimi, Reklam

1. GİRİŞ

Günümüz dijital dünyasında çoğu mal ve hizmet satın alımları gibi müzik de kendi platformunu ve müşteri kitlesini kazanmıştır. Bu anlamda hizmet veren platformların sayısı ise günden güne artmıştır. Uluslararası ve yerli ölçekte hizmet veren onlarca müzik platformu müşteri kazanma ve elinde tutma amacıyla her gün farklı bir yenilikle kullanıcıların beğenisine sunulmaktadır. Sektörde özellikle belirli şirketlerin arasındaki kıyasıya rekabet ise müşteriler tarafından takip edilmekte ve tercih sebebi olmaktadır. Bu tercih sebeplerinin başka bir kaynağı ise, gittikçe artan sayıda müşterinin dijital mecralardaki satın alma aktivitesi ve dijital markaların da satın alma kararı üzerinde stratejik etkilerde bulunmasıdır. (Okan, 2010).

Rekabet avantajı sağlayan unsurların en göze çarpan öğelerinden biri olan marka, ait olduğu şirkete rekabet imkânı sağlayarak stratejik varlıklarından birini oluşturmaktadır (Okan, 2010). Markanın bu kaynağı kullanarak müşterileri elinde tutma ve vazgeçilmez olma adına yaptığı pazarlama stratejileri ise müşteri sadakatini doğurmaktadır.

Dijital müzik platformlarının yaygın olarak uyguladığı iki aşamalı ücretli üyelik stratejisi bulunmaktadır. İlk aşamada reklam politikalarını uygulamak üzere insanlara ücretsiz kaydolma özelliği sunarak onlara platform ve özellikleri tanıtılmaktadır. Bu strateji, literatürde freemium model olarak adlandırılmaktadır. İngilizce olarak free (ücretsiz) ve premium (seçkin) kelimelerinin birleşiminden oluşan kavram, temel işlevlere sahip ücretsiz ürünler sunan ve kullanıcıları ücretsiz hizmetlerle cezbeden bir iş modeli olarak tanımlanmaktadır (Huang, 2016). Freemium, teknolojinin gelişimiyle artan dijital işlemler üzerinden çevrim içi hizmetler için fiili bir iş modeli haline gelmiştir (Hamari, Hanner, & Koivisto, 2017). Freemium uygulanan reklam formatları ise şöyle sıralanabilir (Gündüz, 2019);

- Görsel içerikli sesli sunumu olan tanıtımlar,

- Tıklanabilir bağlantılar içerebilen video reklamları,
- Fırsat reklamları; bu reklamlar kullanıcılara reklamı oynatmaları karşılığında belirli bir süre için kesintisiz ve reklamsız bir dinleme deneyimi sunmaktadır. Bu reklam faaliyeti aynı zamanda premium deneyiminin de bir denemesi olarak stratejik pazarlama planında yerini almaktadır,
- Açılış sayfasında yer alan yönlendirme reklamlar; uygulamanın masaüstü ve mobil ana sayfasında yer alan banner formatlı reklamlar,
- Arayüzün alt kısmında yer alan leaderboard reklamlar
- Markalarca hazırlanmış çalma listeleri; sponsorlu olarak hazırlanan listede aynı zamanda sponsor olan markanın kampanya faaliyeti ya da reklam içeriği de bulunmaktadır.

İkinci aşamada ise ücretsiz kullanıcılara reklamlar ile köşeye sıkıştırdıktan sonra sundukları cazip teklifler ile ücretli yani premium kullanıma geçiş için pazarlama faaliyetleri bulunmaktadır. Bu faaliyetler arasında ilk birkaç ay denemenin ücretsiz oluşu ve sonrası için de cazip fiyat seçenekleri de bulunmaktadır.

Dijital abonelik sistemleri teknolojinin gelişimiyle birlikte özellikle son yıllarda tüketicilerin de ilgisini çekmektedir. Yıldan yıla artarak gelişim gösteren dijital abonelikler içerisindeki dijital müzik platformları, dijital işletmeciler arasında görünür hale gelmiştir.

Dijital platformların diğer bir özelliği olan global hizmet verebilme kapasitesi ise elektronik işletmenin menşeyini önemsiz kılmakta ve yerli işletmeler için de daha zorlu bir piyasa rekabetine sebep olmaktadır. Bu piyasa rekabeti sebebiyle elektronik ortamda hizmet veren işletmeler tercih edilebilirlik adına kullanıcılarının ihtiyaçlarını karşılama konusunda çok daha üst düzey bir hizmet sağlamak durumundadır. Böylece artık sadece kullanıcıları memnun ederek daimî olmalarını sağlamak ile değil, ilişkisel pazarlama uyarınca da yeni kullanıcılar ve aboneler de edinmek markayı piyasada önemli bir noktaya taşımaktadır.

Müşteri sadakati ise, müşterinin talepleri ve taleplerinin alt metnini analiz ederek müşteriye geri dönüşler ile mümkün olmaktadır. Globalleşen piyasanın önemli mihenk taşlarından biri olan müşteri sadakati kavramı, markanın hem ağızdan ağıza (WOM) yayılmasında hem de olası krizlerde kitle iletişime destek olmasında gerekli hale gelmektedir.

Spotify müzik veri akışı ve podcast servisi 2006 yılında kurulduğunda dijital müzik platformları insanlar için yaygın ve para ödenmesi gerekli olan bir alan değildi. Zaman içinde

kullanıcılar bu ve benzeri uygulamaları benimsedi. Artan taleple birlikte hizmet veren platform markaları da çeşitlendi. Hızla büyüyen ve ülkemizde de yaygınlık gösteren bu dev global pazar her geçen gün artan marka sayısı ile rekabeti daha zorlu bir hale getirdi. Spotify ise bu rekabette uzun süredir liderliği koruduğundan incelenmeye değer bir marka olarak karşımıza çıkmaktadır.

Counterpoint Technology Market Research'ün yaptığı piyasa araştırması ışığında Spotify'nın sektördeki toplam gelirin %31'ini, diğer platformlar arasında ücretli abonelik oranında ise %35 pay ile piyasada ilk sırada yer almaktadır. Apple Music ise toplam gelirin %24'ü ve %19 abonelik oranı ile sektörde ikinci sırada yer almaktadır (Kumar, 2020). Spotify'nın bu araştırmanın öznesi olarak seçilmesinin nedeni de rakamsal olarak dünya çapında liderliğe sahip olmasından ileri gelmektedir.

Bu çalışma ile Türkiye'de hizmet veren dijital müzik platformu şirketi Spotify üzerinden dijital müzik platformları ya da streaming müzik kullanıcılarının sadakatini oluşturan etkenler araştırılmıştır. Araştırmanın bulguları ışığında dijital müzik platformu kullanıcılarının davranışları, beklentileri ve kullanım alışkanlıkları saptanarak sektörel ve akademik çalışmalar için kaynak oluşturması amaçlanmaktadır.

2. MARKA SADAKATI

Shoemaker ve Lewis sadık müşterinin, o markanın kendi kişisel ihtiyaçlarını en iyi şekilde karşıladığını varsayarak rakip markaları gözden çıkardığını ifade etmektedir (Shoemaker & Lewis, 1999). Dolayısıyla marka sadakati kavramı; itibar, kâr ve bilinirlik üzerinde önemli bir faktör olarak görülmektedir. Ayrıca sadakat; bilişsel sadakat, duygusal sadakat, çabasal sadakat, eylemsel sadakat bileşenleriyle de ifade edilmektedir. Bu bileşenler çeşitli farklılıklar ve dezavantajlar içermektedir.

Bilişsel sadakat, faydacı sadakati ifade etmektedir. Bu tutumsal sadakat türünde müşteri fiyat/performans, kâr/zarar mukayesesi sonucu sadakatini sürdürmektedir. Bu sadakat türü için yüzeysel ifadesi kullanılabilir. Markaya hissedilen derin bir bağlılık yerine fayda gördüğü oranda markaya sadakatini sürdürecektir olan müşteri profili için kullanılmaktadır.

Duygusal sadakat, markaya karşı bağlılık ve samimiyet içeren tutumsal sadakat faktörlerinden biridir. Markanın hissettirdiği şekilde satın alma yöneliminde bulunulabilir. Fakat duygusal sadakat, çok kırılgan bir yapı olan duygu durumunun üzerine kurulu olduğu için gelişime olduğu kadar değişime de yatkındır.

Çabasal sadakat faktörü bireyin satın alma niyetlerini ifade etmektedir. Gelecekte olası bir niyet ya da plan içeren satın alımlar tutumsal anlamda çabasal bir sadakat ile tanımlanmaktadır. Bu anlamda ifa edilmiş bir sadakatten söz edemeyiz. Bu niyetler ve planlar tüketici tarafından gerçekleştirilmeyebilir.

Eylemsel sadakati diğer faktörlerin dışında değerlendirmek daha uygun olacaktır. Bu türden bir sadakat sistematik bir alışkanlığı değil, algıyı içermektedir. Rutinleşmiş bu algılar, ayakkabı denince akla belirli bir marka gelmesi şeklinde örneklendirilebilir.

Çizelge 1: Sadakat Faktörleri ve Zayıf Yönleri

| Tutumsal Sadakat Faktörleri | Özellikler | Zayıf Yönler |
|-----------------------------|--|------------------------------------|
| Bilişsel | Avantajlı özellikler ve algılanan içerikler | Yüzeysel, düşük yoğunluklu sadakat |
| Duygusal | Markaya karşı bağlılık ve yaklaşım | Değişime yatkın |
| Çabasal | Yeniden satın almaya niyetli olmak ya da planlamak | Niyet gerçekleştirilmeyebilir |
| Eylemsel | Harekete geçmek için güçlü istek | Yetersiz performans |

Kaynak: (Oliver, Whence Consumer Loyalty, 1999; Dahlgren, 2011)

Sadakat faktörlerinin çeşitli türleri arasındaki farklılıklar ve dezavantajları Çizelge 1 aracılığıyla ifade edilmiştir. Bu farklılıklar bilişsel, çabasal ve eylemsel sadakatin farklı dinamikleri nedeniyle farklı sektör, hizmet ve ürünler için farklı şekillerde kullanılmaktadır.

2.1. Sadakat Niyeti

Oliver'ın belirttiği üzere (Whence Consumer Loyalty, 1999) marka sadakati çerçevesi niyet, biliş ve duygu içeren bir tutum yapısı sunar. Sadakat niyeti de bu anlamda davranıştan önce gelen ve tutumla ilişkili bir aşama olarak ifade edilebilmektedir. Sadakat üzerine gelişen tutumlar, gerçekleştirmeleri kesin olmayan planlı ya da plansız niyetleri ifade etmektedir. Müşteriler için algılanan değer veya müşteri memnuniyeti sağlamak, sadakat niyetlerini geliştirmenin yaygın bir yolu olarak kabul edilmektedir. (Fornell, Johnson, Anderson, Cha, & Byrant, 1996).

Sadakatın boyutlarından biri olan tutumsal sadakat kavramı, sadakat niyetlerini içermektedir. Tutumsal sadakat kavramlarından özellikle çabasal sadakat, daha derin bir bağlılık düzeyi ile karakterize edilen davranışsal niyetlerin gelişimini oluşturur (Harris & Goode, 2004). Sadakatın bilişsel ve duygusal boyutlarına karşılık gelen niyet kavramında müşterilerin planlı ya da plansız olarak gelecekteki satın alma düşünceleri ifade edilmektedir. Davranışsal niyetler,

belirli bir marka üzerinden oluşan sadakatler için söz konusu olmaktadır. Müşteri tarafından markanın algılanan değeri beklenenin üzerinde olduğunda gelişen sadakat, müşterinin markadan tekrar satın alma davranışını pekiştirmektedir. Çünkü davranışsal niyetler, markaya yönelik olumlu duyguların tekrarlanan olaylarından etkilenir (Hinson, Nimako, VanZyl, Chinje, & Asiamah, 2016). Ancak markayı tekrar satın alma niyeti her zaman gerçekleşen satın alma davranışına ve diğer sadakat yönelimlerine yol açmayabilir (Oliver, Whence Consumer Loyalty, 1999).

2.2. Algılanan Değer

Algılanan değer kavramı, pazarlama terminolojisine göre, müşterilerin bir ürün veya hizmetin esasını ve özellikle akranlarıyla karşılaştırıldığında ihtiyaçlarını ve beklentilerini karşılama yeteneğini değerlendirmesidir. Diğer bir deyişle algılanan değer; ürünün gerçek fiyatından ziyade müşterinin ne kadar istediği veya ihtiyaç duyduğuna bağlı olarak değeri, şeklinde ifade edilmektedir (Cambridge Dictionary). Pazarlama uzmanları, bir ürünü rekabette üstün kılan özellikleri tanımlayarak tüketiciler tarafından bir ürünün algılanan değerini etkilemeye çalışır (Kopp, 2019). Bir ürünün algılanan değerini etkilemek isteyen pazarlama uzmanları, özelliklerini faydası veya müşterinin onu kullanmasını beklediği ekstra faydalar ve değerler açısından tanımlar. Birçok ürün ve hizmetin algılanan faydası, benzer veya neredeyse aynı ürünler arasında bile büyük farklılıklar gösterebilmektedir. Araştırmalarda sadakatin teknoloji ile değil, sürekli üstün bir müşteri deneyimi sunarak kazanıldığı belirtilmektedir (Reichheld & Scheffer, 2000). Kurumsal itibar, sadakati ve nihayetinde satın alma kararlarını etkileyecektir. Zeithaml'ın literatür ve keşif araştırması incelemesi (1988) ürün değerinin dört tüketici tanımını ifade etmektedir: Değer düşük fiyattır; Bir üründe istediğim şey değerdir; Değer, ödediğim fiyat için aldığım kalitedir; Değer, verdiğim şey için aldığım şeydir. Bu tanımları sentezlenmekte ve algılanan değer “tüketicinin, bir ürünün faydası hakkında, alınan ve neyin verildiğine dair algılara dayanan genel değerlendirmesi” olarak tanımlanmaktadır (Zeithaml, 1988). Günümüzde özellikle teknoloji alanındaki ürünler için yapılan “fiyat/performans” içerikleri de bu çizgide yer almaktadır.

2.3. Marka Sevgisi

Araştırmacılar, tüketiciler ve ürünler arasındaki ilişkileri incelemişler ve yakın zamanda ilişkilerin çeşitli türleri ve yoğunluklarını ayırt etmek için marka memnuniyeti, marka sadakati ve marka sevgisi gibi kavramları kullanarak tüketiciler ve markalar arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Marka sevgisi literatüre 2006 yılında giren bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır (Carroll & Ahuvia, 2006). Satın alım davranışlarının çoğu ilkel beyinlerimiz ile

yani duygusal olarak alınan kararlarla yönetilmektedir. Öyle ki en mantıklı kararlar bile ardında duygusal yönelimleri taşımaktadır (Van Praet, 2012). Dolayısıyla bireylerin markaya karşı duyduğu yoğun duygular arasında aşk ya da sevgi olarak adlandırılabilir bir duygu da söz konusu olacaktır. Kavramın temeli ise Shimp ve Madden (1988) tarafından Sternberg'in (1986) Aşk Üçgeni Teorisi'nden uyarlanmıştır. Daha sonra Aşk Üçgeni Teorisi'nde yer alan yakınlık (intimacy), tutku (passion) ve bağlılık (commitment) bileşenleri kişiler arası duyguları ifade ederken marka sevgisi kavramı için kişilerin markaya duyduğu hisleri karşılayan bir kavram olarak kullanılmıştır. Marka sevgisi, marka sadakati bileşenlerinden olan duygusal sadakate göre çok daha kapsamlı ve derinlikli bir yapıdadır.

3. SONUÇLAR VE DEĞERLENDİRME

Bu çalışmada nicel araştırma yöntemlerinden biri olan anket metodu kullanılmıştır. Anket katılımcılarla çevrim içi bir şekilde gerçekleştirilmiştir. Ankete katılan tüm katılımcılar akıllı telefonlar veya çevrim içi ortamda ücretli veya ücretsiz olarak müzik platformunu aktif olarak kullanmaktadır. Araştırmanın veri koleksiyonu literatürde geçen ve kabul gören ölçek modellerinden “*Customer Loyalty: Toward an Integrated Conceptual Framework*” (Dick & Basu, 1994) ve “*ETailQ: Dimensionalizing, Measuring and Predicting Etail Quality*” (Wolfifinbarger & Gilly, 2003) faydalanarak oluşturulmuştur. Araştırmanın evrenini Türkiye’de Spotify uygulamasını ücretli veya ücretsiz olarak kullanan farklı yaşlarda ve cinsiyetteki bireyler oluşturmaktadır. Asgari örneklem büyüklüğü düşünüldüğünde %95 güvenilirlik düzeyine göre 793 kişi çalışmanın evrenini oluşturmuştur. Araştırmada seçilen ve anket çalışması yapılan kişiler yargısal örneklem metodu ile seçilmiştir.

Elde edilen bulgulara göre katılımcıların marka sadakati değişkeni hakkındaki görüşleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur ($t_{(793)} = 10463$; $p < 0.05$). Platformu ücretli kullanan katılımcıların marka sadakati değişkeni hakkındaki görüşlerinin ortalaması (Ort. = 3.90; S.S. = .69) platformu ücretsiz kullanan katılımcıların marka sadakati değişkeni hakkındaki görüşlerinin ortalamasından (Ort. = 3.26; S.S. = .97) daha yüksek çıkmıştır. Bu sonuçlar platformu ücretli kullanan katılımcıların platformu ücretsiz kullanan katılımcılardan daha fazla marka sadakati değişkeni hakkında görüş taşıdığını göstermektedir. Bağımsız örneklem T Testi sonuçlarına göre, Spotify platformunu ücretli veya ücretsiz olarak kullanan katılımcıların müşteri sadakati değişkeni hakkındaki görüşleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.

4. GENEL DEĞERLENDİRME VE SONUÇLAR

Marka sadakati kavramı pazarlama dünyasında her dönemde önemsenen ve geliştirilmek üzere sıklıkla tartışılan bir konu olarak süregelmektedir. Müşterilerin markaya karşı ve marka için

ilişkilendirdiği pozitif duygular olarak tanımlanan marka sadakati, kazanç için gerekli neredeyse tüm öğelerin bir sonucu veya sebebi konumundadır. Pazarlamacılar ve işletmeciler için önem arz eden bu konudaki gelişmeler gün geçtikçe farklı mecralara taşınmaktadır. Spotify markasının Türk kullanıcılara hitabı pazarlama faaliyetleri kapsamında reklam stratejileri ile de mümkün olmaktadır. Bu stratejiler için başlıca olarak freemium yöntemi, kullanıcının platformu deneyimledikten sonra satın alma kararını verip vermemesini içermektedir.

Marka sadakati marka ile ilgili düşüncelerin birebir yansıması ve bu yansımanın genellenmesi olarak da ifade edilebilir. Elde edilen bulgularda ücretli kullanıcıların markaya olan sadakatleri hakkında ücretsiz kullanıcılara nazaran daha yüksek bir değere sahip olması ile ücretli kullanıcıların markaya sadık oldukları için ücretli kullandıkları veya markaya sadık olmalarının bir sonucu olarak ücretli şekilde platform kullanıcısı oldukları görülmektedir. Ücretsiz kullanıcılar ile ilgili sadakat konusu, hala olgunlaşmamış ve premium kullanıcı olmak yerine reklamlı şekilde freemium kullanıcısı olarak devam ederek olası bir fikir değişikliğinde markanın aksi yönünde bir kullanım değişikliğine gitmeleri daha mümkün görünmektedir.

Ücretli ve ücretsiz kullanıcılar arasında ortaya çıkan farklılıklar direkt olarak sadakat ve sadakatin alt konuları ile ilişkili olduğu bulgular arasında gözlemlenmektedir. Buradan hareketle markanın müşteri ediniminin ve elde olan müşterilerin de marka ile ilişkilerinin devamlılığının markanın marka sadakati ile ilgili pazarlama faaliyetlerine dayanmakta olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Özellikle dijital dünyanın dijital ilişkileri B2C hizmetler için büyük önem arz etmektedir. Genç jenerasyonun dijital ilişkilere aşina olmasına rağmen üst jenerasyonların geleneksel yüz yüze satın alma ilişkilerinden dijital satın alma ilişkileri konusundaki geçiş süreci halen devam etmektedir. Bu etkenlerin yanı sıra sadakat kavramının insan psikolojisi ile direkt olarak ilişkide olan bir kavram olması, dijital sadakat ilişkilerinin çok boyutlu yapısı içerisinde anlamlı bir yer bulmasını sağlamaktadır.

Gelecekteki araştırmalarda ücretli kullanıcıların tarife bilgileri, ücretsiz kullanıcıların Spotify reklamlarına yönelik görüşleri ve kullanıcıların kişiselleştirme ilgili deneyimlerine dair daha genişletilmiş bir araştırma yapılarak burada ayrıntılandırılmayan sorulara cevap aranabilir.

KAYNAKÇA

Cambridge Dictionary, .. (tarih yok). *Perceived value*. 2020 tarihinde

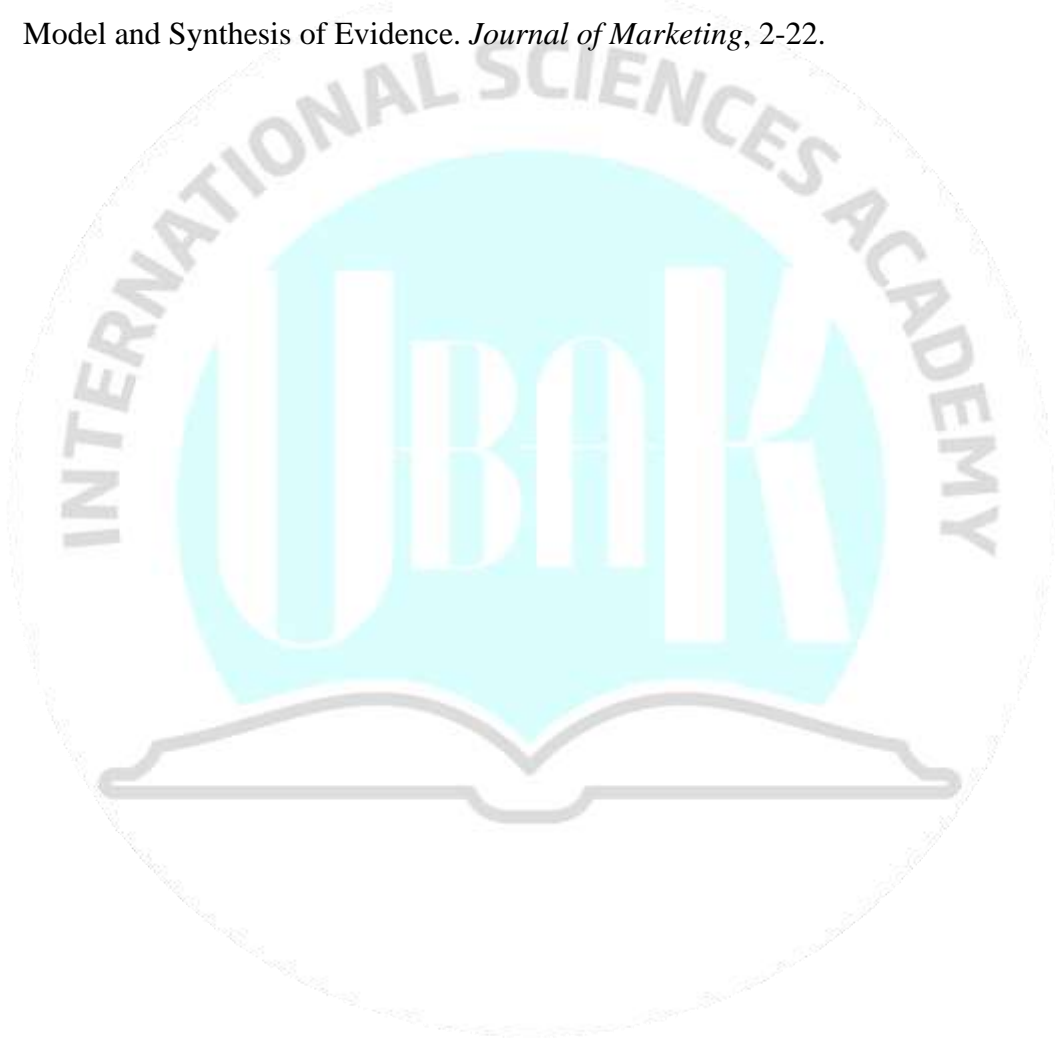
dictionary.cambridge.org/:

<https://dictionary.cambridge.org/tr/s%C3%B6z%C3%BCk/ingilizce/perceived-value>

adresinden alındı

- Carroll, B. A., & Ahuvia, A. C. (2006). Some Antecedents and Outcomes of Brand Love. *Marketing Letters*, 79-89.
- Dick, A. S., & Basu, K. (1994). Customer Loyalty: Toward an Integrated Conceptual Framework. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 99-113.
- Fornell, C., Johnson, M. D., Anderson, E. W., Cha, J., & Byrant, B. E. (1996). The American Customer Satisfaction Index: Nature, Purpose, and Findings. *Journal of Marketing*, 7-18.
- Gündüz, B. E. (2019). *Dijitalleşmenin müzik endüstrisine etkileri: Spotify örneği (Yüksek Lisans Tezi)*. İstanbul: Maltepe Üniversitesi.
- Hamari, J., Hanner, N., & Koivisto, J. (2017). Service quality explains why people use freemium services but not if they go premium: An empirical study in free-to-play games. *International Journal of Information Management*, 1449-1459.
- Harris, L. C., & Goode, M. M. (2004). The four levels of loyalty and the pivotal role of trust: a study of online service dynamics. *Journal of Retailing*, 139-158.
- Hinson, E., Nimako, S. G., VanZyl, H., Chinje, N., & Asiamah, E. (2016). Extending the four-stage brand loyalty framework in. *African Journal of Business and Economic Research*, 53-82.
- Huang, H.-C. (2016). Freemium business model: construct development and measurement validation. *Internet Research*.
- Jacoby, J., & Chesnut, R. W. (1978). *Brand Loyalty: Measurement and Management*. Wiley.
- Kopp, C. M. (2019, 12). *Perceived Value*. 05 2020 tarihinde [www.investopedia.com: https://www.investopedia.com/terms/p/perceived-value.asp](http://www.investopedia.com/terms/p/perceived-value.asp) adresinden alındı
- Kumar, A. (2020, 04 03). *Global Online Music Streaming Grew 32% YoY to Cross 350 Million Subscriptions in 2019*. 04 07, 2020 tarihinde [www.counterpointresearch.com: https://www.counterpointresearch.com/global-online-music-streaming-grew-2019/](http://www.counterpointresearch.com/global-online-music-streaming-grew-2019/) adresinden alındı
- Okan, I. Ö. (2010, 09). Elektronik Sadakat: Türkiye'de Elektronik Sadakati Etkileyen Faktörler. *TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi*. Ankara.
- Oliver, R. L. (1999, 63). Whence Consumer Loyalty. *Journal of Marketing*, s. 33-34.
- Reichheld, F. F., & Schefer, P. (2000). E-Loyalty: Your Secret Weapon on the Web. *Harvard Business Review* .
- Shimp, T. A., & Madden, T. J. (1988). Consumer-Object Relations: a Conceptual Framework Based Analogously on Sternberg's Triangular Theory of Love. *Advances in Consumer Research* , 163-168.

- Shoemaker, S., & Lewis, R. C. (1999). Customer loyalty: the future of hospitality marketing. *International Journal of Hospitality Management*, 345-370.
- Sternberg, R. J. (1986). A triangular theory of love. *Psychological Review*, 119-135.
- Van Praet, D. (2012). *Unconscious Branding: How Neuroscience Can Empower (and Inspire) Marketing*. New York: Palgrave Macmillan.
- Wolfingbarger, M., & Gilly, M. C. (2003). eTailQ: dimensionalizing, measuring and predicting etail quality. *Journal of Retailing*, 183-198.
- Zeithaml, V. a. (1988). Consumer Perceptions of Price, Quality and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence. *Journal of Marketing*, 2-22.



YEŞİL TEDARİKÇİ SEÇİMİNDE SEZGİSEL VE KÜRESEL BULANIK TOPSIS YÖNTEMLERİNİN KARŞILAŞTIRILMASI

Aygülen KAYAHAN KARAKUL

İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi

ORCID ID: 0000-0002-8310-1709

ÖZET

Üretim yapan işletmeler için tedarikçi seçimi optimal üretim yönetimi için çok önemlidir. Gelişen çevre bilinci ve çevreye duyarlılıkların artışı tedarikçilerin de çevreye duyarlı olarak seçilmesini getirmiştir. Tedarikçi seçiminde kullanılan deneysel ve sezgisel karar verme yöntemleri 21. yüzyılda artık yerini bilimsel yöntemler olarak Çok Kriterli Karar Verme (ÇKKV) yöntemlerine bırakmıştır. Bu yöntemler uzman yargılarını matematiksel olarak modelleyen yöntemler olarak günden güne geliştirilmektedir. Klasik Kümeler teorisinin Bulanık Kümeler teorisine genişletilmesi, sonrasında Bulanık Küme Teorisinin genişletilmeleri ile elde edilen küme teorileri ÇKKV yöntemlerinin de geliştirilmesini sağlamıştır. Her geliştirilen yöntem uzman yargılarının matematiksel modelini daha iyi yapmakta, karar vermenin doğasındaki belirsizliklerle daha iyi baş edebilmektedir. Bu çalışmada elektronik alanında faaliyet gösteren, üretimi için gereken parçaları uygun tedarikçilerden alan bir firma için yeşil tedarikçi seçim problemi TOPSIS yönteminin Sezgisel Bulanık ve Küresel Bulanık kümeler içinde geliştirilmiş algoritmaları ile çözülmüştür. Hem kriterleri hem de kriterlere göre alternatifleri karşılaştıran 9'ar birimli ölçekler elektronik alanında faaliyet gösteren firmada uzman olan Karar Vericiye uygulanmıştır. Ölçekler Dilsel İfadelerin Sezgisel Bulanık ve Küresel Bulanık Sayı karşılıklarına göre dönüştürülerek iki algoritma da uygulanmış ve elde edilen sıralama sonuçları karşılaştırılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre iki yöntemde aynı sıralama oluşmuştur.

Anahtar Kelimeler: Sezgisel Bulanık TOPSIS, Küresel Bulanık TOPSIS, Çok Kriterli Karar Verme.

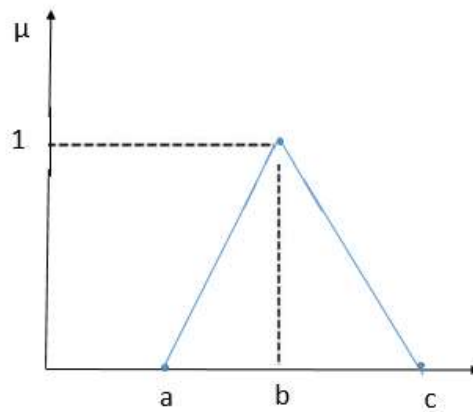
Giriş:

Literatürde Çok Kriterli Karar Verme yöntemlerinin her genişletilmesinin bir öncekinden daha ileri olduğu, dilsel ifadelerin matematiksel modelini daha iyi temsil ettiği varsayılır. Geometrik ölçüm araçlarını içeren bir ÇKKV yöntemi olan TOPSIS yönteminin de birçok bulanık genişlemesi bulunmuştur. Bulanık kümelerin Zadeh (1965), Sezgisel Bulanık Kümelerin Atanassov (1986) ve Küresel Bulanık Kümelerin Kutlu Gündoğdu ve Kahraman (2018) tarafından kurulması sonrasında bu küme teorileri geometrik yer, geometrik uzaklık ölçüsü gibi kavramları içeren TOPSIS yöntemine uyarlanmıştır. Bu çalışmada Sezgisel Bulanık ve Küresel Bulanık TOPSIS yönteminin yeşil tedarikçi seçim problemine uygulamasının yapılması amaçlanmıştır. Günümüzde yenilikçi işletmeler, diğerlerine karşı bir üstünlük olarak değerlendirilen çevreye duyarlı olma yani yeşil işletme olmaya yönelmeye başlamıştır (Çınar

ve Uygun, 2019). Dolayısıyla çevreye duyarlı kriterler de tedarikçi seçim problemlerine artık girmiştir. Çalışmanın birinci bölümünde kullanılan yöntemler tanıtılmış, ikinci bölümde literatür taraması verilmiş, üçüncü bölümde uygulama yapılmış, son bölümde sonuçlar verilmiştir.

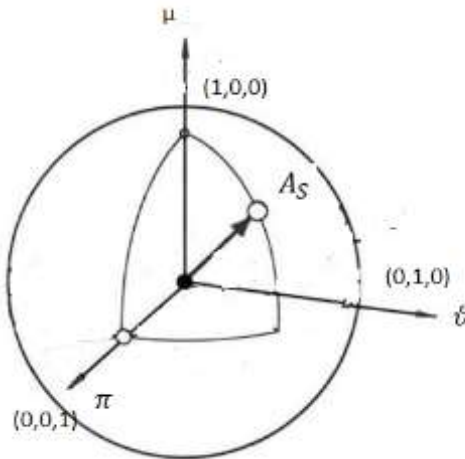
1. Bölüm: Sezgisel Bulanık TOPSIS, Küresel Bulanık TOPSIS

Bulanık Kümelerde nesnelerin kümeye üyeliği klasik kümelerdeki gibi elemanı olma (\in) ya da elemanı olmama (\notin) gibi ikili Boolean Mantık yerine 0 ve 1 arasındaki derecelerle ifade edilir. Böylece Bulanık Kümelerde nesnelerin kümelerle sonsuz farklı şekilde ilişkisi kurulabilir. Üçgensel Bulanık Kümelerde nesnelere birer üçgenle temsil olunur. Figür 1’de üçgensel bulanık sayıların geometrik temsili görülebilir.



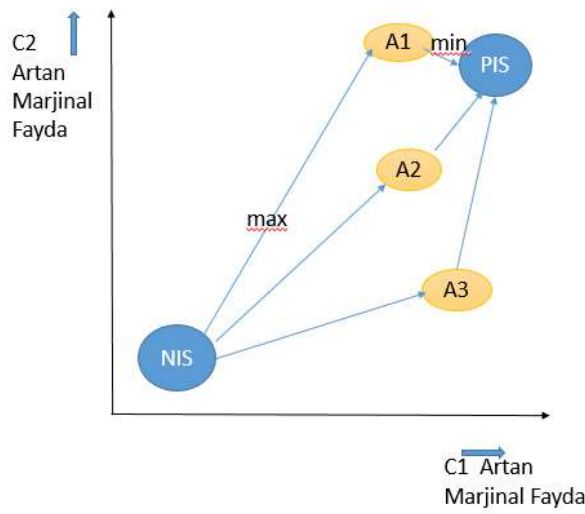
Figür 1. Üçgensel Bulanık Sayıların Geometrik Temsili

Sezgisel Bulanık Kümeler ise Üçgensel Bulanık kümelerden farklı tanımlanmıştır. Toplamı 1 yapan, *üye olma*, *üye olmama* ve *tereddüt derecesi* olarak üç bileşenden oluşur. Küresel Bulanık Kümeler ise karelerinin toplamı 1 ya da 1’den küçük olan *üye olma*, *üye olmama* ve *tereddüt derecesi* olarak üç bileşenden oluşur. Figür 2’de Küresel Bulanık Kümelerin geometrik temsili verilmiştir.



Figür 2. Küresel Bulanık Sayıların Geometrik Temsili

TOPSIS algoritması temel olarak tüm alternatiflerin kriter özelliklerinin artan marjinal faydasına göre kombinasyonunu içeren pozitif ideal bir çözüm belirler. Yine benzer olarak tüm alternatifler arasında kriterlerdeki özelliklerin azalan marjinal faydasına göre negatif ideal bir çözüm belirler. Bu çözümler ideal olarak nitelendirilir çünkü problemde yer alan ve gerçekten var olan hiçbir alternatif karşılık gelme iddiaları yoktur. TOPSIS Algoritması ile problemde var olan alternatiflerin bu ideal alternatiflere uzaklıkları geometrik olarak değerlendirilir ve var olan alternatifler pozitif ideal olana uzaklığı mümkün olduğunca yakın, negatif ideal olana uzaklığı mümkün olduğunca uzak olacak şekilde ama bu iki koşulu da aynı anda sağlayacak şekilde sıralanırlar. Böylece Karar problemindeki en optimal çözüm elde edilmiş olur. TOPSIS algoritmasının geometrik temsili Figür 3’ de verilmiştir.



Figür 3. TOPSIS Yönteminin Geometrik Temsili

Klasik TOPSIS algoritmasının ve bu algoritmanın bulanık genişlemelerinde ilk adım Karar Vericiye uygulanan ölçekteki Dilsel İfadelerin matematiksel karşılıklarının belirlenmesidir. Çalışmada kullanılan Dilsel İfadelerin Sezgisel Bulanık ve Küresel Bulanık karşılıkları Tablo 1’ de verilmiştir.

| Tablo 1. Dilsel İfadelerin Sezgisel Bulanık ve Küresel Bulanık Karşılıkları | | |
|---|--------------------|-----------------|
| | Sezgisel | Küresel |
| Mutlak olarak çok önemli | (0.95, 0.05, 0.00) | (0.9, 0.1, 0.1) |
| Çok çok yüksek önemli | (0.85, 0.10, 0.05) | (0.8, 0.2, 0.2) |
| Çok önemli | (0.75, 0.15, 0.10) | (0.7, 0.3, 0.3) |
| Biraz önemli | (0.65, 0.25, 0.10) | (0.6, 0.4, 0.4) |
| Orta önemde-Eşit önemde | (0.50, 0.40, 0.10) | (0.5, 0.5, 0.5) |
| Biraz az önemli | (0.35, 0.55, 0.10) | (0.4, 0.6, 0.4) |
| Az önemli | (0.25, 0.65, 0.10) | (0.3, 0.7, 0.3) |
| Çok çok az önemli | (0.15, 0.80, 0.05) | (0.2, 0.8, 0.2) |
| Mutlak olarak az önemli | (0.05, 0.95, 0.00) | (0.1, 0.9, 0.1) |

Kaynak: Pang & Guo, 2019, s.12
Kutlu Gündoğdu & Kahraman, 2019, s.346.

1.1. Sezgisel Bulanık TOPSIS Algoritması

Tek karar verici için Sezgisel Bulanık TOPSIS algoritması Eşitlik (1)- (10) arasında verilmiştir.

$$R \otimes W = \{(x, \mu_{A_i}(x) \cdot \mu_W(x), \nu_{A_i}(x) + \nu_W(x) - \nu_{A_i}(x) \cdot \nu_W(x)) | x \in X\} \quad (1)$$

$$\pi_{A_i W}(x) = 1 - v_{A_i}(x) - v_W(x) - \mu_{A_i}(x) \cdot \mu_W(x) + v_{A_i}(x) \cdot v_W(x) \quad (2)$$

$$A^* = (\mu_{A^*W}(x_j), v_{A^*W}(x_j)) \quad (3)$$

$$A^- = (\mu_{A^-W}(x_j), v_{A^-W}(x_j)) \quad (4)$$

$$\mu_{A^*W}(x_j) = \left(\left(\max_i \mu_{A_i W}(x_j) \mid j \in J_1 \right), \left(\min_i \mu_{A_i W}(x_j) \mid j \in J_2 \right) \right) \quad (5)$$

$$v_{A^*W}(x_j) = \left(\left(\min_i v_{A_i W}(x_j) \mid j \in J_1 \right), \left(\max_i v_{A_i W}(x_j) \mid j \in J_2 \right) \right) \quad (6)$$

$$\mu_{A^-W}(x_j) = \left(\left(\min_i \mu_{A_i W}(x_j) \mid j \in J_1 \right), \left(\max_i \mu_{A_i W}(x_j) \mid j \in J_2 \right) \right) \quad (7)$$

$$v_{A^-W}(x_j) = \left(\left(\max_i v_{A_i W}(x_j) \mid j \in J_1 \right), \left(\min_i v_{A_i W}(x_j) \mid j \in J_2 \right) \right) \quad (8)$$

Pozitif ve negatif ideal çözüme uzaklıklar normalleştirilmiş Öklid uzaklığı ile Eşitlik (9) ve Eşitlik (10) ile hesaplanır (Schmidt ve Kacprzyk, 2000).

$$S^* = \sqrt{\frac{1}{2n} \sum_{j=1}^n \left[(\mu_{A_i W}(x_j) - \mu_{A^*W}(x_j))^2 + (v_{A_i W}(x_j) - v_{A^*W}(x_j))^2 + (\pi_{A_i W}(x_j) - \pi_{A^*W}(x_j))^2 \right]} \quad (9)$$

$$S^- = \sqrt{\frac{1}{2n} \sum_{j=1}^n \left[(\mu_{A_i W}(x_j) - \mu_{A^-W}(x_j))^2 + (v_{A_i W}(x_j) - v_{A^-W}(x_j))^2 + (\pi_{A_i W}(x_j) - \pi_{A^-W}(x_j))^2 \right]} \quad (10)$$

$$C_i^* = \frac{S_i^-}{S_i^* + S_i^-}, \quad 0 \leq C_i^* \leq 1 \quad (11)$$

Görelî yakınlık katsayısı C_i^* lerin azalan sırasına göre alternatifler sıralanır.

1.2. Küresel Bulanık TOPSIS Algoritması

Tek karar verici için Küresel Bulanık TOPSIS Algoritması Eşitlik (12)-(21) arasında verilmiştir (Kutlu Gündoğdu, 2019).

$$A_S \otimes B_S = \left\{ \mu_{A_S} \cdot \mu_{B_S}, (v_{A_S}^2 + v_{B_S}^2 - v_{A_S}^2 \cdot v_{B_S}^2)^{\frac{1}{2}}, \left((1 - v_{B_S}^2) \pi_{A_S}^2 + (1 - v_{A_S}^2) \pi_{B_S}^2 - \pi_{A_S}^2 \pi_{B_S}^2 \right)^{\frac{1}{2}} \right\} \quad (12)$$

$$Score(C_j(X_{iW})) = (\mu_{ijW} - \pi_{ijW})^2 - (v_{ijW} - \pi_{ijW})^2 \quad (13)$$

$$X^* = \left\{ C_j, \max_i < Score(C_j(X_{iW})) > : j = 1, 2, \dots, n \right\} \quad (14)$$

$$X^- = \{C_j, \min_i < \text{Score}(C_j(X_{iw})) > : j = 1, 2, \dots, n\} \quad (15)$$

$$X^* = \{< C_j, (\mu_j^*, v_j^*, \pi_j^*) > : j = 1, 2, \dots, n\} \quad (16)$$

$$X^* = \{< C_j, (\mu_j^-, v_j^-, \pi_j^-) > : j = 1, 2, \dots, n\} \quad (17)$$

$$D(X_i, X^*) = \sqrt{\frac{1}{2n} \sum_{i=1}^n ((\mu_{X_i} - \mu_{X^*})^2 + (v_{X_i} - v_{X^*})^2 + (\pi_{X_i} - \pi_{X^*})^2)} \quad (18)$$

$$D(X_i, X^-) = \sqrt{\frac{1}{2n} \sum_{i=1}^n ((\mu_{X_i} - \mu_{X^-})^2 + (v_{X_i} - v_{X^-})^2 + (\pi_{X_i} - \pi_{X^-})^2)} \quad (19)$$

$$D_{\max}(X_i, X^-) = \max_{1 \leq i \leq m} D(X_i, X^-) \quad (20)$$

$$D_{\min}(X_i, X^*) = \min_{1 \leq i \leq m} D(X_i, X^*) \quad (21)$$

$$(X_i) = \frac{D(X_i, X^*)}{D_{\min}(X_i, X^*)} - \frac{D(X_i, X^-)}{D_{\max}(X_i, X^-)} \quad (22)$$

Alternatifler Eşitlik (22)' de verilen yakınlık katsayısı X_i lerin artan sırasına göre dizilir.

2. Bölüm: Literatür Taraması

Boran, Genç ve Akay (2009) tedarikçi seçiminde Sezgisel Bulanık TOPSIS yöntemini kullanmışlardır. Bir otomotiv firmasının üretim sürecindeki önemli bir parçası için tedarikçi seçimini ele aldıkları çalışmalarında Ürün kalitesi, müşteri ilişkilerinde yakınlık, tedarik performansı ve fiyat olmak üzere dört kriter kullanarak beş tedarikçiyi karşılaştırmışlardır.

Junior, Osiro ve Carpinetti (2016) otomobil üretim zincirindeki bir firma için tedarikçi seçim probleminde Bulanık TOPSIS ve Bulanık AHP kullanmışlardır. Beş kritere göre 5 alternatif tedarikçiyi sıralamışlardır.

Wood (2016) petrol ve doğal gaz sanayisi faaliyetleri için tedarikçi seçiminde bulanık ve sezgisel bulanık TOPSIS yöntemini kullanmıştır. 5 tedarikçi firmayı maliyet, itibar, yerel odak, proje yönetimi, tedarik zinciri, teknik/mühendislik, risk azaltma kapasitesi, sağlık-güvenlik-güvenirlilik-çevre, kalite/performans kriterleri ile değerlendirmişlerdir.

Memari ve diğerleri (2019) sürdürülebilir tedarikçi seçiminde sezgisel bulanık TOPSIS yöntemini kullanmışlardır. Maliyet, ürün kalitesi, hizmet performansı, çevresel verimlilik, yeşil imaj, Çevre kirliliği azaltma, yeşil yetkinlikler, güvenlik ve sağlık, istihdam pratikleri olmak üzere ana kriter kullanmışlar ve üç tedarikçi firmayı karşılaştırmışlardır.

Kutlu Gündoğdu ve Kahraman (2019) geliştirmiş oldukları Küresel TOPSIS algoritmasını tedarikçi seçim problemi üzerinde denemişlerdir. Fiyat, kalite, teslimat ve performans kriterlerini 4 tedarikçi firmayı sıralamada kullanmışlardır

Rouyendegh, Yıldızbaşı ve Üstünyer (2020) yeşil tedarikçi seçimi probleminin çözümünde Sezgisel Bulanık TOPSIS yöntemini kullanmışlardır. Kalite, maliyet, hizmet ve tedarik, sürdürülebilirlik, teknoloji, yeşil üretim sitemi, yeşil tedarikçi imajı, işbirliği, yeşil uygulama,

çevresel yönetim ve kontrol olmak üzere 10 kritere göre 5 alternatif tedarikçiyi değerlendirmişlerdir.

Karadağ Albayrak ve Alkan (2020) bir ofis mobilyası üretimi yapan bir firmanın üretimi için gerekli parçaları üreten tedarikçileri arasından en uygun olanının belirlenmesinde Sezgisel Bulanık TOPSIS yöntemini kullanmışlardır. Araştırmacılar tedarikçi seçim problemi ele aldıkları firmaya kriterler kümesi sunmuş ve firma tarafından belirlenen 12 kriteri kullanmıştır.

3. Bölüm: Uygulama

Literatür taraması incelenerek yeşil tedarikçi seçim kriterleri belirlenmiştir. Buna göre Kriterler ve kodları aşağıda verilmiştir:

K1: Kalite

K2: Maliyet

K3: Tedarik Performansı

K4: Bakım- onarım hizmeti

K5: Yeşil Üretim Sistemi

K6: Yeşil İmaj

Aday tedarikçi firmalar ise A1, A2 ve A3 olarak kodlanmıştır. A1 firması internet üzerinden kargo yolu ile hizmet veren ülke çapında tanınır olan ulusal televizyon ve radyo kanallarında reklamları olan bir firmadır. A2 firması hem internet üzerinden kargo ile tedarik sağlayan hem de birçok şehirde yaygın olarak fiziksel bir bilişim marketi olan ve ülke çapında tanınırlığı A1 firması gibi olan bir firmadır. A3 ise elektronik parçaları alıp birleştiren firma ile aynı şehirde faaliyet gösteren, Karar Verici tarafından da bilinen küçük ölçekli bir tedarikçi firmadır.

3.1. Sezgisel Bulanık TOPSIS Uygulama Sonuçları

Karar Vericinin doldurduğu 9' lu ölçekteki Dilsel İfadelerin Sezgisel Bulanık Sayılara dönüştürülmesi ile Sezgisel Bulanık TOPSIS için kriter ağırlıkları (0.85,0.10,0.05), (0.75,0.15,0.10), (0.50,0.40,0.10), (0.95,0.05,0.00), (0.50,0.40,0.10), (0.50,0.40,0.10) olarak belirlenmiştir. Karar Vericinin kriterlere göre alternatifleri değerlendirdiği ölçekteki ifadeler de Sezgisel Bulanık Sayılara dönüştürülerek Karar Matrisi oluşturulmuştur. Kriter ağırlıkları ile Karar Matrisi Eşitlik (1) ve Eşitlik (2) kullanılarak çarpılmış ve Tablo 2' de verilmiş olan Ağırlıklandırılmış Karar Matrisi oluşturulmuştur.

| | K1 | K2 | K3 | K4 | K5 | K6 |
|----|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| A1 | (0.55,0.33,0.12) | (0.56,0.28,0.16) | (0.43,0.46,0.12) | (0.33,0.57,0.09) | (0.33,0.55,0.13) | (0.43,0.46,0.12) |
| A2 | (0.55,0.33,0.12) | (0.49,0.36,0.15) | (0.38,0.49,0.14) | (0.48,0.43,0.10) | (0.38,0.49,0.14) | (0.38,0.49,0.14) |
| A3 | (0.72,0.19,0.09) | (0.49,0.36,0.15) | (0.33,0.55,0.13) | (0.90,0.10,0.00) | (0.18,0.73,0.10) | (0.18,0.73,0.10) |

Eşitlik (3)-(8) kullanarak Pozitif ve Negatif İdeal çözüm kümeleri oluşturulmuş, sonuçlar Tablo 3' de verilmiştir.

| | K1 | K2 | K3 | K4 | K5 | K6 |
|----|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| A+ | (0.72,0.19,0.09) | (0.56,0.28,0.16) | (0.43,0.46,0.12) | (0.90,0.10,0.00) | (0.38,0.49,0.14) | (0.43,0.46,0.12) |

| | | | | | | |
|----|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| A- | (0.55,0.33,0.12) | (0.49,0.36,0.15) | (0.33,0.55,0.13) | (0.66,0.57,0.10) | (0.18,0.73,0.10) | (0.18,0.73,0.10) |
|----|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|

Eşitlik (9)-(11) kullanılarak pozitif ve negatif ideal çözüme uzaklıklar, ayırım ölçüleri ile yakınlık katsayıları hesaplanmıştır. Sonrasında alternatiflerin sırası belirlenmiştir. Sonuçlar Tablo 4’ de verilmiştir.

| | Si | Si- | Ci | Sıra |
|----|------|------|------|------|
| A1 | 0,23 | 0,14 | 0,38 | 3 |
| A2 | 0,18 | 0,14 | 0,45 | 2 |
| A3 | 0,15 | 0,23 | 0,60 | 1 |

Elde edilen sonuçlara göre alternatifler en iyi olandan başlamak üzere A3, A2, A1 olarak sıralanmıştır.

3.2.Küresel Bulanık TOPSIS Uygulama Sonuçları

Karar Vericinin doldurduğu 9’ lu ölçeğin Dilsel İfadelerin Küresel Bulanık Sayılara dönüştürülmesi ile kriter ağırlıkları (0.8,0.2,0.2) , (0.7,0.3,0.3) , (0.5,0.5,0.5), (0.9,0.1,0.1), (0.5,0.5,0.5), (0.5,0.5,0.5) olarak belirlenmiştir. Karar Vericinin alternatifleri değerlendirdiği ölçekteki ifadeler Küresel Bulanık Sayılara dönüştürülmüş, Kriter ağırlıkları ile Eşitlik (12) kullanılarak Ağırlıklandırılmış Karar Matrisi oluşturulmuştur. Sonuçlar Tablo 5’ de verilmiştir.

| | K1 | K2 | K3 | K4 | K5 | K6 |
|----|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| A1 | (0.40,0.44,0.43) | (0.49,0.41,0.39) | (0.40,0.53,0.51) | (0.36,0.61,0.40) | (0.30,0.61,0.54) | (0.40,0.53,0.51) |
| A2 | (0.48,0.44,0.41) | (0.42,0.49,0.45) | (0.35,0.56,0.52) | (0.45,0.51,0.50) | (0.35,0.56,0.52) | (0.35,0.56,0.52) |
| A3 | (0.64,0.28,0.24) | (0.30,0.49,0.45) | (0.30,0.61,0.54) | (0.81,0.14,0.14) | (0.20,0.72,0.49) | (0.20,0.72,0.49) |

Eşitlik (13) kullanılarak hesaplanan Skor değerleri Tablo 6’ da verilmiştir.

| | K1 | K2 | K3 | K4 | K5 | K6 |
|----|---------|---------|---------|----------|---------|---------|
| A1 | 0,00278 | 0,00870 | 0,01171 | -0,03860 | 0,05202 | 0,01171 |
| A2 | 0,00432 | 0,00027 | 0,02787 | 0,00273 | 0,02787 | 0,02787 |
| A3 | 0,15720 | 0,02301 | 0,05202 | 0,44842 | 0,03058 | 0,03058 |

Eşitlik (14)-(17) kullanılarak pozitif ve negatif ideal çözüm kümeleri hesaplanmış, sonuçlar Tablo 7’ de verilmiştir.

| | K1 | K2 | K3 | K4 | K5 | K6 |
|---------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| x* best | (0.64,0.28,0.24) | (0.30,0.49,0.45) | (0.30,0.61,0.54) | (0.81,0.14,0.14) | (0.30,0.61,0.54) | (0.20,0.72,0.49) |
| x-worst | (0.48,0.44,0.43) | (0.42,0.49,0.45) | (0.40,0.53,0.51) | (0.36,0.61,0.40) | (0.35,0.56,0.52) | (0.40,0.53,0.51) |

Eşitlik (18)-(19) kullanılarak pozitif ve negatif ideal çözüme uzaklıklar hesaplanmış, Eşitlik (20)-(22) kullanılarak yakınlık katsayısı hesaplanmış ve alternatiflerin sıralaması Tablo 8’de verilmiştir.

| Tablo 8. Pozitif ve Negatif İdeal Çözüme Uzaklıklar, Yakınlık Katsayısı ve Alternatiflerin Sıralanması | | | | |
|--|------|------|------|------|
| | D+ | D+ | Ci | Sıra |
| A1 | 0,24 | 0,04 | 5,17 | 3 |
| A2 | 0,21 | 0,05 | 4,44 | 2 |
| A3 | 0,05 | 0,25 | 0,00 | 1 |

Elde edilen sonuçlara göre alternatifler en iyi olandan başlamak üzere A3, A2, A1 olarak sıralanmıştır.

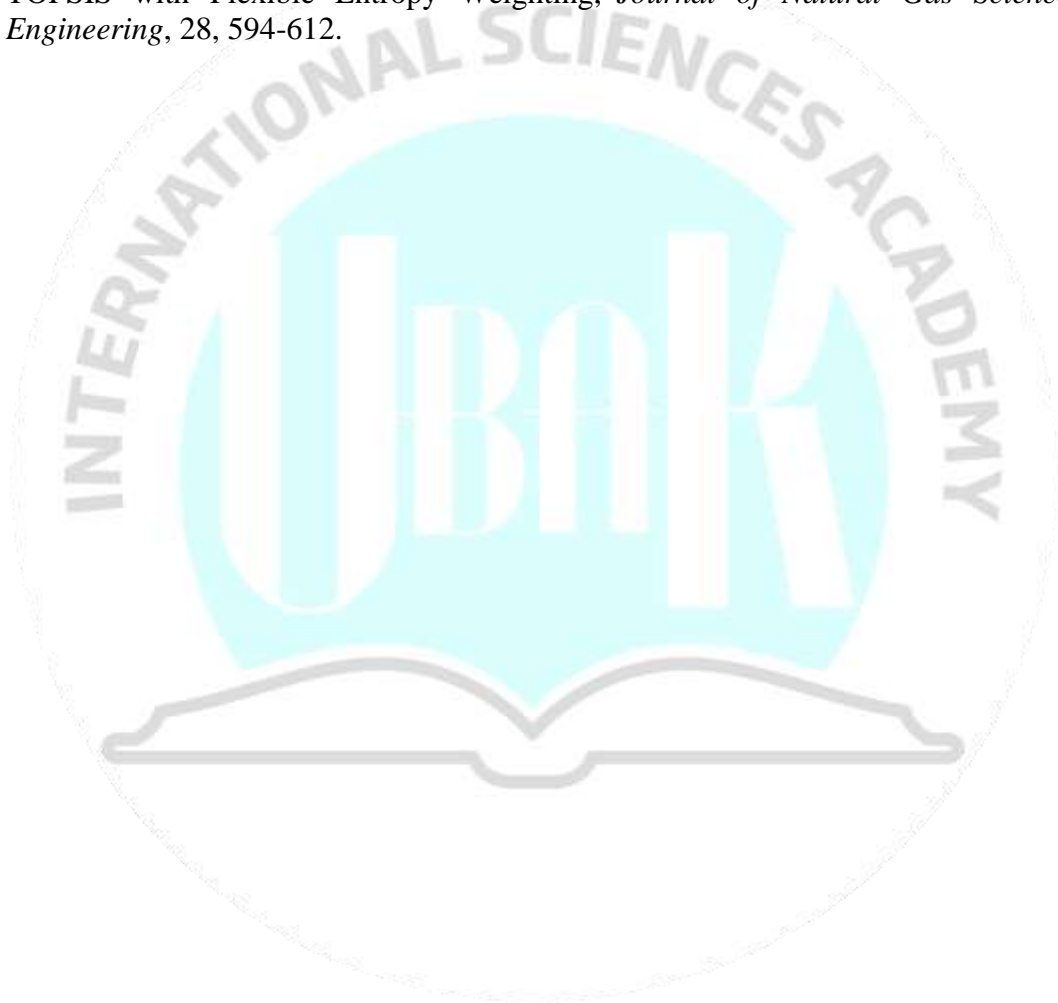
4. Sonuçlar

Günümüzde tedarikçi seçiminde çevreye duyarlılık da önemli bir kriterdir. Bu çalışmada çevrenin korunmasına karşı duyarlı olan yani yeşil tedarikçi seçiminde Bulanık TOPSIS yönteminin iki genişletilmesi olan Sezgisel Bulanık TOPSIS ve Küresel Bulanık TOPSIS yöntemleri kullanılmıştır. Çalışmada belirlenen kriterler ve kriterlere göre alternatifler 9' lu ölçekle uzman karar verici tarafından değerlendirilmiş, dilsel ifadeler Sezgisel Bulanık ve Küresel Bulanık sayılara dönüştürülmüştür. Ağırlıklandırılmış Karar Matrisleri üzerinde Sezgisel Bulanık ve Küresel Bulanık TOPSIS algoritmaları uygulanmıştır. Üç alternatif tedarikçi firma için 6 kriter kullanılmıştır. Sonuçlar iki yöntemle de elde edilen sıralamanın değişmediğini göstermektedir. Tek karar verici için iki yöntemle de aynı sonucun elde edilmesi iki yöntemin algoritmaları arasında olabilecek bir tutarsızlık iddiasını en az bir tersine örnek ile çürütmektedir. Tek tersine örnek tutarsızlık iddiasını çürütmekle birlikte, tek örnek tutarlılık iddiasının kanıtı için de yeterli değildir. Çalışmanın hem TOPSIS yönteminin Bulanık genişlemeli çalışmalarında örnek olması hem de tedarikçi seçiminde iki genişletilmiş yönteminin de kullanılabileceği örneği olarak literatüre katkı yapması hedeflenmiştir. İleriki çalışmalarda birden çok karar verici ile benzer çalışmalar yapılabilir.

Referanslar

- Atanassov, K.T. (1999) Intuitionistic Fuzzy Sets: Theory and Applications, Studies in Fuzziness and Soft Computing. (Springer-Verlag Berlin Heidelberg GmbH.
- Boran, F.E., Genç, S., Kurt, M. ve Akay, D. (2009). A Multi-Criteria Intuitionistic Fuzzy Group Decision Making for Supplier Selection with TO33+,0326194PSIS Method. *Expert Systems with Applications*, 36, 11363–11368.
- Çınar, A. ve Uygun, Ö. (2019). Sezgisel Bulanık AHP Yöntemiyle Yeşil Tedarikçi Seçimi, *Zeki Sistemler Teori ve Uygulamaları Dergisi*, 2(2), 24-31
- Junior, F.R.L., Osiro, L. ve Carpinetti, L.C.R. (2014). A Comparison Between Fuzzy AHP and Fuzzy TOPSIS Methods to Supplier Selection, *Applied Soft Computing*, 21, 194-209.
- Karadağ Albayrak, Ö. ve Alkan, Ö. (2020). Sürdürülebilir Çerçeve Tedarikçi Değerlendirme Probleminin Çözümünde Sezgisel Bulanık TOPSIS Yönteminin Kullanılması: Bir Mobilya İşletmesi Örneği, *Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi KAÜİİBFD*, 11, 21, 1-20.
- Kutlu Gündoğdu, F. (2019). Principals of Spherical Fuzzy Sets. In *Intelligent and Fuzzy Techniques in Big Data Analytics and Decision Making Proceedings of the INFUS 2019, Conference, Istanbul, Turkey, July 23–25, 2019*. (Eds:C. Kahraman, S. Çebi, S.Cevik-Onar, B. Öztayşi, A.C.Tolga,i.Ucal-Sarı). Switzerland: Elsevier Publications, 15-23.
- Kutlu Gündoğdu ve Kahraman, C. (2019). Spherical Fuzzy Sets and Spherical Fuzzy TOPSIS Method, *Journal of Intelligent & Fuzzy Systems*, 36, 337-352.

- Memari, A., Dargi, A., Jokar, M.R.A., Ahmad, R. ve Rahim, A.R.A. (2019). Sustainable Supplier Selection: A Multi-Criteria Intuitionistic Fuzzy TOPSIS Method. *Journal of Manufacturing Systems*, 50, 9–24.
- Pang, N. ve Guo, W. (2019). Uncertain Hybrid Multiple Attribute Group Decision of Offshore Wind Power Transmission Mode Based on the VIKOR Method, *Sustainability*, 11, 6183, 1-21.
- Rouyendegh, B.D., Yıldızbaşı, A. ve Üstünyer, P. (2020). Intuitionistic Fuzzy TOPSIS Method for Green Supplier Selection Problem, *Soft Computing*, 24, 2215-2228.
- Schmidt, E., & Kacprzyk, J. (2000). Distances between Intuitionistic Fuzzy Sets, *Fuzzy Sets and Systems*, 114, 505–518.
- Wood, D. (2016). Supplier Selection for Development of Petroleum Industry Facilities, Applying Multi-Criteria Decision Making Techniques Including Fuzzy and Intuitionistic Fuzzy TOPSIS with Flexible Entropy Weighting, *Journal of Natural Gas Science and Engineering*, 28, 594-612.



ÇALIŞAN BİREYLERİN ÖZ DUYARLILIK DÜZEYLERİ İLE TÜKENMİŞLİK DÜZEYLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ

Pervin NEDİM BAL¹

Beykent Üniversitesi,
0000-0002-3090-6634

Buse Büşra KOCA²

Beykent Üniversitesi,
0000-0001-8581-0165

Özet

Bu araştırmada, çalışan bireylerin öz duyarlılık düzeyleri ile tükenmişlik düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi amaçlanmaktadır. Araştırmada ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır. Bu çalışmanın evreni Türkiye genelinde çalışan yetişkin bireylerden, örnekleme ise, araştırmaya gönüllülük ilkesini kabul ederek katılan 310 çalışan yetişkin bireyden oluşmaktadır. Çalışmada, verileri toplamak amacıyla sosyo-demografik bilgi formu, öz duyarlılık ölçeği ve Maslach tükenmişlik ölçeği kullanılmıştır. Verileri analiz etmek için SPSS 23.0 paket programı kullanılmıştır. Çalışan bireylerin öz duyarlılık düzeyleri ile tükenmişlik düzeyleri arasında ilişki olup olmadığını tespit etmek için Pearson korelasyon analizi kullanılmıştır. Bunun yanı sıra, iki ortalama arasındaki farkı tespit edebilmek için bağımsız gruplar t-testi, üçlü bağımsız grupların ortalamaları arasındaki farkı tespit etmek için ise tek yönlü varyans analizi (Anova) kullanılmıştır. Farkın hangi gruptan kaynaklandığını belirlemek için post-hoc testlerden Tukey ve Scheffe testleri kullanılmıştır. Çalışmanın sonucunda, öz duyarlılık ile tükenmişlik arasında orta düzeyde negatif yönde anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Ayrıca, öz duyarlılık ve tükenmişlik değişkenlerinin bazı demografik değişkenlere göre anlamlı düzeyde farklılaştığı görülmüştür. Bu sonuçlar doğrultusunda, Öz duyarlılık ile tükenmişlik arasında negatif yöndeki ilişki göz önünde bulundurularak, öz duyarlılığın tükenmişliğin önemli bir bileşeni olduğu söylenebilir. Bu sebeple öz duyarlılığın artırılmasına ve tükenmişliğin azaltılmasına yönelik Psiko-eğitim programlarının geliştirilmesi ve uygulanması önerilebilir.

Anahtar Kelimeler: Öz Duyarlılık, Tükenmişlik, Çalışan Bireyler

ABSTRACT

In this study, it is aimed to examine the relationship between self-sensitivity and burnout of working individuals. Correlational survey model was used in the research. The population of this study is comprised of adult individuals working throughout Turkey, and the sample is composed of 333 working adult individuals who accept the voluntary principle in the study. Socio-demographic information form, Self-sensitivity Scale and Maslach Burnout Scale were

¹ Doç. Dr. Pervin NEDİM BAL, Beykent Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi, Psikoloji Bölümü.

²Buse Büşra KOCA, Beykent Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Klinik Psikoloji Yüksek Lisans Öğrencisi.

used in the study to collect data. SPSS 23.0 package program was used to analyze the data. Pearson Correlation Analysis was used to determine whether there was a relationship between self-sensitivity and burnout levels of working individuals. In addition, independent groups t-test was used to determine the difference between two means, and one-way analysis of variance (Anova) was used to determine the difference between the means of triple independent groups. Tukey and Scheffe tests, which are among the post-hoc tests, were used to determine which group caused the difference. As a result of the study, a moderately negative significant relationship was found between self-sensitivity and burnout. In addition, it was found that the variables of self-sensitivity and burnout differed significantly according to some demographic variables. In line with these results, considering the negative relationship between self-sensitivity and burnout, it can be said that self-sensitivity is an important component of burnout. For this reason, it may be recommended to develop and implement psycho-education programs aimed at increasing self-sensitivity and reducing burnout.

Keywords: Self-Sensitivity, Burnout, Working Individuals

1. GİRİŞ

Günümüz koşullarında, iş hayatı insan yaşamının mühim bir parçası haline gelmeye başlamıştır. İnsanlar, günlük yaşamlarının önemli bir kısmını çalışma ortamı içerisinde iş faaliyetlerini organize ederek ve çalışma ortamındaki diğer bireylerle etkileşim içerisinde yer alarak geçirmektedir. Çalışan bireyler, yaşamlarının her alanında olduğu gibi, çalışma ortamlarında da negatif koşullara maruz kalmakta ve bu koşullara bağlı olarak yoğun stres ve kaygı yaşamaktadırlar. 21.Yüzyılda toplumsal rollerin değişmeye başlaması, bireyler arasındaki ikili ilişkilerde sık sık çatışmalar yaşanması, iş yaşamında yoğun rekabet ortamının oluşması, çalışan bireylerin üst kademe yöneticilerine kendilerini ispat etme gayesi yoğun stres yaşamalarına neden olmaktadır. Aynı zamanda, iş ortamlarındaki yetersiz istihdama bağlı olarak çalışan bireylerden beklenen görev yükünün fazla olması ve çalışma saatlerinin uzun olması da çalışan bireylerin ruhsal ve fiziksel sağlığının olumsuz yönde etkilenmesine ve yoğun stres yaşamalarına neden olmaktadır. Çalışan bireylerin, iş ortamında yaşadıkları strese ve kaygıya ilave olarak özel yaşamlarında karşılaştıkları stres ve zorluklar da eklendiğinde hem kişi için hem de kişinin bulunduğu iş ortamı için ciddi sorunlar oluşturmaktadır. Stres kavramı, temel yapısı gereği bireyin çevredeki uyumsuz durumlara uyum sağlamak adına, psikolojik ve fizyolojik limitinin çok ötesinde sarf ettiği, uyum sağlamaya yönelik gösterdiği çabadır. Bu doğrultuda, bireyin uzun süreli olarak psikolojik ve fizyolojik boyutta sınırlarının zorlanması ve kaynaklarının gün geçtikçe azalması, kişinin yoğun bir tükenmişliğe sürüklenmesine ve hem özel yaşamında hem de iş yaşamında zaman içerisinde işlevsizlikler yaşamasına neden olacaktır. Günümüz çalışma şartları içerisinde, bireylerin özel sektör veya kamu sektöründe çalışmaları ya da buldukları çalışma ortamı içerisinde konumlandıkları kademe fark etmeksizin, yoğun olarak stres yaşayabildikleri ve yaşamış oldukları bu strese bağlı olarak süreç içerisinde tükenmişliğe sürüklendikleri görülmektedir. Yaşanılan kronik stres, bireyin ruhsal ve fiziksel sağlığının olumsuz yönde etkilenmesine, yaşam kalitesinin düşmesine ve dolayısıyla yaşam süresinin azalmasına, günlük yaşamda işlevsizliklere, problemle başa çıkma stratejilerinin azalmasına, iş memnuniyetsizliğine, işten ayrılma niyetinin artmasına, örgütsel anlamda bir performans düşüklüğüne, davranışsal bozukluklara, iş devamsızlığa, iş ortamında

motivasyon kaybına, yoğun kaygı seviyesine ve en önemlisi tükenmişliğe yol açabilmektedir. Çalışma yaşamında sunulan hizmetin niteliği, ürünün kalitesi ve çalışan bireylerin hem ruhsal hem de fizyolojik sağlığı açısından, çalışanların motivasyonları, performansları, yeterlilikleri, davranışları ve öz duyarlılıkları önemli konu başlıkları haline gelmeye başlamıştır. Buradan hareketle, dünya ekonomisinde ve ülkelerin iç ekonomilerinde önemli yer tutan çalışan bireylerin iş performansları, kişilik özellikleri, öz duyarlılıkları ve algılarının çalışan bireylerin tükenmişlik düzeyleri üzerine etkisinin incelenmesi önemli bir başlık olarak gündeme gelmektedir. Bu başlıklar içerisinde özellikle öz duyarlılık kavramı yani bireyin belirlenen bir amacı gerçekleştirmeye ilişkin var olan kapasitesine yönelik algısı burada stres ve tükenmişliğe yönelik önemli bir yordayıcı faktör olarak ortaya çıkmaktadır. Gün geçtikçe hem dünyada hem de ülkemizde artan sert ve acımasız rekabet ortamı işletmelerin başarısında yaşamsal değeri olan iş-gören kaynağının verimliliğini ve sağlığını daha önemli hale getirmiştir. Bu nedenle çalışan performansına ve tükenmişliğe etki eden her faktör işletmeci nazarında çok daha fazla dikkat çekmeye başlamıştır. Bu nedenlerle, daha önce çalışan bireyler üzerine yapılan alanyazın araştırmalarında çalışılmış olan ve bu çalışma kapsamında da değişken olarak ele alınan konu başlıkları öz duyarlılık ve tükenmişlik kavramlarıdır. Bu çalışma içerisindeki temel amaç, günümüz koşullarında çalışan bireylerin öz duyarlılık düzeylerinin tükenmişlik düzeyleri ile ilişkisinin incelenmesidir. Araştırma kapsamında, özel ya da kamu sektöründe çalışan ve yetişkin bireylerle çalışılmıştır. Çalışma içerisinde, öz duyarlılık, tükenmişliğe etki ediyor mu, ediyorsa ne yönde ve nasıl etki ettiğine bakılmıştır. Bu değişkenler arasındaki ilişkiler birbirinden farklı kaynaklardan taranmış ve örneklemeden bu değişkenlere uygun ölçekler yardımı ile veri toplanmıştır. Çalışma kapsamında, ilişkisel tarama modeli kullanılmış ve bağımlı değişken olarak tükenmişlik, bağımsız değişken olarak ise öz duyarlılık kavramı ele alınmıştır.

2. LİTERATÜR TARAMASI VE KAVRAMSAL AÇIKLAMALAR

2.1. Tükenmişlik Kavramı

Bireyin, çevresi veya çalıştığı ortam tarafından maruz kaldığı baskı, stres, kaygı ve zorlu yaşam olaylarının yoğun ve sürekli olarak devam etmesi ve bireyin bu duruma etki edememesi sonucunda meydana gelen tükenmişlik, günümüzde büyük bir öneme sahip olup, birçok araştırmacı tarafından çalışmaktadır (Tümkaya, 2016: 252). Tükenmişlik kavramı, gün geçtikçe azalan enerji ve kronik seyirli bir yorgunlukla özdeşleşen, sıklıkla iş ortamından kaynaklanan zorlanmalar ve sorunlara yönelik bireyin gösterdiği negatif tepkiler olarak tanımlanmaktadır. Tükenmişlik genellikle, bedensel hastalıklarla ilişkisi olan ve işe yönelik kronikleşmiş stres koşullarından sonra ortaya çıkan bedensel ve ruhsal enerjinin düşmesi durumunu açıklamak için kullanılan bir terimdir (Başerer ve Başerer, 2019: 2). Tükenmişlik kavramını, alanyazında ilk defa Freudenberg ve Maslach (1974) tanımlamıştır. Freudenberg (1974) tükenmişliği, var olan enerjiye, kaynaklara ve güce yönelik yoğun talepten ötürü bireyin yıpranması, hedeflerine ulaşamaması ve tükenmesi olarak tanımlamıştır. Maslach (1974) ise alanyazında en kabul gören tükenmişlik tanımını yapmış ve bu çalışma içerisinde de kullanılacak olan tükenmişlik envanteri geliştirmiştir. Maslach, tükenmişliği üç farklı boyut üstünden açıklamıştır. Bu üç boyut Maslach tarafından, kişisel başarının düşmesi, duygusal tükenme ve duyarsızlaşma olarak tanımlanmıştır (Aypay, 2011: 511).

Birinci boyut olan duygusal tükenme boyutu, tükenmişliğin kişisel stres alanını açıklamakta ve kişinin bedensel ve duygusal kaynaklarının seviyesinin düşmesini ifade etmektedir. Duygusal tükenme, tükenmişliğin birincil ve en önemli koşuludur. Duygusal boyuttan baktığımızda tükenmişlik hissi, bireyin zaman içerisinde enerjisinin düştüğünü hissetmesine, her gün yapmakta olduğu işleri gün geçtikçe yapmakta zorlanmasına ve hedeflerine erişememesine bağlı olarak, bireyin çevresiyle ilişkilerinde anlaşmazlıklar yaşamaya başlamasına neden olmaktadır. Bu nedenle duygusal tükenmenin seviyesi arttıkça, bireyin çalışma uyumunun bozulabileceği, performansının düşebileceği ve iş motivasyonunun azalabileceği düşünülmektedir. Duygusal tükenme, bireyin temel duygularının zaman içinde tükenmesine, veya bireyin kendisini bu yönde ikna etmesine neden olmaktadır. Duygusal tükenme sonucunda bireyler psikolojik ve fizyolojik açıdan daha fazla dayanamayacakları düşüncesine inanırlar (Atan ve Özgül, 2016: 1004).

İkinci boyut olan duyarsızlaşma boyutu ise bireyin duygusal kaynaklarının zamanla azalmaya başlamasına bağlı olarak ortaya çıkan, kişinin çalışma ortamında yer alan diğer kişilere karşı negatif ve alaycı tutum sergilemesi olarak açıklanabilmektedir. Bu bireyler, önlerine çıkan engellerin aşılabilir olduğuna inanır ve zaman içinde işe karşı olumsuz bir tutum sergilemeye başlamaktadırlar. Duyarsızlaşma, kişinin var olan rahatsızlığının giderek artması, yoğun huzursuzluk ve işe dair olan idealinin zaman içinde kaybolmasıyla meydana gelmektedir. Duyarsızlaşma sonucu, birey çevresindeki insanları önemsemeyen, diğerlerine yönelik kaba davranan ve diğer bireylerin ihtiyaçlarını yok sayan davranışlar sergilemeye başlar (Akyürek, 2020: 36).

Üçüncü ve son boyut olan düşük kişisel başarı duygusu boyutu ise bireyin kendisini negatif yönde algılama ve değerlendirme eğilimini açıklamaktadır. Kişisel başarı duygusunda oluşan azalma, bireyin süreç içerisindeki yetersizlik duygusunun giderek artmasının bir sonucudur. Kişisel başarı duygusunun düşmeye başlaması ile birlikte bireylerde, sosyal ilişkilerden kaçınma, çalışma ortamında niteliksiz hizmet veya üretimde azalma, baskıcı tutumla başa çıkamama, zayıflamış bir benlik algısı ve düşük moral seviyesine sıklıkla rastlanmaktadır. Bireyler burada sıklıkla olumsuz duygular hisseder ve hedefe varmak için gösterdikleri çabanın işe yaramayacağı düşüncesine kapılırlar (Türkmenoğlu ve Sümer, 2017: 26).

Özetle, tükenmişlik için bahsedilen boyutlardan her biri bireyin yaşamındaki işlevselliğini ve çevresindeki insanlara yönelik verdiği tepkileri yüksek oranda etkilemektedir. Bu üç boyuta uzun süre maruz kalan bireyin, iş ve kişisel yaşamındaki sorumluluklarını devam ettirmeye yönelik isteği zamanla azalır. Bu durum, kişinin giderek kendini yetersiz hissetmesine ve kendisine yönelik olumsuz düşünceler geliştirmesine neden olur. Bireyin yaşadığı tüm olumsuzluklar zaman içinde çevresinden uzaklaşmasına ve ilişkilerinde çatışmalara neden olmaktadır. Bu kopma ve kayıplar bireylerde duygusal ve fiziksel problemlere yol açmakla birlikte, zihinsel bir tükenmeye neden olmaktadır (Güldiken ve Saldamlı, 2019: 311).

2.1.1. Tükenmişlik ile İlişkili Kavramlar

Tükenmişlik kavramı, ulusal alanyazında, daha öncesinde iş doyumunu (Yıldırım, 2018: 302), öz yeterlilik (Başerer ve Başerer, 2019: 1), depresyon (Ekmekçi ve ark. 2020: 10), yabancılaşma (Tümkiye, 2016: 251), işkolik tutum (Naktiyok ve Karabey, 2010: 196), sanal kaytarma

(Yıldırım, 2018: 302) öznel iyi oluş (Duran ve Barlas, 2015: 69) ve stres (Ekmekçi ve ark. 2020: 10) gibi farklı değişkenler ile çalışılmıştır.

Tükenmişlik kavramı, uluslararası alanyazında ise iş değeri (Kim ve Lee, 2021:476), düşük kişisel başarı duygusu (Solona ve ark., 2021:1324), kaygı (Dincer ve Inangil, 2020: 109), zihinsel iş yükü (Lopez ve ark., 2020:983), internet bağımlılığı (Toth ve ark., 2021:615), çalışma ortamının iyileştirilmesi (Schlak, 2021: 610), somatik belirtiler (Lopez ve ark., 2020: 983), sosyal destek (Kim ve Lee, 2021: 476), stres (Dincer ve Inangil, 2020), kişilik özellikleri (Solona ve ark., 2021:1324), uykusuzluk (Lopez ve ark., 2020: 983) gibi farklı kavramlarla çalışılmıştır.

2.1.2. Tükenmişlik İlgili Yurtiçinde ve Yurtdışında Yapılan Çalışmalar

Alanyazında yer alan ulusal çalışma bulgularını incelendiğinde, Başerer ve Başerer'in 2019 yılında yaptıkları çalışmada akademisyenlerin tükenmişlik düzeyleri ve öz yeterlilik seviyeleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Bunun yanı sıra akademisyenlerin tükenmişlik düzeylerinin aldıkları unvan, cinsiyet ve çalışma sürelerine göre anlamlı olarak farklılık gösterdikleri belirlenmiştir (Başerer ve Başerer, 2019: 1). Tümkaya'nın 2016 yılında yayınlanan çalışması kapsamında yürütülen analizler sonucunda, sınıf öğretmenliği okuyan öğrencilerin %54'ünün tükenmişlik ölçeğinden almış oldukları puanların çok düşük olduğu, %75'inin ise tükenmişlik ölçeğinden aldıkları puanlar doğrultusunda tükenmişlik tehlikesi yaşadığı tespit edilmiştir. Araştırmanın bulgularına göre üniversitede sınıf öğretmenliği okuyan son sınıf öğrencisi olan erkek bireylerin tükenmişlik ve yabancılaşma düzeylerinin diğer öğrencilere kıyasla daha yüksek olduğu belirtilmiştir. Araştırma sonunda katılımcıların yabancılaşma düzeyleri ve tükenmişlik seviyelerinin cinsiyete göre farklılık gösterdiği tespit edilmiş ve yabancılaşma ile tükenmişlik arasında pozitif yönlü anlamlı ilişki olduğu belirtilmiştir (Tümkaya, 2016: 251). Naktiyok ve Karabey'in 2010 yılında yayınlanan çalışmalarında ise işkolik tutumlardaki artışın duygusal, zihinsel ve bedensel tükenmişliğin artmasına neden olduğu tespit edilmiştir. Bu çalışmada katılımcıların gelir düzeyi, cinsiyetleri veya sigara içme davranışlarının işkolik tutumları ve tükenmişlikleri arasındaki ilişkide bir farklılaşmaya neden olmadığı görülmüştür (Naktiyok ve Karabey, 2010: 196). Ekmekçi ve arkadaşlarının 2020 yılında tıp öğrencileri ile yaptıkları çalışmada, tıp okuyan öğrencilerin depresyon düzeylerinin ve intihar düşüncelerinin diğer bölümlerde okuyan ya da çalışan yaşlılarına oranla belirgin ölçüde daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Bu çalışmada depresyon, kaygı düzeyi ve tükenmişlik arasında ilişki tespit edilmiştir (Ekmekçi ve ark. 2020: 10). Yıldırım'ın 2018 yılında yaptığı çalışmada, tükenmişliğin iş doyumunu negatif yönde ve anlamlı düzeyde etkilediği belirtilmiştir. Aynı çalışmada, tükenmişliğin duyarsızlaşma boyutu sanal kaytarma davranışı için yordayıcı bir etken olarak tespit edilmiştir (Yıldırım, 2018: 302). Duran ve Barlasın 2015 yılında, zihinsel engelli bireylerin aileleri ile yaptıkları çalışmada, ebeveynlerin eğitim düzeyinin ve öznel iyi oluşlarının duygusal tükenmeye etki ettiği saptamıştır. Öznel iyi oluş ile tükenmişlik arasında negatif yönde anlamlı ilişki bulunmuştur (Duran ve Barlas, 2015: 69).

Tükenmişlik kavramına ilişkin, uluslararası çalışma bulguları incelendiğinde, Toth, G. ve arkadaşlarının 2021 yılında yayınlanan araştırmalarında internet bağımlılığı ile tükenmişlik arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur (Toth ve ark., 2021: 615). Bunun yanı sıra Kim ve Lee'

nin 2021 yılında Hawaii’de yaptıkları çalışmada yüksek düzeyde algılanan iş değerine sahip ve sosyal desteğe sahip çalışanların tükenmişlik düzeylerinin daha düşük olduğu tespit edilmiştir (Kim ve Lee, 2021: 476). Dincer ve Inangil’in 2020 yılında yaptığı çalışmada ise stres, kaygı ve tükenmişlik arasında yüksek düzeyde anlamlı bir ilişki bulunurken (Dincer ve Inangil, 2020: 109), Solona ve arkadaşlarının 2021 yılında yayınlanan araştırmalarında ise düşük kişisel başarı duygusunun tükenmişlik ile yüksek düzeyde anlamlı bir ilişkisi bulunmuş ve tükenmişliğin gelişmesinde kişilik özelliklerinin önemli bir yordayıcı etkisi olduğu tespit edilmiştir (Solona ve ark., 2021: 1324). Lopez ve arkadaşlarının, 2020 yılında yaptıkları araştırmada ise uykusuzluk, somatik belirtiler ve olumsuz iş beklentileri tükenmişlik için anlamlı yordayıcılar olarak tespit edilirken zihinsel iş yükü ve tükenmişlik arasında cinsiyetler özelinde değişen farklar tespit edilmiştir (Lopez ve ark., 2020: 983). Son olarak Schlak ve arkadaşları 2021 yılında yayınlanan araştırmalarında çalışma ortamının iyileştirilmesinin hemşire tükenmişliğini yordadığı görülmüştür. (Schlak, 2021: 610).

2.2. Öz Duyarlılık Kavramı

Alanyazında yapılan araştırmalara göre, bireylerin ruh sağlıklarının korunmasında ve güçlendirilmesinde etkisi olan önemli kavramlardan biri öz duyarlılıktır (Ersezgin ve Tok, 2018: 6). Öz duyarlılık kavramı, alanyazında kişinin acı ve zorluk yaşamasına sebep olan hislerine karşı açık ve kabul edici olması, kendine yönelik sevecen ve özenli bir tutumla yaklaşması, hedeflerine ulaşmada yaşadığı başarısızlıklara karşı anlayışlı olması ve yaşadığı negatif deneyimleri yaşamın doğal süreci olarak algılaması şeklinde tanımlanmaktadır (Ekşi ve ark., 2020: 823). Öz duyarlılık kavramı, paylaşımların bilincinde olma, öz-sevecenlik ve bilinçlilik olmak üzere toplamda 3 alt boyuta sahiptir. Öz-sevecenlik boyutu, kişinin yaşam içerisinde yaptığı yanlışlardan ötürü kendisini acımasızca eleştirmesi yerine kendisini anlamaya ve şefkatli bir tutum sergilemeye çalışması olarak tanımlanmaktadır. Kendini anlamaya yönelik bir tutuma sahip olan kişiler, kendiliğine zarar verici davranışlarda bulunmaz ve yanlışlarını kabul ederek o yanlışlardan ders alırlar. İkinci boyut olan paylaşımların bilincinde olma boyutu, bireyin günlük yaşamında karşılaştığı zorlu durumların sadece kendisinin başına gelmediğini, diğer insanlarında benzer zorluklarla karşılaştığını kabul etmesi olarak tanımlanmaktadır. Bu farkındalığa sahip olan birey başarısızlık yaşadığında kendini eleştirip, sosyal çevresinden uzaklaşmak yerine bu durumu bir deneyim olarak nitelendirir. Öz duyarlılığın üçüncü ve son boyutu ise bilinçliliktir. Bilinçlilik, kişinin hayatı boyunca pozitif tecrübeleri olmayacağını, üzüntü veren ve zorlayıcı duygularında yaşanabileceğini kabul ederek asıl olanın bu zorluklardan tecrübe edinmek ve ders çıkarmak olduğunun farkındalığı olarak açıklanır (Kaya, 2019:20). Öz duyarlılık kavramının yukarıda da bahsedildiği üzere toplamda 3 farklı alt boyutu vardır. Ancak bu 3 farklı alt boyuta eşlik eden karşıt boyutlarda yer almaktadır. Bu karşıt alt boyutlardan ilki öz sevecenlik boyutunun karşısında yer alan öz yargılama alt boyutudur. Öz yargılama boyutu yapısı gereği öz sevecenliğin tam zıttı düşünceleri ve davranışları bünyesinde bulundurmaktadır. İkinci boyut olan paylaşımların bilincinde olma alt boyutunun tam zıttı olan boyut ise izolasyon alt boyutudur. İzolasyon alt boyutu, kişinin yaşamış olduğu negatif durumlar karşısında sadece kendisinin bu durumda olduğunu düşünmesi ve sosyal çevreye yönelik bir izolasyon uygulamasıdır. Üçüncü alt boyut ise bilinçliliğin karşıt boyutu olan özdeşleşme alt boyutudur. Bu alt boyut ise bireyin, duygu ve düşüncelerinin farkındalığına varmadan içten içe kendini rahatsız eden zorlayıcı durum ve düşüncelerle özdeşleşmesi olarak

tanımlanmaktadır. Yukarıda bahsedilen öz duyarlılığın üç alt boyutunun birlikte ve karşılıklı alışveriş halinde bulunarak zihnimizde öz-duyarlılığa ait bir alan oluşturduğunu ve bu alanın bireyi dışarıdan gelen negatif koşullara ve ruhsal hastalıklara karşı koruduğu tespit edilmiştir. Yukarıda bahsedilen üç boyutun değişken olarak birbirlerinden ayrılmasına ve fenomenolojik olarak birbirlerinde çok farklı şekillerde tesir etmelerine karşın, bu kavramların birbirleriyle etkileşimli olarak hareket ettiklerini ve birbirlerini yordadıklarını tespit edilmiştir (Yılmaz ve Cenkseven, 2020: 170). Gilbert (2009), öz duyarlılık kavramına evrimsel bir bakış açısı getirerek, bireyin kendini yargılama olasılığına karşın öz duyarlılığın bir güvenlik sistemi gibi devreye girdiğini belirtmiştir. Kişilerin sınırlanma ve zorlanmalarla karşı karşıya kaldıklarında ortaya çıkardıkları benlikleri, negatif düşünce sistemlerine ve sosyal izolasyona neden olabilir. Kişiler yaşadıkları zorlu durumların insanlığın ortak hissiyatı olduğunu anımsayamadıklarında hisler şiddetini artırır ve sosyal geri çekilme başlar. Tam tersi durumda birey yaşadığı olumsuz durumların diğer insanlarında başına gelebileceğini kabullenen bir tutum sergilerse yaşanan rahatsızlık verici duygunun şiddeti azalır ve sosyal izolasyoda yumuşama başlar (Ekşi ve ark., 2020: 823). Bir diğer ifade ile öz duyarlılık, bireyin etrafında yer alan diğer bireylere karşı göstermiş olduğu anlayış, merhamet, hoşgörü, sabır, hassasiyet ve kibar tutumu kendisine yönelik göstermesi olarak tanımlanmaktadır. Çalışma ortamlarında hizmet sunulan ya da ürün satılan kimselere yönelik gösterilen empati ve sempati becerisi zaman içerisinde bireylerin kendilerine ve işlerine yabancılaşmalarına buna bağlı olarak tükenmeye neden olabilmektedir. Özellikle çalışan bireylerin günlük yaşamın koşturması içerisinde kendilerine yönelik uygulayacakları öz bakım ve öz duyarlılığın tükenmişliğe yönelik koruyucu bir kalkan etkisi olacağı düşünülmektedir. Öz duyarlılık kavramından hareketle kişinin kendisine keder, üzüntü, sıkıntı ve acı veren duygularına karşı açık ve kabullenici bir tutum sergilemesi, hedeflerine ulaşmada yaşadığı zorluklar ve başarısızlık karşısında var olan durumdan ders alarak süreci kabullenmesi ve kendi yaşamış olduğu zorlukların diğer insanlarında başına gelebileceğini dolayısıyla yalnız olmadığını ve bu zorlukların yaşamın doğal parçası olduğunu kabullenmesi bireyin öz duyarlılık kapasitesinin ne oranda geliştiği ile doğru orantılıdır (Aydın ve Kahraman, 2020: 1626).

2.2.1. Öz Duyarlılık ile İlişkili Kavramlar

Öz duyarlılık kavramı ulusal alanyazında, daha öncesinde, algılanan iş stresi (Ersezgin ve Tok, 2019:1), dönüşümcü liderlik (Kaya, 2019:17: 820), mutluluk korkusu (Ekşi ve ark. 2020: 820), yaşam doyumu (Tel ve Sarı, 2016: 292) kendini sabotaj (Aydın ve Kahraman, 2020: 1625), psikolojik dayanıklılık (Ersezgin ve Tok, 2019: 1), travma sonrası stres (Özcan, 2019: 621), psikolojik sahiplik (Kaya, 2019: 17), duygu düzenleme güçlüğü (Yılmaz ve Cenkseven, 2020: 168), duygularını ifade etme becerisi (Ekşi ve ark. 2020:820), başa çıkma stratejileri (Ersezgin ve Tok, 2019: 1), travma sonrası büyüme (Özcan, 2019: 621) ve psikolojik ihtiyaç (Aydın ve Kahraman, 2020: 1625) gibi farklı değişkenler ile çalışılmıştır

Öz duyarlılık kavramı uluslararası alanyazında ise, ruh sağlığı ((Kotera, 2020), (Kotera ve Ting, 2019: 227), yeme patolojisi (Turk ve ark., 2021:1), başkalarına yönelik endişe (Gerber ve Anaki, 2020: 741), motivasyon (Kotera ve Ting, 2019: 227), beden imajı (Turk ve ark., 2021: 1) ve dayanıklılık (Kotera, 2020: 227) gibi farklı kavramlarla çalışılmıştır.

2.2.2. Öz Duyarlılık İlgili Yurtiçinde ve Yurtdışında Yapılan Çalışmalar

Alanyazında yer alan ulusal çalışma bulguları incelendiğinde, Kaya'nın 2019 yılında yaptığı çalışmada, öğretmenlerin öz duyarlılık düzeyleri ile dönüşümcü liderlik özellikleri arasında ilişki tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile kendini sert bir şekilde yargılamadan yapmış olduğu hataları ile kendilerini kabul eden öğretmenlerin diğerlerine kıyasla daha yapıcı bir liderlik davranışı sergiledikleri görülmektedir (Kaya, 2019: 17). Aydın ve Kahraman'ın 2020 yılında yaptığı çalışmada, hemşirelik bölümü okuyan öğrencilerin kendilerini sabotaj düzeyleri ile öz duyarlılık düzeylerinin ve psikolojik ihtiyaçların alt boyutları arasında negatif yönlü anlamlı ilişki tespit edilmiştir. Bu çalışma bulgularına göre bireyin kendini sabotaj düzeyi düştükçe psikolojik ihtiyaçlar ve öz duyarlılık düzeyi artmaktadır (Aydın ve Kahraman, 2020: 1625). Ekşi ve arkadaşlarının 2020 yılında üniversite öğrencileri ile yaptıkları araştırmada, öz duyarlılık ve mutluluk korkusu arasında negatif yönde ilişki tespit edilirken, duygularını ifade etme ile öz duyarlılık arasında pozitif yönlü ilişki tespit edilmiştir. Bu çalışma kapsamında, elde edilen bulgulara göre öz duyarlılık kavramı, duygularını ifade etme ve mutluluk korkusu için aracı bir değişken rolü üstlenmiştir (Ekşi ve ark., 2020: 820) Tel ve Sarı'nın 2016 yılında yaptıkları çalışmada, yaşam doyumu, öz duyarlılığın alt boyutları olan, öz sevecenlik, paylaşımların farkındalığı ile pozitif yönde anlamlı bir ilişkisi olduğu tespit edilmiştir. Öz duyarlılık kavramının bilinçlilik alt boyutunda erkek katılımcıların kadın katılımcılara göre daha yüksek puan aldıkları gözlemlenmiştir (Tel ve Sarı, 2016: 292). Ersezgin ve Tok 2016 yılında yaptıkları çalışmada, bireylerin algıladıkları iş kaynaklı streslerinin, problem odaklı baş etme davranışlarının, psikolojik dayanıklılığın alt boyutu olan sosyal yeterliliklerinin ve öz duyarlılıklarının %55 oranında tükenmişliği yordadığı tespit edilmiştir (Ersezgin ve Tok, 2016: 1). Yılmaz ve Cenkseven'in 2020 yılında üniversite öğrencileri üzerinde yaptıkları çalışmada ise t testi ve çoklu regresyon analizi kullanılarak sonuçlar elde edilmiştir. Çalışma neticesinde üniversite öğrencilerinin cinsiyetlerine göre, öz duyarlılığın alt ve birbirleriyle karşıt boyutları olan, öz yargılama, öz sevecenlik, bilinçlilik, paylaşımların bilincinde olma ve duygu düzenleme güçlüğü boyutları özelinde anlamlı bir puan farklılığı tespit edilememiştir. Bunun yanı sıra üniversite öğrencilerinin aşırı özdeşleşme ve izolasyon alt boyut puanları kız öğrencilerde daha anlamlı farklar göstermektedir. Erkek öğrencilerde bu farkın anlamlı olmadığı tespit edilmiştir. Üniversite öğrencilerinin buldukları yaş gruplarına göre baktığımızda duygu düzenleme zorlukları ve öz duyarlılık alt ve karşıt boyutları arasında anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir. Öz duyarlılık kavramının, duygu düzenleme zorluğu üzerindeki etkisini ölçmek için çoklu regresyon analizi yapılmış ve sonuç olarak öz duyarlılığın tüm alt boyutlarının birlikte üniversite öğrencilerinin duygularını düzenleme güçlüğü için yüksek düzeyde anlamlı bir yordayıcı olduğu tespit edilmiştir (Yılmaz ve Cenkseven, 2020: 168). Özcan 2019 yılında yaptığı çalışmanın veri analizinde korelasyon analizi ve regresyon analizi kullanmıştır. Araştırmanın sonucunda, travma yaşamış bireylerde ortaya çıkan travma sonrası stresin ve öz duyarlılık düzeylerinin, bireylerin travma sonrasında yaşadıkları travma sonrası büyüme ile yüksek düzeyde anlamlı ilişkili olduğu tespit edilmiştir. Bunun yanı sıra öz duyarlılık düzeyinin ve travma sonrası stresin travma sonrası büyümeyi pozitif yönde anlamlı bir şekilde yordadığı bulunmuştur (Özcan, 2019: 621).

Alanyazında yer alan uluslararası çalışma bulguları incelendiğinde, Gerber ve Anaki'nin 2020 yılında yayınlanan çalışmalarında öz duyarlılığın ve başkaları için endişenin tükenmişlik ile negatif yönde anlamlı bir ilişkisi olduğu tespit edilmiştir (Gerber ve Anaki, 2020: 741). Türk ve arkadaşlarının 2021 yılında yayınlanan çalışmasında, öz duyarlılığın yeme patolojisi ve

beden imajı arasında yordayıcı bir etkisi olduğu tespit edilmiştir (Turk ve ark., 2021: 1). Kotera ve Ting'in yaptıkları çalışmada ise, öz duyarlılığın ruh sağlığının en güçlü yordayıcısı olduğu ve motivasyon, öz duyarlılık ve ruh sağlığı arasında anlamlı bir ilişki bulunduğu tespit edilmiştir. Kotera 2020 yılında yaptığı çalışmada, öz duyarlılığın olumsuz ruh sağlığı tutumları ile ruh sağlığı sorunları arasındaki ilişkiyi yordadığı ve yüksek öz duyarlılığın olumsuz ruh sağlığı tutumlarının ruh sağlığı sorunları üzerindeki etkisini zayıflattığı tespit edilmiştir. Bunun yanı sıra dayanıklılık düzeyinin olumsuz ruh sağlığı tutumlarının ruh sağlığı sorunları üzerinde etkisi olmadığı görülmüştür (Kotera, 2020: 227).

2.3. Öz Duyarlılık ve Tükenmişlik Arasındaki İlişkiler

Bu çalışma kapsamında yer alan öz duyarlılık ve tükenmişlik kavramlarının ulusal ve uluslararası alanyazında daha öncesinde birlikte çalışıldığı ((Gerber ve Anaki, 2021: 741), (Ülker ve Çakır, 2019: 1393), (Ersezgin ve Tok, 2018: 1) ve (Duran ve Barlas, 2015: 69)) bazı araştırmalar yer almaktadır. Gerber ve Anaki yaptıkları çalışmada, bireyin kendine yönelik göstermiş olduğu şefkatin yani öz duyarlılığın ve başkalarına yönelik endişenin tükenmişliği azalttığını tespit etmiştir. Bu çalışmada araştırmacılar günümüz koşullarının büyük bir sorunu haline gelen tükenmişliği önlemek adına potansiyel dayanıklılık için öz duyarlılık ve başkalarına yönelik şefkatin önemini vurgulamaktadır (Gerber ve Anaki, 2021: 741). Ülker ve Çakır 2019 yılında öğretmenler ile yaptıkları çalışmada, uyguladıkları T testi sonucuna göre erkeklerin tükenmişliğin alt boyutları olan kişisel başarısızlık ve duyarsızlaşma boyutlarından aldıkları puanların kadınların aldıkları puanlardan anlamlı derecede yüksek olduğu tespit edilmiştir. Araştırma içerisinde yapılan regresyon analizi sonucunda ise bireyin yaşam boyu çalıştığı sürenin ve cinsiyetin, tükenmişliğin alt boyutu olan kişisel başarısızlığı ve duyarsızlaşmayı anlamlı düzeyde yordadığı görülmüştür. Araştırmadan elde edilen veriler eşli ruminasyon verilerinin bireyin mesleki anlamdaki tükenmişlik düzeyinin 3 alt kategorisini de anlamlı düzeyde yordadığını göstermiştir. Yapılan çalışmada, öz duyarlılığın alt boyutları olan öz yargılama, öz sevecenlik, izolasyon, bilinçlilik, fazla özdeşleşme, paylaşımların bilincinde olma boyutları arasından fazla özdeşleşme boyutunun bireyin mesleki anlamdaki tükenmişliğinin alt boyutlarında kişisel başarısızlık ve duygusal tükenmeyi yordadığı görülmektedir. Bunun yanı sıra öz duyarlılığın alt boyutlarından öz yargılama boyutunun mesleki tükenmişliğin alt boyutu olan duyarsızlaşma ve duygusal tükenmeyi anlamlı derecede yordadığı görülmüştür (Ülker ve Çakır, 2019: 1393). Ersezgin ve Tok'un 2018 yılında yaptıkları çalışmada, bireyin algıladığı iş stresi düzeyinin, duygulara yönelik başa çıkma tarzının, problemlere yönelik başa çıkma tarzının, psikolojik dayanıklılığın alt boyutlarından birisi olan sosyal yeterliliğin ve öz duyarlılığın, tükenmişlik düzeyi varyans analizi sonucunun %55 olduğu tespit edilmiştir. Bunun yanı sıra problemlere yönelik başa çıkma tarzının, sosyal yeterlilik ve öz duyarlılık kavramlarının bireyin algıladığı iş stresi ve tükenmişlik seviyeleri arasındaki ilişkide yordayıcı görevleri oldukları tespit edilmiştir (Ersezgin ve Tok, 2018:1). Duran ve Barlasın 2015 yılında yayınlanan çalışmasında, engelli çocuğu olan ebeveynlerin eğitim düzeylerinin öznel iyi oluşlarında önemli fark yarattığı bunun yanı sıra ailenin gelir durumunun tükenmişliğin duygusal tükenme boyutunda önemli derecede fark yarattığı belirtilmiştir. Bireyin öznel iyi oluşu ile tükenmişliğin alt boyutu olan duygusal tükenme arasında negatif yönlü anlamlı bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir (Duran ve Barlas, 2015: 69).

Bu sonuçlar farklı öz duyarlılık boyutlarının tükenmişliğin farklı düzeylerini birbirinden farklı şekilde etkileyebileceğini göstermektedir. Ancak ulusal ve uluslararası alanyazında bu yönde yapılan çalışmalar sınırlıdır. Mevcut sınırlılığı gidermek ve alanyazında var olan bulgulara katkı sağlamak amacıyla bu çalışmada öz duyarlılık ve tükenmişlik arasındaki ilişkinin incelenmesi amaçlanmaktadır.

3. YÖNTEM

3.1. Araştırmanın Modeli

Araştırmada, çalışan bireylerin öz duyarlılık düzeyleri ile tükenmişlik düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi amacıyla ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır.

3.2. Araştırmanın Hipotezleri

Araştırmanın amacı doğrultusunda aşağıdaki hipotezler test edilmiştir.

H1: Öz duyarlılık ve tükenmişlik arasında ilişki vardır.

H2: Erkek çalışanların öz duyarlılık düzeyleri kadın çalışanların öz duyarlılık düzeylerinden anlamlı derecede daha yüksektir.

H3: Erkek çalışanların tükenmişlik düzeyleri kadın çalışanların tükenmişlik düzeylerinden anlamlı derecede daha yüksektir.

H4: Evli bireylerin öz duyarlılık puan ortalamaları bekar bireylerin öz duyarlılık puan ortalamalarından anlamlı derecede farklıdır.

H5: Evli bireylerin tükenmişlik puan ortalamaları bekar bireylerin tükenmişlik puan ortalamalarından anlamlı derecede farklıdır.

H6: Kamu sektöründe çalışan bireylerin tükenmişlik puan ortalamaları özel sektörde çalışan bireylerin tükenmişlik puan ortalamalarından anlamlı derecede farklıdır.

H7: Kamu sektöründe çalışan bireylerin öz duyarlılık puan ortalamaları özel sektörde çalışan bireylerin öz duyarlılık puan ortalamalarından anlamlı derecede farklıdır.

H8: Çalışan bireylerin tükenmişlik düzeyleri gelir düzeylerine göre anlamlı derecede farklılaşmaktadır.

H9: Çalışan bireylerin öz-duyarlılık düzeyleri gelir düzeylerine göre anlamlı derecede farklılaşmaktadır.

3.3. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Bu çalışmanın evreni, Türkiye genelinde özel ve kamu kurumlarında çalışan yetişkin bireylerden oluşmaktadır. Bu araştırmanın örneklemini ise, Türkiye’de farklı illerde çalışan ve araştırmaya gönüllülük ilkesini kabul ederek katılan 333 yetişkin bireyden oluşmaktadır.

Tablo 1: Sosyo-demografik Bilgiler

| | Gruplar | N | % |
|------------------|---------|-----|-------|
| Cinsiyet | Kadın | 151 | 45.3 |
| | Erkek | 182 | 54.7 |
| | Toplam | 333 | 100.0 |
| Medeni Durum | Evli | 205 | 61.6 |
| | Bekar | 128 | 38.4 |
| | Toplam | 333 | 100.0 |
| Çalıştığı Sektör | Özel | 168 | 50.5 |
| | Kamu | 165 | 49.5 |
| | Toplam | 333 | 100.0 |
| Gelir Düzeyi | Düşük | 36 | 10.8 |
| | Orta | 259 | 77.8 |
| | Yüksek | 38 | 11.4 |
| | Toplam | 333 | 100.0 |

3.4. Veri Toplama Araçları

Bu çalışmanın verilerini elde etmek için sosyo-demografik bilgi form, öz duyarlılık ölçeği ve Maslach tükenmişlik ölçeğinden yararlanılmıştır. Verilerin analizini gerçekleştirmek için SPSS 20.0 programı kullanılmıştır. Ölçeklere ilişkin detaylı bilgiler alt başlıklarda belirtilmiştir.

3.4.1. Sosyo-demografik Form

Çalışma kapsamında, araştırmacılar tarafından oluşturulan sosyo-demografik bilgi formunda bireylerin, cinsiyetleri, medeni durumları, çalıştıkları sektörler (kamu ve Özel) ve gelir düzeyleri bilgilerini almak amaçlanmıştır.

3.4.2. Genel Öz Duyarlılık Ölçeği

Bu çalışma kapsamında öz duyarlılığı ölçmek için genel öz duyarlılık ölçeği kullanılmıştır. Neff (2003) tarafından geliştirilen genel öz duyarlılık ölçeği 26 maddeden oluşmaktadır. Öz duyarlılık ölçeği 5'li likert tipi derecelendirme ile oluşturulmuştur. Türkçe versiyonu Ümran Akın, Ahmet Akın ve Ramazan Abacı (2007) tarafından yapılmıştır. Ölçekten alınabilecek en düşük puan 26, en yüksek puan ise 130 olarak belirlenmiştir (Akın ve ark., 2007).

3.4.3. Maslach Tükenmişlik Ölçeği

Çalışmada katılımcıların tükenmişlik düzeyini ölçmek için, alanyazında sıklıkla kullanılan Maslach tükenmişlik ölçeği kullanılmıştır. Ölçek, Susan Jackson ve Christina Maslach (1986) tarafından geliştirilmiş ve Ergin (1992) tarafından Türkçe geçerlilik ve güvenilirlik uyarlaması yapılmıştır. Ölçek duygusal tükenme, duyarsızlaşma ve kişisel başarısızlık hissi olarak üç alt boyutta değerlendirilmektedir. Ölçek 5'li likert tipidir ve 'hiçbir zaman', 'çok nadir', 'bazen', 'çoğu zaman' ve 'her zaman' şeklinde derecelendirilmiştir. Ölçek toplamda 22 maddeden oluşmaktadır (Türkmenoğlu ve Sümer, 2016).

4. VERİLERİN ANALİZİ

Veriler analiz edilirken SPSS 23.0 istatistik paket programından yararlanılmıştır. Araştırmada verilerin normal dağılım gösterip göstermediğini belirlemek için basıklık ve çarpıklık değerleri analizi yapılmış ve histogram değerleri incelenmiş olup, verilerin normal dağılım gösterdiği anlaşılmıştır. Araştırmanın temel hipotezi olan, ‘çalışan bireylerin öz duyarlılıkları ile tükenmişlikleri arasında ilişki olup olmadığı’ hipotezini test etmek için Pearson Korelasyon analizi kullanılmıştır. Çalışan bireylerin öz duyarlılık ve tükenmişlik düzeylerinin cinsiyete, medeni duruma ve çalışılan sektöre göre anlamlı düzeyde farklılaşıp farklılaşmadığını test etmek için bağımsız gruplar t-testi kullanılmıştır. Örneklemin öz duyarlılık ve tükenmişlik düzeylerinin gelir durumlarına göre farklılaşıp farklılaşmadığını test etmek için tek yönlü varyans analizi (ANOVA) kullanılmıştır.

5. BULGULAR VE YORUM

Bu bölümde, çalışan bireylerin öz duyarlılık düzeyleri ile tükenmişlik düzeyleri arasındaki ilişkiyi incelemek amacı ile gerçekleştirilen çalışmadan elde edilen bulgulara ve bu bulguların değerlendirilerek yorumlanmasına yer verilmiştir. Araştırma kapsamında gerçekleştirilen analizlerin tamamı SPSS 23.0 programında analiz edilmiş ve bu bölümde analizlerin bulguları açıklanmıştır. Tablo 2’de verilere ait betimsel istatistik bulguları yer almaktadır.

Tablo 2: Ölçeklere İlişkin Betimsel İstatistikler

| | N | En Küçük | En Yüksek | X | SS | Çarp. | Basık. | α | | |
|----------------|-----|----------|-----------|-------|-------|-------|--------|----------|------|-------|
| Öz Duy. | | | | | | | | | | |
| Toplam | 333 | 37 | 125 | 87.05 | 15.93 | -.335 | .134 | .254 | .266 | 0.896 |
| Tüken. | | | | | | | | | | |
| Toplam | 333 | 23 | 95 | 48.45 | 12.55 | .663 | .134 | .134 | .266 | 0.871 |

Tablo 2’de görüldüğü gibi, değişkenlere ait ortalama puanları, standart sapma değerleri, ölçeklerden aldıkları en büyük ve en küçük değerleri, Cronbach alpha değerleri, çarpıklık ve basıklık değeri hesaplanmıştır. Öz duyarlılık ölçeğinden alınan puanların ortalaması 87.05, standart sapması 15.93, ölçekten alınan en büyük değer 125, en küçük değer 37 dir. Ölçeğin çarpıklık değeri -335/134 ve basıklık değeri 254/266 dır. Cronbach alpha değeri 0.896 dır. Tükenmişlik ölçeğinin alınan puanların ortalaması 48.45, standart sapması 12.55, ölçekten alınan en küçük değer 23, en büyük değer 95, ölçeğin çarpıklık değeri 663/134, basıklık değeri 134/266’dir. Cronbach alpha değeri 0.871’dir. Araştırma kapsamında, Cronbach alfa değerleri incelendiğinde; genel öz duyarlılık ölçeğinin 0,896 puan olması nedeni ile ölçek yüksek derecede güvenilir olarak kabul edilirken, Maslach tükenmişlik ölçeği toplamda 0,871 puan ile düşük derecede güvenilir olarak kabul edilmektedir. Basıklık ve çarpıklık değerleri, araştırma içerisindeki verilerin normal dağılımının tespitinde kullanılır. Burada, normal dağılım

sağlanabilmesi için verilerin basıklık ve çarpıklık değerlerinin $\pm 1,50$ puan aralığında olması gerekmektedir. Araştırma kapsamında oluşturulan betimsel istatistik tablosu incelendiğinde çarpıklık ve basıklık değerlerinin $\pm 1,50$ puan aralığında olduğu ve histogram değerlerinin normal dağılım gösterdiği görülmektedir. Bu durumdan hareketle verilerin normal dağıldığı, bu nedenle parametrik testlerin kullanılması gerektiği tespit edilmiştir. Öz duyarlılık ve tükenmişlik ölçeklerinden alınan basıklık ve çarpıklık değerlerinin $+1,50$ ile $-1,50$ değer aralığında olması ve histogram analizi sonucu çalışmanın verilerinin normal dağılım sergilediğini göstermektedir.

Araştırma sonucunda elde edilen bulgularda, çalışan bireylerin tükenmişlik düzeyleri ile öz duyarlılıkları arasında anlamlı derecede ilişkinin varlığını/yokluğunu tespit etmek amacıyla korelasyon analizi yapılmıştır. Bu doğrultuda elde edilen sonuçlar Tablo 3' de verilmiştir.

Tablo 3: Öz Duyarlılık ile Tükenmişlik Puanlarına İlişkin Korelasyon Analizi

| | | Öz Duyarlılık |
|--------------------|---|---------------|
| Tükenmişlik | r | -638** |

***p<001

Değişkenlerin ölçek puanlarına yönelik korelasyon analizi tablo 3'de yer almaktadır. Yapılan araştırmada, öz duyarlılık ile tükenmişlik ($r=-0,638$; $p<0.1$) arasında negatif yönde, istatistiksel olarak anlamlı ve orta düzeyde bir ilişki bulunmuştur.

Araştırma sonucunda elde edilen bulgularda, kadın çalışanların ve erkek çalışanların tükenmişlik ve öz duyarlılıkları arasında anlamlı derecede fark olup olmadığını tespit etmek amacıyla t-testi yapılmıştır. Bu doğrultuda elde edilen sonuçlar Tablo 4'de verilmiştir.

Tablo 4: Cinsiyete Göre Tükenmişlik ve Öz Duyarlılık Puanlarının Karşılaştırılmasına İlişkin Bağımsız Örneklem T-Testi Analizi

| | Grup | N | \bar{x} | ss | t | sd | P |
|---------------|-------|-----|-----------|--------|------|-----|-----|
| Öz Duyarlılık | Kadın | 151 | 87.25 | 18.554 | 205 | 331 | 837 |
| | Erkek | 182 | 86.88 | 13.417 | | | |
| Tükenmişlik | Kadın | 151 | 48.01 | 13.616 | -583 | 331 | 560 |
| | Erkek | 182 | 48.81 | 11.610 | | | |

*p<0.05

Tablo 4'de çalışan bireylerin, tükenmişlik ve öz duyarlılık toplamalarına ait ortalamalarının cinsiyet değişkeni doğrultusunda istatistiksel olarak anlamlı derecede farklılaşp farklılaşmadığını görebilmek için T-testi analizi yapılmıştır. T testi analiz sonucuna göre kadınların öz duyarlılık puanları ile erkeklerin öz duyarlılık puanları arasında anlamlı bir fark ($t=205$; $SD=331$); $p>0.05$) olmadığı tespit edilmiştir. Kadınların öz duyarlılık puan ortalamaları, ($\bar{x} = 87.25$), erkeklerin öz duyarlılık puan ortalamalarından ($\bar{x} = 86.88$) daha büyüktür. Bunun yanı sıra kadın ve erkeklerin öz duyarlılıkları arasındaki fark anlamlı

görülmemektedir ($p > 0,05$). Buradan hareketle, kadın ve erkeklerin öz duyarlılık düzeyleri arasında fark olmadığı tespit edilmiştir. Kadınların öz duyarlılık standart sapmaları ($SS=18.554$), erkeklere göre ($SS=13.417$) daha yüksek tespit edilmiştir. Bir diğer deyişle kadın çalışanların öz duyarlılık puanları ile erkek çalışanların öz duyarlılık puanları arasında anlamlı bir fark tespit edilememiştir. Analiz sonucuna göre, kadınların tükenmişlik puanları ile erkeklerin tükenmişlik puanları arasında anlamlı bir fark ($t=-583$; $SD=331$); $p>0.05$) olmadığı tespit edilmiştir. Bunun yanı sıra kadınların tükenmişlik puan ortalamaları ($\bar{x} = 48.01$), erkeklerin tükenmişlik ($\bar{x}=48.81$) puan ortalamalarından daha küçüktür. Ancak kadın ve erkeklerin tükenmişlikleri arasındaki fark anlamlı görünmemektedir ($p> 0,05$). Bu nedenle, kadın ve erkeklerin tükenmişlik algıları arasında anlamlı bir fark olmadığı ortaya konulmuştur. Kadınların tükenmişlik standart sapmaları ($SS=13.616$), erkeklere göre ($SS=11.610$) daha yüksek tespit edilmiştir.

Araştırma sonucunda elde edilen bulgularda, çalışan bireylerin tükenmişlik düzeylerinin ve öz duyarlılıklarının gelir durumlarına (düşük, orta ve yüksek) göre anlamlı derecede fark yaratıp yaratmadığını tespit etmek amacıyla Anova uygulanmıştır. Bu doğrultuda elde edilen sonuçlar Tablo 5’de verilmiştir.

Tablo 5: Algılanan Gelir Durumuna Göre Tükenmişlik Düzeylerinin ve Öz Duyarlılıklarının Karşılaştırılmasına İlişkin ANOVA Analizi

| | Gruplar | N | \bar{x} | SS | Σ kare | SD | \bar{x} kare | F | P | Fark |
|----------------------|----------|-----|-----------|--------|---------------|-----|----------------|--------|---------|-------|
| Tükenmişlik | 1-Düşük | 36 | 57.33* | 16.649 | 3404.719 | 2 | 1702.359 | 11.499 | .000*** | 1>2,3 |
| | 2-Orta | 259 | 47.04 | 11.449 | 48885.612 | 330 | 148.047 | | | |
| | 3-Yüksek | 38 | 49.61 | 12.006 | 52260.330 | 332 | | | | |
| Öz Duyarlılık | 1-Düşük | 36 | 77.50 | 18.723 | 3784.111 | 2 | 1892.056 | 7.671 | .001*** | 2>1,3 |
| | 2-Orta | 259 | 88.43 | 15.110 | 480447.120 | 330 | 243.779 | | | |
| | 3-Yüksek | 38 | 86.66 | 15.831 | 84231.231 | 332 | | | | |

* $p<0.05$; ** $p<0.01$; *** $p<0.001$

Tablo 5’de yer alan analiz sonucunda, gelir durumlarına göre tükenmişliğin anlamlı fark yarattığı tespit edilmiştir. Varyans analizi sonucunda, gelir durumlarına göre tükenmişlik ($F=11.499$), ($p<0.05$) ve öz duyarlılık ($F=7.671$), ($p<0.05$) puanlarında istatistiksel anlamda anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Farklılığın yönünün, tükenmişlikte, düşük gelir düzeyi, öz duyarlılıkta ise orta gelir düzeyi olduğu tespit edilmiştir. Tablo 5’de çalışan bireylerin tükenmişlik ve öz duyarlılık seviyeleri ile gelir düzeyleri karşılaştırıldığında, tükenmişlikte en yüksek ortalamanın ($X= 57.33$) düşük gelir düzeyine sahip, çalışan bireylerde olduğu tespit edilmiştir. Düşük gelir durumu ortalamasını sırasıyla yüksek gelir ($X=49.61$) ve orta gelir durumu ($X= 47.04$) izlemektedir. Tükenmişlikteki en yüksek standart sapmalar sırasıyla düşük gelir düzeyi (16.649), yüksek gelir düzeyi (12.006) ve orta gelir (11.449) düzeyidir. Bir diğer deyişle düşük gelir düzeyine sahip çalışan bireylerin tükenmişlik ölçeğinden aldıkları puan diğer gelir durumlarına kıyasla istatistiksel olarak anlamlı derecede fazladır. Çalışan bireylerin öz duyarlılık seviyeleri ile gelir düzeyleri karşılaştırıldığında en yüksek ortalamanın ($X= 88.43$)

orta gelir düzeyine sahip çalışan bireylerde olduğu tespit edilmiştir. Orta gelir durumu ortalamasını sırasıyla yüksek gelir ($X=86.66$) ve düşük gelir durumu ($X= 77.50$) izlemektedir. Öz duyarlılıktaki en yüksek standart sapmalar sırasıyla düşük gelir düzeyi (18.723), yüksek gelir düzeyi (15.831) ve orta gelir (15.110) düzeyidir. Bir diğer deyişle, orta gelir düzeyine sahip çalışan bireylerin öz duyarlılıktan aldıkları puan diğer gelir durumlarına kıyasla istatistiksel olarak anlamlı derecede fazladır.

Araştırma sonucunda elde edilen bulgularda, evli çalışanların ve bekar çalışanların tükenmişlik düzeyleri ve öz duyarlılıkları arasında anlamlı derecede fark olup olmadığını tespit etmek amacıyla T testi yapılmıştır. Bu doğrultuda elde edilen sonuçlar Tablo 6’da verilmiştir.

Tablo 6: Medeni Duruma Göre Tükenmişlik ve Öz Duyarlılık Puanlarının Karşılaştırılmasına İlişkin T-Test Analizi

| | Grup | N | \bar{x} | ss | t | sd | p |
|---------------|-------|-----|-----------|--------|-------|-----|-------|
| Öz Duyarlılık | Evli | 205 | 88.39 | 13.383 | 1.954 | 331 | 0.052 |
| | Bekar | 128 | 84.90 | 19.182 | | | |
| Tükenmişlik | Evli | 205 | 48.32 | 11.153 | -240 | 331 | 0.811 |
| | Bekar | 128 | 48.66 | 14.547 | | | |

* $p<0.05$

Tablo 6’da yer alan analiz sonucuna göre evli bireylerin öz duyarlılık puanları ile bekar bireylerin öz duyarlılık puanları arasında anlamlı bir fark ($t=1.954$; $SD=331$); $p>0.05$) olduğu tespit edilememiştir. Evli bireylerin öz duyarlılık puan ortalamaları ($\bar{x} = 88.39$), bekar bireylerin öz duyarlılık puan ortalamalarından ($\bar{x} =84.90$) daha yüksektir. Bunun yanı sıra evli ve bekar bireylerin öz duyarlılıkları arasındaki fark anlamlı görülmemektedir ($p>0,05$). Evli bireylerin öz duyarlılık standart sapmaları ($SS=13.383$), bekar bireylere göre ($SS=19.182$) daha düşük tespit edilmiştir. Bunun yanı sıra evli ve bekar bireylerin öz duyarlılıkları arasında anlamlı bir fark tespit edilememiştir. Analiz sonucuna göre evli bireylerin tükenmişlik puanları ile bekar bireylerin tükenmişlik puanları arasında anlamlı bir fark ($t=-240$; $SD=331$); $p>0.05$) olmadığı tespit edilmiştir. Evli bireylerin tükenmişlik puan ortalamaları ($\bar{x} = 48.32$), bekar bireylerin tükenmişlik puan ortalamalarından ($\bar{x} =48.66$) daha düşüktür. Evli bireylerin tükenmişlik standart sapmaları ($SS=11.153$), bekar bireylere göre ($SS=14.547$) daha düşük tespit edilmiştir.

Araştırma sonucunda elde edilen bulgularda, kamu sektöründe çalışanların ve özel sektörde çalışanların tükenmişlik düzeylerinin ve öz duyarlılıklarının arasında anlamlı derecede fark olup olmadığını tespit etmek amacıyla T testi yapılmıştır. Bu doğrultuda elde edilen sonuçlar Tablo 7’de verilmiştir.

Tablo 7: Çalışılan Sektöre Göre Tükenmişlik ve Öz Duyarlılık Puanlarının Karşılaştırılmasına İlişkin T-Test Analizi

| | Grup | N | \bar{x} | ss | t | sd | P |
|---------------|------|-----|-----------|--------|------|-----|-------|
| Öz Duyarlılık | Kamu | 165 | 87.09 | 17.591 | 0.48 | 331 | .962 |
| | Özel | 168 | 87.01 | 14.088 | | | |
| Tükenmişlik | Kamu | 165 | 47.75 | 13.017 | 443 | 331 | .001* |
| | Özel | 168 | 48.14 | 12.080 | | | |

*p<0.05

Tablo 7’de çalışan bireylerin, tükenmişlik ve öz duyarlılığa ait ortalamalarının çalışılan sektör değişkeni doğrultusunda istatistiksel olarak anlamlı derecede farklılaşıp farklılaşmadığını tespit etmek için T-testi analizi yapılmıştır. T testi analiz sonucuna göre kamu sektöründe çalışan bireylerin öz duyarlılık puanları ile özel sektörde çalışan bireylerin öz duyarlılık puanları arasında ($t=0.48$; $SD=331$); $p>0.05$) istatistiksel olarak anlamlı bir fark olmadığı tespit edilmiştir. Kamu sektöründe çalışan

bireylerin öz duyarlılık puan ortalamaları ($\bar{x} = 87.09$), özel sektörde çalışan bireylerin öz duyarlılık puan ortalamalarından ($\bar{x} = 87.01$) daha yüksektir. Kamu sektöründe çalışan bireylerin öz duyarlılık standart sapmaları ($SS=17.591$), özel sektörde çalışan bireylere göre ($SS=14.088$) daha düşük tespit edilmiştir. Analiz sonucuna göre kamu sektöründe çalışan bireylerin tükenmişlik puanları ile özel sektörde çalışan bireylerin tükenmişlik puanları arasında ($t=443$; $SD=331$; $p<0.05$) istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu tespit edilmiştir. Kamu sektöründe çalışan bireylerin tükenmişlik puan ortalamaları ($\bar{x} = 47.75$), özel sektörde çalışan bireylerin tükenmişlik puan ortalamalarından ($\bar{x} = 48.14$) daha düşüktür. Kamu sektöründe çalışan bireylerin tükenmişlik standart sapmaları ($SS=13.017$), özel sektörde çalışan bireylere göre ($SS=12.080$) daha yüksek tespit edilmiştir.

6. SONUÇ

Bu çalışma kapsamında, çalışan bireylerin, tükenmişlikleri ve öz duyarlılıkları arasında ilişki olup olmadığını tespit etmek amacıyla korelasyon analizi yapılmıştır. Bu analiz doğrultusunda öz duyarlılık toplam puanı ile tükenmişlik toplam puanı arasında negatif bir ilişki tespit edilmiştir.

Yapılan araştırmadan, elde edilen bulgulara dayalı olarak varılan genel sonuçlar ortaya çıkmaktadır. Çalışan bireylerin, tükenmişlik ve öz duyarlılık düzeylerine ait ortalamalarının cinsiyet değişkeni doğrultusunda anlamlı derecede farklılaşıp farklılaşmadığını tespit etmek için T-testi analizi yapılmıştır. Bu doğrultuda, kadın çalışanların tükenmişlik puanları ile erkek çalışanların tükenmişlik puanları arasında fark olmadığı tespit edilmiştir. Bunun yanı sıra kadın çalışanların öz duyarlılık puanları ile erkek çalışanların öz duyarlılık puanları arasında da fark bulunamamıştır.

Çalışan bireylerin, tükenmişlik ve öz duyarlılık puanlarının, gelir durumlarına göre anlamlı bir şekilde farklılaşıp farklılaşmadığını test edebilmek için Anova analizi kullanılmıştır. Analiz sonucunda, farklılığın yönünün, tükenmişlikte düşük gelir düzeyinde, öz duyarlılıkta ise orta gelir düzeyinde olduğu tespit edilmiştir. Bir diğer deyişle, orta gelir düzeyine sahip çalışan bireylerin öz duyarlılıktan aldıkları puanlar diğer gelir durumlarına kıyasla daha fazladır.

Bunun yanı sıra düşük gelir düzeyine sahip çalışan bireylerin tükenmişlikten aldıkları puanlar diğer gelir durumlarına kıyasla daha fazladır.

Çalışan bireylerin, tükenmişliğe ve öz duyarlılığa ait ortalamalarının, medeni durum değişkeni doğrultusunda farklılaşıp farklılaşmadığını tespit etmek için t-testi analizi yapılmıştır. T-testi analiz sonucuna göre evli ve bekar bireylerin öz duyarlılık toplam puanları arasında fark tespit edilememiştir. Bunun yanı sıra yine evli ve bekar bireylerin tükenmişlik toplam puanları arasında fark tespit edilememiştir.

Çalışan bireylerin, tükenmişlik ve öz duyarlılığa ait ortalamalarının, çalışılan sektör değişkeni doğrultusunda farklılaşıp farklılaşmadığını tespit etmek için t-testi analizi yapılmıştır. T-testi analiz sonucuna göre kamu sektöründe çalışan bireylerin tükenmişlik puan ortalamaları, özel sektörde çalışan bireylerin tükenmişlik puan ortalamalarından daha düşüktür. Bunun yanı sıra kamu sektöründe çalışan bireylerin öz duyarlılık puan ortalamaları ile özel sektörde çalışan bireylerin öz duyarlılık puan ortalamaları arasında fark tespit edilmemiştir.

Araştırmanın sonucunda varılan bulgular neticesinde ortaya konulan genel sonuçlar aşağıdaki şekildedir;

- 1- Öz duyarlılık ile tükenmişlik arasında negatif yönde ilişki tespit edilmiştir.
- 2- Kadın çalışanların tükenmişlik puanları ile erkek çalışanların tükenmişlik puanları arasında fark tespit edilememiştir
- 3- Kadın çalışanların öz duyarlılık puanları ile erkek çalışanların öz duyarlılık puanları arasında fark tespit edilememiştir
- 4- Orta gelir düzeyine sahip çalışan bireylerin öz duyarlılıktan aldıkları puanlar diğer gelir durumlarına kıyasla fazladır.
- 5- Düşük gelir düzeyine sahip çalışan bireylerin tükenmişlikten aldıkları puanlar diğer gelir durumlarına kıyasla fazladır.
- 6- Evli ve bekar bireylerin öz duyarlılık toplam puanları arasında fark tespit edilememiştir.
- 7- Evli ve bekar bireylerin tükenmişlikleri toplam puanları arasında fark tespit edilememiştir.
- 8- Kamu sektöründe çalışan bireylerin tükenmişlik puan ortalamaları, özel sektörde çalışan bireylerin tükenmişlik puan ortalamalarından daha düşüktür.
- 9- Kamu sektöründe çalışan bireylerin öz duyarlılık puan ortalamaları ile özel sektörde çalışan bireylerin öz duyarlılık puan ortalamaları arasında fark tespit edilmemiştir.

7. TARTIŞMA

Yapılan araştırma kapsamında, 333 kişilik yetişkin çalışan birey örneklemini üzerinde çalışılmıştır. Bu çalışmada, çalışan bireylerin öz duyarlılık seviyeleri ile tükenmişlikleri arasındaki ilişkinin incelenmesi amaçlanmıştır. Bu doğrultuda çalışan bireylerin tükenmişlik ile baş etmede öz duyarlılık seviyelerinin etkili olabileceği düşünülerek bu doğrultuda hipotezler ortaya konulmuş ve elde edilen araştırma sonuçları yorumlanmıştır. Bu bölümde ise elde edilen bulgular tartışılacaktır.

Bu çalışmada, öz duyarlılık ile tükenmişlik arasında ilişki olduğuna dair hipotez kurulmuş ve bu hipotez doğrulanmıştır. Bu çalışma sonucunda elde edilen bulgularda ise tükenmişlik ile öz

duyarlılık arasında negatif yönde orta düzeyde ilişki tespit edilmiştir. Alanyazında, Barlas ve Duran'ın 2015 yılında ve Ülker ve Çakır'ın 2019 yılında yaptıkları çalışmada bireylerin öz duyarlılıkları ile tükenmişlikleri arasında negatif yönlü anlamlı bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir ((Barlas ve Duran, 2015:69) ve (Ülker & Çakır, 2019:1393)). Araştırmadan elde edilen bulgular alanyazını doğrular niteliktedir. Bu sonuca neden olarak şunlar söylenebilir; tükenmişlik duygusunun temelde altında yatan nedenler yetersizlik düşüncesi, başarısızlık hissi ve zayıf yönler için aşırı hassasiyet olabilir. Bu, göz önünde bulundurulduğunda bireylerin öz duyarlılıklarının yani kişinin kendine yönelik sevecen ve özenli bir tutumla yaklaşması, hedeflerine ulaşmada yaşadığı başarısızlıklara karşı anlayışlı olması durumunun, tükenmişliğe etki eden bu yordayıcıları negatif yönde etkileyebileceği düşünülmektedir.

Bu çalışmada, erkek çalışanların tükenmişlik puanlarının, kadın çalışanların aldıkları puanlardan anlamlı derecede yüksek olacağına dair hipotez kurulmuştur. Ancak araştırma sonucunda bu hipotez reddedilmiştir. Bu çalışma sonucunda elde edilen bulgularda, kadın çalışanların tükenmişlik puanları ile erkek çalışanların tükenmişlik puanları arasında anlamlı fark tespit edilememiştir. Bu sonuç literatür ile çelişir niteliktedir. Yapılan alanyazı araştırması sonucunda Ülker ve Çakır'ın 2019 yılında yapmış oldukları çalışmada erkeklerin tükenmişlik toplam puanlarının, kadınların aldıkları puanlardan istatistiksel olarak anlamlı derecede yüksek olduğu saptanmıştır (Ülker ve Çakır, 2019: 1393). Bu hipotezin reddedilmesine neden olarak şunlar söylenebilir; tükenmişlik kavramı, bireyin yoğun ve sert çalışma temposuna uzun süre maruz kalmasına bağlı olarak yaşadığı duygusal ve fiziksel anlamdaki çöküş olarak tanımlanmaktadır. Bu noktadan hareketle 21.yüzyıl kadınların 'da en az erkek bireyler kadar çalışma sektörü içerisinde var olmaya başlamaları ve erkek bireyler ile kadın bireylerin aynı çalışma şartları içerisinde iş yaşamlarını sürdürdükleri göz önünde bulundurulduğunda, araştırmadan elde edilen sonucun güncel yaşamın bir neticesi olduğu düşünülmektedir. Bu çalışmada, kadın çalışanların öz duyarlılık puanlarının, erkek çalışanların aldıkları puanlardan anlamlı derecede yüksek olacağına dair hipotez kurulmuştur. Ancak araştırma sonucunda bu hipotez reddedilmiştir. Bunun çalışma sonucunda elde edilen bulgularda, kadın çalışanların öz duyarlılık puanları ile erkek çalışanların öz duyarlılık arasında anlamlı fark tespit edilememiştir. Yapılan alanyazı araştırması sonucunda, Tel ve Sarı'nın 2016 yılında yayınlanan araştırmalarında, erkek katılımcıların öz duyarlılık toplam puanlarının, kadın katılımcılara göre daha yüksek puan aldıkları gözlemlenmiştir (Tel ve Sarı, 2016: 292). Bu sonuca neden olarak şunlar söylenebilir; öz duyarlılık kavramı bireyin zorluk yaşamasına neden olan duygularına ve düşüncelerine karşı kabullenici olması, kendine sevgi ile yaklaşması, ulaşmak istediği hedeflere ulaşamadığında kendi yönelik anlayışlı olmasıdır. Ancak bu ve bunun gibi tutumların aile ve toplum içerisinde, sosyal öğrenme ile gerçekleşen süreçlerden sonra kişiliğin bir parçası olarak oluşmaya başladığı düşünülmektedir. Bu araştırma sonucunda da öz duyarlılığın cinsiyetler açısından anlamlı bir fark yaratmamış olması, genel toplumsal öz duyarlılık algısının, sosyal öğrenme paternlerimizin sonucunun prototip bir hali olduğu düşünülmektedir.

Bu çalışmada, çalışan bireylerin tükenmişlik toplam puanlarının medeni duruma göre farklılaşacağına yönelik hipotez kurulmuş ve test edilmiştir. Araştırma sonucunda, evli ve bekar bireylerin tükenmişlik arasında anlamlı fark tespit edilememiştir. Yapılan alanyazı araştırması sonucunda, Özgül ve Atan'ın 2016 yılında yaptıkları çalışmada, bireylerin medeni durumlarının tükenmişlik puanlarında fark yaratmadığı tespit edilmiştir (Özgül ve Atan, 2016;

1008). Yapılan araştırmanın bulguları literatürü doğrular niteliktedir. Yapılan araştırmadan elde edilen sonuca neden olarak şunlar söylenebilir; tükenmişlik kavramı yapısı gereği, kişisel bir stres alanını açıklamakta ve kişinin duygusal kaynaklarının seviyesinin düşmesini ifade etmektedir. Buradan hareketle toplumsal normlar ve yaşamsal koşullar göz önüne alındığında evli bireylerin duygusal anlamda beslenebilecekleri eşleri ve çocukları, bekar bireylerin ise duygusal anlamda beslenebilecekleri arkadaş çevreleri, ebeveynleri ve kardeşleri olduğu düşünüldüğünde medeni durum özelinde tükenmişlik puanlarında farklılaşma görülmemesinin beklenen bir sonuç olduğu düşünülmektedir. Bu çalışmada, çalışan bireylerin öz duyarlılık toplam puanlarının medeni duruma göre farklılaşacağına yönelik hipotezler kurulmuş ve bu hipotezler değerlendirilmiştir. Araştırma sonucunda evli ve bekar bireylerin öz duyarlılık puanları arasında anlamlı fark tespit edilememiştir. Yapılan alanyazı araştırması sonucunda, Parmaksız, 2019 yılın da yaptığı çalışmada öz duyarlılık toplam puanlarının medeni duruma göre farklılaşmadığını tespit etmiştir (Parmaksız, 2019;203). Yapılan araştırmadan elde edilen sonuca neden olarak şunlar söylenebilir; öz duyarlılık kavramı yapısı gereği bireyin acı verici olaylara yönelik kabul edici olmasıdır. Bu kabullenici tutuma etki eden en büyük faktörün ise sosyal destek veren bireyler olduğu düşünülmektedir. Bu noktada evli bireylerinin eşleri ve çocuklarından, bekar bireylerin ise anne, baba, kardeş ve arkadaşlarından aldıkları yakın sosyal destek sonucu olarak öz duyarlılıkları arasında fark olmadığı düşünülmektedir.

Bu çalışmada, çalışan bireylerin tükenmişlik ve öz duyarlılıktan alınan toplam puanların, bireylerin çalıştıkları sektöre göre farklılaşacağına yönelik hipotezler kurulmuş ve bu hipotezler değerlendirilmiştir. Bu çalışma sonucunda elde edilen bulgularda, kamu sektöründe çalışan bireylerin tükenmişlik puan ortalamalarının, özel sektörde çalışan bireylerin tükenmişlik puan ortalamalarından daha düşük olduğu bunun yanı sıra kamu sektöründe çalışan bireylerin öz duyarlılık puanlarının özel sektörde çalışan bireylerin öz duyarlılık puanları ile arasında anlamlı bir fark olmadığı tespit edilmiştir. Yapılan alanyazı araştırması sonucunda, Kılıç ve Ak'ın 2017 yılında yaptıkları çalışmada özel kurumda çalışan bireylerin kamu kurumlarında çalışan bireylere göre tükenmişlik puanlarının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir (Kılıç ve Ak, 2017;78). Bunun yanı sıra Parmaksızın 2019 yılında yaptığı çalışmada, kamu sektöründe çalışan bireylerin öz duyarlılık puan ortalamalarının, özel sektörde çalışan bireylerin öz duyarlılık puan ortalamalarından daha düşük olduğu tespit edilmiştir (Parmaksız, 2019;206). Yapılan araştırmadan elde edilen sonuca neden olarak şunlar söylenebilir; Bu araştırma sonucunda elde edilen verilerde, özel sektörde çalışan bireylerin, kamu sektöründe çalışan bireylere kıyasla daha fazla tükenmişlik yaşadıkları tespit edilmiştir. Bu bulguya neden olarak, özel sektörde çalışan bireylerin kamu sektöründe çalışan bireylere nazaran daha düşük gelirler düzeylerine sahip olmaları, çalışma saatlerinin sıklıkla belirsiz olması, az istihdama bağlı olarak iş yükünün ağır olması, sosyal hak ve özgürlüklerin kamu sektörüne kıyasla daha kısıtlı olması ve özel sektörde sıklıkla oluşturulan sert rekabet ortamının bağlı olarak özel sektörde çalışan bireylerin tükenmişlik düzeyinin daha yüksek olduğu düşünülmektedir. Bunun yanı sıra kamu sektöründe çalışan bireylerin öz duyarlılık puanları ile özel sektörde çalışan bireyler arasında anlamlı fark olmamasının nedeni olarak, öz duyarlılığın daha sosyal çevre ve aileden elde edilen duygusal kaynakların bir getirisi olmasının bu sonuca neden olduğu düşünülmektedir.

Bu çalışmada, çalışan bireylerin gelir durumlarının tükenmişlik ve öz duyarlılık toplam puanlarına etkisi üzerine hipotezler kurulmuş ve bu hipotezler doğrulanmıştır. Araştırmadan

elde edilen bulgularda, orta gelir düzeyine sahip çalışan bireylerin öz duyarlılıktan aldıkları puanların diğer gelir durumlarına kıyasla istatistiksel olarak anlamlı derecede yüksek olduğu bunun yanı sıra düşük gelir düzeyine sahip çalışan bireylerin, tükenmişlikten aldıkları puanların diğer gelir durumlarına kıyasla istatistiksel olarak anlamlı derecede yüksek olduğu tespit edilmiştir. Yapılan alanyazı araştırması sonucunda, Duran ve Barlasın 2015 yılında yayınlanan çalışmasında, bireylerin gelir durumunun tükenmişlik üzerinde önemli derecede fark yarattığı belirtilmiş ve düşük gelir düzeyine sahip bireylerin tükenmişlik puanlarının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir (Duran ve Barlas, 2015: 69). Bunun yanı sıra Parmaksız'ın 2019 yılında yaptığı çalışmada bireylerin gelir durumlarının öz duyarlılıkları üzerinde anlamlı bir fark yaratmadığı tespit edilmiştir (Parmaksız, 2019;206). Bu sonuca neden olarak şunlar söylenebilir; 21.yüzyılda ikili ilişkilerde sık sık çatışmalar yaşanması, iş yaşamında yoğun rekabet ortamının oluşması, iş ortamlarındaki yetersiz istihdama bağlı olarak çalışan bireylerden beklenen görev yükünün fazla olması, çalışma saatlerinin uzunluğu, yaşam koşullarının daha pahalı hale gelmesi, temel ihtiyaçlara dahi ulaşımın maddi anlamda zorlaşmaya başlaması ve sosyoekonomik farkın toplum içinde giderek artıyor olması bireylerin uzun süreli olarak ruhsal ve fiziksel anlamda olumsuz uyaranlara maruz kalmasına ve buna bağlı olarak zaman içinde tükenmişlik yaşamalarına neden olabileceği düşünülmektedir. Bunun yanı sıra öz duyarlılık kavramı kişinin kendine sevecen bir tutumla yaklaşarak başarısızlıklarını anlayışla karşılaması olarak tanımlanmaktadır. Buradan hareketle öz duyarlılığın, sosyoekonomik açıdan rahat, sosyal destek alabilen, kendine ve diğerlerini vakit ve maddi kaynak ayırabilen bireylerde yüksek olabileceği buna bağlı olarak orta gelir düzeyinde anlamlı bir fark yarattığı düşünülmektedir.

Yapılan bu çalışma, literatür kısmında söz edilmiş olan bulgulardan bazılarını destekleyerek temelde öz duyarlılığın, tükenmişlik ile negatif bir ilişkisi olduğu tespit etmiştir. Bunun yanı sıra öz duyarlılığın ve tükenmişliğin, cinsiyetlere, medeni duruma, gelir durumuna ve çalışılan sektöre göre farklılık yaratıp yaratmadığına bakılmıştır. Elde edilen bu bulgular ile alanyazına katkı sağlamıştır. Ancak alanyazında tükenmişliğin, gelir durumuna göre farklılık gösterdiği az sayıda çalışma bulunmaktadır. Bu sebeple, söz konusu farka dair daha fazla çalışmaya ihtiyaç olabileceği ortaya konulmuştur.

8. ÖNERİLER

Araştırmanın sonucunda verilebilecek öneriler aşağıdaki şekildedir;

Bu araştırma sonucunda edilen bulgular doğrultusunda gerek araştırmacılar için gerekse Psiko-eğitim uygulayıcıları için öneriler sunulabilir.

1-Değişkenler arasındaki negatif ilişki göz önüne bulundurularak öz duyarlılığın tükenmişliğin önemli bir bileşeni olduğu söylenebilir. Bu sebeple tükenmişlik kavramına yönelik oluşturulan psikolojik danışmanlık programlarında bireylerin öz duyarlılıklarının geliştirilmesine yönelik çalışmaların yapılması gerektiği söylenebilir.

2-Ruhsal ve fiziksel anlamda risk altında bulunan mesleklere yönelik tükenmişlik konusunda tespit amaçlı görüşmeler düzenlenip sonrasında koruyucu önleyici eğitim programları uzmanlarca oluşturulabilir.

3-Öz duyarlılık seviyelerinin arttırılmasına yönelik teknikler geliştirmek için yapılacak deneysel çalışmalar alanyazına ve çalışma sektörüne olumlu yönde etki edebileceğinden öz duyarlılık geliştirme tekniklerin uzmanlarca araştırılması ve var olan tekniklere katkı sağlanması önerilebilir.

4-Araştırmaya yönelik olarak tükenmişlik ve öz duyarlılık kavramlarının ilişkisinin farklı örneklem grupları ile birlikte çalışılması önerilmektedir.

5-Öz duyarlılık ve tükenmişlik ilişkisi daha fazla sayıda örneklem üzerinde çalışılabilir.

KAYNAKÇA

- Akın, Ü., Akın, A., Abacı, R. (2007). Öz-Duyarlık Ölçeği: Geçerlik Ve Güvenirlik Çalışması. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 33(33), 1-10. DOI: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/hunefd/issue/7805/102335>
- Akyürek, M. (2020). Öğretmenlerde Tükenmişlik. *Dicle Üniversitesi Ziya Gökalp Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1(37), 35-47. DOI: <http://dx.doi.org/10.14582/DUZGEF.2020.138>
- Atan, T. ve Özgül, F. (2016). Öğretmenlerinin Tükenmişlik Düzeylerinin İncelenmesi. *Erzincan Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 18 (2), 1002-1016. DOI: 10.17556/jef.16981
- Aydın, A. ve Kahraman, N. (2020). Hemşirelik Öğrencilerinde Kendini Sabotaj: Psikolojik İhtiyaçlar ve Öz-duyarlık Üzerine Etkisi. *Cukurova Medical Journal* 45(4), 625-1633. DOI: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/cumj/issue/54247/748170>
- Aypay, A. (2011). İlköğretim II. Kademe Öğrencileri için Okul Tükenmişliği Ölçeği: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, 11(2), 511-527.
- Bahtiyar, A. ve Can, B. (2016). Fen Öğretmen Adaylarının Bilimsel Süreç Beceri ile Bilimsel Araştırmaya Yönelik Tutumlarının İncelenmesi. *Buca Eğitim Fakültesi Dergisi*, 12(42), 47-58. DOI: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/deubefd/issue/35757/399518>
- Başerler, D. ve Başerler, Z. (2019). Akademisyenlerin Tükenmişlik ve Öz Yeterlik Düzeyleri. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 17(1), 1-19. DOI: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/tebd/issue/46309/444749>
- Dincer, B. ve Inangil, D. (2020). The Effect of Emotional Freedom Techniques On Nurses' Stress, Anxiety, and Burnout Levels During the COVID-19 Pandemic: A Randomized Controlled Trial. *Explore*, 17(2), 109-114. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.explore.2020.11.012>
- Duran, S. ve Barlas, G. (2015). Zihinsel Engelli Bireylerin Ebeveynlerinin Öznel İyi Oluş, Öz Duyarlık ve Tükenmişlik Düzeylerinin Belirlenmesi. *Mersin Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 7(3), 69-79. DOI: <https://dergipark.org.tr/en/pub/mersinsbd/issue/19537/208011>
- Ekmekci, E. İ., Özkan, S., Candansayar, S. ve İlhan, M. (2020). Tıp Fakültesi Öğrencilerinde Stres, Tükenmişlik ve Depresyon. *Gazi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 5 (1), 10-20. DOI: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/gsbdergi/issue/56318/665090>

- Ekşi, H., İkiz, K. ve Başman, M. (2020). Üniversite Öğrencilerinin Mutluluk Korkusu ve Duygularını İfade Etme Becerileri Arasındaki İlişkide Öz Duyarlılığın Aracı Rolü. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 28 (2), 820-829. DOI: 10.24106/kefdergi.702904
- Ersezgin, R., ve Tok, E. (2019). Algılana İş Stresi, Psikolojik Dayanıklılık, Başa Çıkma Stratejileri ve Öz Duyarlılığın Tükenmişlik Düzeyini Yordayıcı Etkisi. *Uludağ Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20 (36), 1-36. DOI: 10.21550/sosbilder.457245
- Özgül, F. ve Atan, T. (2016). Öğretmenlerin Tükenmişlik Düzeylerinin Demografik Özelliklerine Göre İncelenmesi (Ordu İli Örneği). *Erzincan Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 18(2), 1002-1016. DOI: 10.17556/jef.16981
- Gerber, Z. ve Anaki, D. (2020). The Role of Self-Compassion, Concern for Others, and Basic Psychological Needs in The Reduction of Caregiving Burnout. *Mindfulness*, 12, 741–750. DOI: <https://doi.org/10.1007/s12671-020-01540-1>
- Güldiken, A. ve Saldamlı, A. (2019). Kamu Personelinin Tükenmişlik Seviyeleri ile Demografik Özellikleri Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi Üzerine Bir Çalışma. *Uluslararası Turizm Ekonomi ve İşletme Bilimleri Dergisi*, 2(2), 310-321. DOI: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ijtebs/issue/42202/508584>
- Kaya, F. (2019). Öz Duyarlılık, Dönüşümcü- Etkileşimci Liderlik ile Psikolojik Sahiplik Arasındaki İlişki: Öğretmenler Üzerine Bir Çalışma. *Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2(2), 17-26, DOI: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/meusbd/issue/49378/532570>
- Kılıç, T. ve Ak, H. (2017). Kamu ve Özel Hastanelerde Çalışan Personellerin Tükenmişlik Seviyelerinin Karşılaştırılması. *Gümüşhane Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*. 6(1), 72-79
- Kim, J. B. ve Lee, S. (2021). A Cross-Sectional Study on The Impacts of Perceived Job Value, Job Maintenance, and Social Support on Burnout Among Long Term Care Staff In Hawaii. *International Journal of Environ Research and Public Health*. 18(2), 476. DOI: <https://doi.org/10.3390/ijerph18020476>
- Kotera, Y. (2020). Mental health of Malaysian University Students: UK Comparison, And Relationship between Negative Mental Health Attitudes, Self-Compassion, and Resilience. *Higher Education*. 81, 403–419. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10734-020-00547-w>
- Kotera, Y. ve Ting S. (2019). Positive psychology of Malaysian University Students: Impacts of Engagement, Motivation, Self-Compassion, and Well-Being on Mental Health. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 19, 227–239 DOI: <https://doi.org/10.1007/s11469-019-00169-z>
- Lopez, A. M. R., Valdehita, R. S. ve Ramiro, E. M. D. (2021). Influence of the CoViD-19 Pandemic on Mental Workload and Burnout Of Fashion Retailing Workers In Spain. *International Journal of Environmental Research and Public Health*. 18(3), 983. DOI: <https://doi.org/10.3390/ijerph18030983>

- Naktiyok, A. ve Karabey, C. (2010). İşkoliklik ve Tükenmişlik Sendromu. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 19 (2), 179-198. DOI: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/atauniiibd/issue/2688/35327>
- Nedim, Bal, P.ve Kaya, C. (2010). 6. Sınıf Öğrencilerinin Okul Tükenmişliği ile Baş Etmede Çözüm Odaklı Grupla Psikolojik Danışmanın Etkisi. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(51), 759-777. DOI: <https://www.sosyalarastirmalar.com/cilt10/sayı51pdf/5egitim/nedimbalpervin.pdf>
- Öcal, K. ve Şenel, E. (2016). Duygusal Zekanın Sosyal Destek Algısı Üzerindeki Etkisi: Öz Yeterlilik Aracı Rolü. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 17 (36), 138-154. DOI: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/sobbiad/issue/36435/412718>
- Özcan, A. N. (2019). Yetişkinlerde Travma Sonrası Stres ve Öz Duyarlılığın Travma Sonrası Büyüme Üzerindeki Yordayıcı Rolü. *Opus Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 14 (20), 621-642. DOI: 10.26466/opus.594006
- Schlak A. E., Aiken H. L., Chittams, J., Poghosyan L. ve McHugh M. (2021). Leveraging the Work Environment to Minimize the Negative Impact of Nurse Burnout on Patient Outcomes. *Int. J. Environ. Res. Public Health*, 18 (610), 5-10. DOI: <https://doi.org/10.3390/ijerph18020610>
- Solana, E., Hernández, L., Fernández, C., Soriano, A., Cabrera, M., Urquiza, L. ve Fuente, G. (2021). Burnout Syndrome in Paediatric Nurses: A Multi-Centre Study. *International Journal Of Environ Research and Public Health*, 18(1324). DOI: <https://doi.org/10.3390/ijerph18031324>
- Tel, F. Ve Sarı, T. (2016). Üniversite Öğrencilerinde Öz Duyarlılık ve Yaşam Doyumu. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 16 (1), 293-300. DOI: 10.17240/aibuefd.2016.16.1-5000182922
- Toth, G., Kapus, K., Hesszenberger, D., Pohl, M., Kosa, G., Kiss, J., Pusch, G., Fejes F., Tibold A. ve Feher G. (2021). Internet Addiction and Burnout In A Single Hospital: Is There Any Association? *International Journal of Environ. Res. Public Health*, 18 (615), 3-10. DOI: <https://doi.org/10.3390/ijerph18020615>
- Türk F., Kellett, S. ve Waller G. (2021). Determining the Potential Link of Self-Compassion with Eating Pathology and Body İmage among Women: A Longitudinal Mediational Study. *Eating and Weight Disorders - Studies on Anorexia, Bulimia and Obesity*, DOI: <https://doi.org/10.1007/s40519-021-01144-1>
- Tümkiye, S. (2016). Sınıf Öğretmenliği Öğrencilerinin Tükenmişlik ve Yabancılaşma Düzeylerinin İncelenmesi. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 25 (2), 251-268. DOI: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/cusosbil/issue/32037/353143>
- Türkmenoğlu, B. ve Sümer, H. (2017). Sivas İl Merkezi Sağlık Çalışanlarının Tükenmişlik Düzeyleri. *Cumhuriyet Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 2 (2), 24-34. DOI: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/cusbed/issue/33432/371851>

- Ülker, B. T. ve Çakır, S. G. (2019). Öğretmenlerin Eşli Ruminasyon ve Öz- Duyarlık Düzeyleri ile Mesleki Tükenmişlik Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 19(4), 1393-1408.
- Yıldırım, F., (2018). Tükenmişlik Düzeyinin Sanal Kaytarma Davranışına Etkisinde İş Doyumunun Aracılık Rolü. *Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5 (13), 302-313. DOI: <https://dergipark.org.tr/pub/gusbd/issue/36957/382657>
- Yılmaz, Y., Cenkseven, F. (2020). Üniversite Öğrencilerinde Duygu Düzenleme Güçlüğü'nün Yordayıcısı Olarak Öz Duyarlılık. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 29 (4), 168-182. DOI: 10.35379/cusosbil.766746



LGBTİ+ VE HETEROSEKSÜEL BİREYLERDE KAYGI DUYARLILIĞI İLE MADDE KULLANIMINA EĞİLİM ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ

Pervin NEDİM BAL¹

Beykent Üniversitesi,
0000-0002-3090-6634

Abdullah Kaan GÖK²

Beykent Üniversitesi,
0000-0001-6244-1563

ÖZET

Bu çalışmanın amacı, LGBTİ+ ve heteroseksüel bireylerde kaygı duyarlılığı ile madde kullanımına eğilim arasındaki ilişkinin incelenmesidir. Bununla birlikte bu değişkenlerin yaş, eğitim durumu, cinsiyet, cinsel yönelim değişkenlerine göre anlamlı düzeyde farklılaşım farklılaşmadığının araştırılması da amaçlanmıştır. Araştırma ilişkisel tarama modelindedir. Araştırmanın evreni, 17-55 yaş arasında Türkiye’de yaşayan LGBTİ+ ve heteroseksüel bireylerden oluşmaktadır. Araştırmanın örneklemini ise, 17-55 yaş arasında bulunan, LGBTİ+ ve heteroseksüel 123 gönüllü bireyden oluşmaktadır. Örnekleme ulaşmada kullanılan yöntem ise, kartopu tekniği yöntemidir. Ölçekler, LGBTİ+ derneklerine ve facebook gruplarına da gönderilerek verilerin toplanması sağlanmıştır. Veriler, hem pandemi nedeniyle, hem de insanların cinsel yönelimlerini ve cinsel kimliklerini gizleme isteği duyabileceğinden dolayı Google form aracılığıyla toplanmıştır. Veri toplama araçları olarak sosyo-demografik form, Kaygı Duyarlılığı Ölçeği, Madde Kullanma Eğilimi Ölçeği kullanılmıştır. SPSS 22 istatistik paket programı kullanılarak yapılan verilerin analizinde Pearson Korelasyon katsayısı, t-testi, Anova ve Kay-Kare tekniği kullanılmıştır. Sonuç olarak, madde kullanma eğilimi ile kaygı duyarlılığı, fiziksel kaygı duyarlılığı, bilişsel kaygı duyarlılığı, toplumsal kaygı duyarlılığı arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Bunun yanı sıra, lise mezunlarının üniversite mezunlarına oranla daha fazla fiziksel kaygı duyarlılığı gösterdikleri görülmüştür. Ayrıca, gaylerin heteroseksüellere oranla daha fazla madde kullanımına eğilim gösterdikleri ve daha fazla kaygı duyarlılığı ile toplumsal kaygı duyarlılığı gösterdikleri görülmüştür. Erkeklerin kadınlara oranla daha fazla madde kullanımına eğilim ve daha fazla toplumsal kaygı duyarlılığı gösterdikleri görülmüştür. LGBTİ+ bireylerin heteroseksüellere oranla daha fazla madde kullanımına eğilim, daha fazla kaygı duyarlılığı, fiziksel kaygı duyarlılığı, bilişsel kaygı duyarlılığı ve toplumsal kaygı duyarlılığı gösterdikleri görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: LGBTİ+, Kaygı Duyarlılığı, Madde Kullanımına Eğilim

¹ Doç. Dr. Pervin NEDİM BAL, Beykent Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi, Psikoloji Bölümü.

² Abdullah Kaan GÖK, Beykent Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Klinik Psikoloji Yüksek Lisans Öğrencisi.

ANALYSIS OF THE RELATIONSHIP BETWEEN ANXIETY SENSITIVITY AND TENDENCY TO USE SUBSTANCES IN LGBTI + AND HETEROSEXUAL INDIVIDUALS

ABSTRACT

The aim of this study is to examine the relationship between anxiety sensitivity and substance use tendency in LGBTI + and heterosexual individuals. Besides, it was also aimed to investigate whether these variables differ significantly according to age, educational status, gender, sexual orientation. The research is in the relational survey model. The population of the research consists of LGBTI + and heterosexual individuals living in Turkey. The sample of the study, on the other hand, consists of 123 volunteer individuals between the ages of 18-55, LGBTI + and heterosexual. The method used to reach the sampling is the snowball technique. The scales were also sent to LGBTI + associations and facebook groups, allowing data to be collected. The data was collected via Google form, both because of the epidemic and because people may desire to hide their sexual orientation and gender identity. Socio-demographic form, Anxiety Sensitivity Scale, Substance Use Tendency Scale were used as data collection tools. Pearson Correlation Coefficient, t-test, Anova and Kay-Kare technique were used in the analysis of the data using the SPSS 22 statistical package program. As a result, a significant relationship was found between anxiety sensitivity and tendency to use substance. In addition, it has been observed that gays tend to use substances more than heterosexuals and show greater sensitivity to anxiety. It has been observed that men tend to use substances more than women do. It has been found that LGBTI + individuals show more tendency to substance use and more anxiety sensitivity compared to heterosexuals.

Keywords: LGBTI +, Anxiety Sensitivity, Tendency to Substance Use

1. GİRİŞ

Toplumda yer alan birçok dezavantajlı grup diye tanımladığımız gruplar söz konusudur. Şüphesiz bu grupların başında LGBTİ+ 'lar yer almaktadır. Türk toplumu ataerkil düzeninden ve dini açıdan LGBTİ+' lara oldukça önyargılı yaklaşmaktadır. Bu önyargılar, söz konusu LGBTİ+'ları toplumun arka sokaklarına itmekte ya da cinsel yönelim ve cinsel kimliklerini gizlemeye zorlamaktadır. Söz konusu önyargılar birçok sosyal alanda LGBTİ+ 'ların ayrımcılığa maruz kalmasına sebep olmaktadır. LGBTİ+ 'lar eğitim, yaşam, sağlık hakkı gibi insan haklarının merkezinde yer alan hakların uygulanmasında bile birçok ayrımcı tutumla karşılaşabilmektedirler. Sağlık alanında cinsel yönelim ve cinsel kimliklerinden dolayı sağlık çalışanları tarafından, eğitim alanında okullardaki idareciler, öğretmenler, öğretim üyeleri tarafından, sosyal hayatta toplumdaki insanlar tarafından birçok ayrımcı tutumla karşı karşıya kalmaktadırlar. Bu ayrımcı tutumlar aşırıya giderek, şiddetle, hatta ölüme teşebbüs ve ölümlerle sonuçlanabilmektedir. Bu şiddetler, ailelerinde başlayarak sokağa atılmalarına kadar gidebilmektedir. Bu söz konusu çağdışı uygulamalara maruz kaldıkları ilk alan aile hayatlarıdır. Bu şekilde ergenliğin başında hayatta tek başına, kimsesiz bir şekilde mücadele etmeye çalışmaktadırlar. Bu bireyler, eğitimlerini yarım bırakabilmekte, hatta cinsel kimliklerini homoseksüel ve biseksüellerin gizleyebildiği gibi gizleyemeyen trans bireyler, çalışma haklarını kullanamadıkları için zorunlu seks işçiliği yapmak durumunda kalmaktadırlar. Bu şekilde

toplumun arka mahallelerine itilerek yaşam süren, travmatik yaşantılara maruz kalan LGBTİ+ bireylerin kaygı duyarlılığı ve madde kullanım eğilimlerinin heteroseksüellere oranla daha farklı olabileceği öngörülmüştür. Bu öngörünün açıklığa kavuşturulması, araştırmanın problemi oluşturmuştur. Bu doğrultuda, LGBTİ+ bireylerle heteroseksüel bireylerde kaygı duyarlılığı ile madde kullanımına eğilim arasındaki ilişkinin incelenmesi amaçlanmıştır.

2. KURAMSAL AÇIKLAMALAR

Cinsel yönelim; kişilerin, kadın ya da erkeğe karşı hissettiği duygusal veya cinsel arzu olarak tanımlanmaktadır (Kabacaoğlu, 2015, s.12). Diğer bir ifadeyle kişinin, başka kişiye karşı fiziksel veya duygusal çekimini ifade etmek için kullanılmaktadır.

Alan yazılarında cinsel yönelimin genellikle, “heteroseksüel”, “homoseksüel” ve “biseksüel” olmak üzere üç başlık şeklinde incelendiği görülmektedir. Heteroseksüellik, kişinin karşı cinsine karşı çekim hissetmesi olarak ifade edilmektedir. Homoseksüellik, kişinin kendi cinsine karşı hissettiği çekim olarak açıklanmaktadır. Biseksüellik ise kişinin her iki cinsiyete karşı da çekim hissetmesi olarak tanımlanmaktadır (Yalçınoğlu ve Önal, 2014, s.101).

Toplum tarafından farklı yönelime sahip kişilere baskılar yapıldığı ve kişilerin damgalandığı görülmektedir (Wylie vd., 2016, s. 402). Aynı zamanda yaşamlarının birçok alanında (sağlık, eğitim, iş vb.) ve sosyal ilişkilerinde ayrımcılıkla karşılaştıkları belirtilmektedir (Soner ve Altay, 2019, s.454). Yapılan çalışmalarda LGBT kişilerin; bekar olmalarını, homofobik tepkilerle karşılaşmalarını ve homofobik tepkileri içselleştirmelerini stres kaynakları olarak değerlendirilmektedir (Kuyper ve Vanwesenbeeck, 2010, s. 8-10)

Alan yazılarında heteroseksüel ve homoseksüel kişilerin kaygı düzeylerini inceleyen pek çok çalışmaya rastlanmaktadır. Genel olarak çalışmalarda, homoseksüel kişilerin kaygı düzeylerinin daha yüksek olduğu görülmektedir (Oswalt ve Wyatt, 2011, s.1274). Kaygı duyarlılığına dair ise çalışmaların kısıtlı olduğu dikkat çekmektedir. Kaygı duyarlılığı; “anksiyeteye bağlantılı olan belirtilerin olumsuz fiziksel ya da sosyal sonuçları olduğuna yönelik aşırı korkma hali” olarak tanımlanmaktadır ve kişilerin kendileri için korku hissini uyandıran durumlardan veya olaylardan kaçınmasının temelinde kaygı duyarlılığının yattığı belirtilmektedir. (Mantar, Yemez ve Alkın, 2011, s.188)

Heteroseksüellik dışındaki diğer cinsel yönelimlere dünyanın birçok yerinde baskılar yapıldığı; aile, okul, iş gibi alanlarda çeşitli aşağılamalara maruz kaldıkları ve yaşadıkları olumsuz deneyimler sonucunda madde kullanımı gibi işlevsiz baş etme stratejilerine başvurma olasılıklarının arttığı ifade edilmektedir (McCabe vd., 2010, s.1949-1951).

Kişilerin yaşamları süresince karşılaştıkları problemler ve zorluklar karşısında yaşadıkları duyguları azaltmak veya kaçmak adına madde kullanma eğilimi gösterdikleri bilinmektedir. Literatürde kaygı ve madde kullanımı arasındaki ilişkiyi inceleyen birçok çalışmanın olduğu görülmektedir. Kaygı ve madde kullanımı arasında karşılıklı bir ilişki olduğu; kaygı düzeyinin yükselmesi madde kullanımını artmasına neden olurken benzer şekilde, madde kullanımı kişilerin kaygı düzeylerini yükseltebileceğini belirtilmektedir (Turhan, İnandı, Özer ve Akoğlu, 2011, s.41). LGBT kişilerin heteroseksüel kişilere göre daha fazla kaygı hissettiklerini ve madde kullanımının daha fazla olduğunu bulunmuştur (Grant vd., 2014, s.77). Özellikle cinsel yönelimini çevresiyle paylaşamayan kişilerin, kendilerini gizleyebilmek adına diğerlerinden uzaklaştığı ve madde kullanmaya daha yatkın oldukları belirtilmektedir (Savcı, 2015, s.67).

2.1. Cinsel Yönelim

Cinsiyet (sex) kavramı; kadın veya erkeğin, biyolojik ve bedensel farklılıklarını tanımlamak için kullanılmaktadır (Sezgin, 2015, s.155). Cinsel yönelim ise, kişilerin hangi cinsiyete karşı romantik veya cinsel çekim hissettiğiyle ilgili bir kavramdır ve genellikle “heteroseksüel”, “homoseksüel” ve “biseksüel” olarak ayrıldığı görülmektedir (Kabacaoğlu, 2015, s.17):

- Heteroseksüellik: Kişinin kendi cinsinden farklı cinse karşı duyduğu çekim olarak açıklanmaktadır.
- Homoseksüellik: Kişinin kendiyile aynı cinsine karşı duyduğu çekim olarak ifade edilmektedir.
- Biseksüellik: Kişinin hem kadın hem erkek cinsine karşı çekim hissetmesi olarak tanımlanmaktadır.

Cinsel yönelim kişilerin yakın ilişkiler kurmasında rol oynamaktadır ve yönelimin temel faktörleri; istek, davranış ve kimlik olarak ifade edilmektedir (Dürüst ve Çağlar, 2015, s.36). Kişilerin kadın veya erkeğe karşı hissettiği çekim; isteğini, cinselliği hangi cinsiyetle yaşadığı; davranışını ve kendini hangi cinsiyet olarak hissettiği ise kimliğini oluşturduğu belirtilmektedir (Alkan, 2014, s.17). Cinsel kimlik, kişinin kendini kadın ya da erkek olarak tanımlaması olarak ifade edilmektedir (Maden, 2020, s.12). Başka bir deyişle cinsel kimlik, hangi cinsiyetten kişi olduğunu bilme hissidir.

Ülkemiz gibi görece geleneksel toplumlarda; heteroseksüel ilişkiler toplum tarafından kabul görüyorken, kişilerin hissettiği romantik veya cinsel çekimin kendisiyle aynı cins başka birine karşı duyması, diğer bir deyişle homoseksüelliğin hoş karşılanmadığı görülmektedir ancak “sevicilik” gibi homofobik kelimelerin, uluslararası kullanılan LGBT kavramına doğru dönüşmesi olumlu bir gelişme olarak değerlendirilmektedir (Tüzüner, 2014, s.57). LGBT kavramı; lezbiyen, gey, biseksüel ve transgender kelimelerinin baş harflerinden oluşmaktadır ve cinsel kimliklerinin tümünü ifade etmek için kullanılmaktadır (Ertekin ve Uçar, 2016, s.41). Günlük hayatta sıklıkla cinsel kimlik ve cinsel yönelimin karıştırıldığı fark edilmektedir. Cinsel kimlik ile cinsel yönelim arasındaki fark; cinsel kimlik, kişilerin kendilerini hangi cinsiyete ait hissetmeleriyle ilgiliyken cinsel yönelim, kişilerin hangi cinsiyete karşı duygu hissetmesiyle ilgili bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır (Başar, 2014, s.248). Cinsel kimlik ve cinsel yönelimi birbiriyle karıştırılmasının nedeni tanımlar farklılık gösterse bile içeriklerin yakın olması ve kavramların net bilinmemesi olarak da belirtilmektedir (Danyeli Güzel, 2017, s.6) Cinsel yönelimi açıklamak için bazen kişilerin “cinsel tercih” kavramını kullandığı görülmektedir ve bunun oldukça hatalı bir kullanım olduğu vurgulanmaktadır. Cinsel yönelimin, kişinin tercihi olmadığı ve doğuştan var olan bir durum olduğu ifade edilmektedir. Cinsel çekimin kime karşı olacağı kişilerin tercihleri doğrultusunda şekillenmeyeceği bunun aslında bir yönelme durumu olduğu belirtilmektedir (Altunolat, 2017, s.4).

Cinsel yönelime dair yanlış algılardan birinin cinsel ilişkiyle bir tutulması olduğu belirtilmektedir ve heteroseksüel kişilerin, karşı cinsinden birine karşı romantik ve cinsel çekim hissetmesi ancak hiç cinsellik yaşamaması, onların heteroseksüel olarak görülmesine engel bir nitelik taşımadığı gibi homoseksüel kişilerin, cinsel deneyimlerinin olup olmaması onların cinsel yönelimini belirlemek için bir kriter olmadığı, kişilerin homoseksüel olarak görülmesine cinsel ilişki deneyimi göz önüne alınarak karar verilemeyeceğinin altını çizilmektedir (Başar, 2013a, s.15).

Heteroseksüellik dışındaki cinsel yönelimlere karşı ön yargılardan diğeri ise farklı cinsel yönelime sahip kişilerin heteroseksüellerden farklı kontrolsüz ve seçkisiz cinsellik yaşamaları şeklindeki düşünceler olduğu dikkat çekmektedir. Homoseksüel kişilerin, heteroseksüel kişilere göre cinsel yaşama daha düşük olarak değerlendirildikleri görülmektedir ancak homoseksüellerin, heteroseksüellerden daha farklı bir cinsel yaşamının olmadığı belirtilmektedir. Özellikle homoseksüellerin evlilik ve çocuk konusunda verdikleri mücadeleler; karşılıklı sevginin olduğu ve devamlılığı gösteren birliktelikler yaşadıklarının göstergesi olarak ifade edilmektedir (Başar, 2014).

2.1.1. Homoseksüel Kişilere Dair Toplumsal Baskılar Ve Kişilerin Ruh Sağlığı

Kişilerin heteroseksüellik dışında herhangi bir cinsel yönelime sahip olmaları geçmiş tarihlerde hastalık olarak değerlendirildiği ve bu nedenle farklı cinsel yönelime sahip kişilerin cezalandırıldığı hatta öldürüldüğü görülmektedir. Hastalık olarak görüldüğü için kişilerin tedavi edilmeye çalışıldığı da bilinmektedir (Danyeli Güzel, 2017, s.1). Ne yazık ki günümüzde yapılan çalışmalar, heteroseksüellik dışındaki diğer cinsel yönelimlere karşı saldırgan tutumların devam ettiğini, küçük düşürücü sözlere ve toplumların anti-LGBT uygulamalarına maruz kaldıkları belirtilmektedir (Ylioja, Cochran, Woodford ve Renn, 2016, s.343-345).

Soyun devamlılığı açısından heteroseksüel ilişkilerin olmasının gerekliliği ve evrimsel bakış açısından bakıldığında kabul gören ilişkilerin; kişilerin karşı cinsine yönelik çekim hissetmesi, diğer bir deyişle heteroseksüel ilişkiler olduğu belirtmektedir (Yeşiler, 2010, s.4-5). Bu görüş Türkiye gibi heteroseksist toplumlarda oldukça yaygın şekilde görülmektedir ve homoseksüel kişilerin homofobik tutumlara maruz kaldığı, ayrımcılığa uğradıkları ve böylece yaşam kalitelerinin düştüğü ifade edilmektedir (Çelik, Sanberk ve Şahin, 2017, s.1204). Yapılan bir çalışmada; homoseksüel kişilerin, heteroseksüel kişilere oranla yaşam doyumu düzeylerinin daha düşük olduğu görülmektedir (Alkan, 2014, s.96).

Toplumlar tarafından cinsiyet ve cinsel yönelime dair katı düşüncelerin olması, kişilerin cinsel kimliklerini kabullenmelerini olumsuz şekilde etkilemektedir (Norton ve Herek, 2013, s.740-742). Özellikle LGBT kişilere karşı yapılan mikro saldırılar bu anlamda dikkat edilmesi gereken bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. LGBT kişilere karşı yapılan mikro saldırganlıkları incelenmektedir (Nadal, Skolnik ve Wong, 2012, s.75-79) ve bunları şu şekilde açıklamaktadır:

1. Ailevi Mikro Saldırganlık: Kişinin, aile üyelerine cinsel kimliğini açıkladığı zaman onlar tarafından kabul görüp görmemesiyle ilişkilidir. Ailenin sessiz kalması, dışarıdan gelen saldırılar karşısında kişiyi korumaması ve reddetmesi birer ailevi mikro saldırıları örnekleri olarak değerlendirmektedir.

2. Sistemik ve Çevresel Mikro Saldırganlık: LGBT kişilere karşı kamu alanlarında, tuvaletlerde, medya araçlarında, sağlık alanında vb. yerlerde görülmektedir. Kişilerle toplu alanlarda alay edilmesini, medyada LGBT kişilerine yönelik suçlu veya sapkın profili çizilmesini veya sağlık alanında doktorların kaba davranışlarını birer örnek olarak vermektedir. Homoseksüel kişilerin cinsiyetlerine göre yapılan olumsuz tutumların farklılaştığı dikkat çekmektedir ve homoseksüel erkeklerin, homoseksüel kadınlara göre kabul görme kaygısının, cinsel yönelimini gizleme motivasyonunun, zorlayıcı süreçler ve olumsuz kimlik algılarının daha yüksek düzeyde olduğunu belirtilmektedir. Aynı zamanda, erkeklerin olumsuz önyargıların ve inançların daha fazla hedefi haline gelebildiklerini ve bu durumun onların

olumsuz benlik algılarının oluşmasına neden olduğunu ifade edilmektedir (Cramer vd., 2018, s.1258-1263).

Homoseksüel kişilere yönelik olumsuz tutumların, kişilerin kendi ailelerinde başladığını belirtmektedir ve karşılaştıkları ebeveynin olumsuz tutumları, kişilerin kendilerini açmalarını engellediğini ve özgüvenlerinin düşmesine sebep olduğunu ifade edilmektedir (Kabacaoğlu, 2015, s.119). Homoseksüel kişilerin; aile ve arkadaşlarından destek görmemeleri ve ihtiyaç duyduklarında destek alabilecek kişilerin olmaması, kendilerini dışlanmış hissetmelerine neden olmaktadır (Coker, Austin ve Schuster, 2010, s.458-467).

LGBT kişilerin yaşamları boyunca pek çok travmatik yaşantılara maruz kaldıkları ve heteroseksüel kişilere göre daha fazla psikiyatrik desteğe başvurdukları belirtilmektedir. (Baydar, 2015, ss.55-56) Ancak farklı yönelime sahip kişilerin sağlık alanında da ayrımcılıkla karşılaştığı rapor edilmektedir ve bazı sağlık çalışanlarının; kişilerin yaşadıkları sağlık problemleri nedeniyle kişileri suç hissedileceği, utanmalarına neden olabileceği şekilde muamele edebildikleri belirtilmektedir (Poteat, German ve Kerrigan, 2013, s.27). Yapılan bir araştırma doğrultusunda, doktor ve tıp öğrencilerinin homofobik tutumların olduğunu dile getirilmektedir (Kaya Yertutanol, Seydaoğlu ve Candansayar, 2019, s.1209).

Homoseksüel kişilerin; heteroseksüel kişilere oranla psikolojik semptomları daha fazla bildirmelerinin nedenleri; aile üyeleri tarafından kabul görmemeleri, aileleri tarafından dışlanmaları, toplumun olumsuz kalıp yargılarını içselleştirmeleri, toplumun cinsiyetine atfettiği role karşı uyumsuzluklarının tepki alması ve cinsel yönelimini saklamak zorunda hissetmesi olarak sıralanmaktadır (Astan, 2019, s.65). Aynı zamanda; toplum tarafından cinsiyetlere dair atfedilen özelliklerin, cinsel yönelimlere dair bilgisizliğin, kalıp düşüncelerin; kişilerin kendi cinsel kimliklerini kabullenmesini zorlaştırdığını ifade edilmektedir (Savcı, 2015, s.10).

LGBT kişilerin aile veya çevreleri tarafından destek almalarının ve kabul görmelerinin; ruh sağlığı açısından koruyucu bir faktör olduğunu ve kişilerin depresyon, madde bağımlılığı, intihar eğilimi risklerinin azaldığını bildirilmektedir (Ryan vd., 2010, s.210). Yapılan bir çalışmada, aile bağı sağlam olan toplulukçu kültürler için özellikle aile desteğinin, homoseksüel ve biseksüel kişilerin iyi olma halleri ve öz anlayışları üzerinde etkili olduğu belirtilmektedir (Toplu Demirtaş vd., 2018, s.378-379). Homoseksüel kişilerin ayrımcılık yaşamaları ve toplum tarafından damgalanmaları karşısında psikolojik sağlıklarını koruyabilmeleri açısından psikolojik dayanıklılığın önemli görülmektedir. (Kwon, 2013, s.372-378).

Tüm bu bilgiler ışığında özetleyecek olursak; toplumların heteroseksüel ve homoseksüel kişilere bakış açılarının farklılaştığı görülmektedir. Homoseksüel kişilerin; toplum tarafından dışlandıkları, hayatlarının çeşitli alanlarında ayrımcılığa maruz kaldıkları, aile ve arkadaşları tarafından reddedildikleri veya yeterli desteği görmedikleri ve heteroseksüel kişilere göre ruhsal problemleri daha fazla yaşadığı dikkat çekmektedir.

2.2. Kaygı Duyarlılığı

Kaygı duyarlılığı kavramına ilişkin açıklamalara geçmeden önce kaygı kavramını ele almanın faydalı olacağı düşünülmektedir. Bu nedenle ilk olarak kaygı ve kaygının nedenleri anlatılacak daha sonrasında kaygı duyarlılığı kavramı açıklanacaktır.

Gündelik hayatta kişiler sıklıkla kaygı hissini yaşamaktadır. Kaygı; kişilerin herhangi bir durum karşısında fiziksel, duygusal ve bilişsel değişimlerine bağlı olarak görülen uyarılmışlık hali

olarak açıklanmaktadır (Sapma, 2013, s.19). Kaygının fizyolojik, psikolojik ve davranışsal bir tepki olarak ele alındığında ise; kaygının kişilerin günlük yaşamında sorunlarla baş etmesini, kendilerini ifade edebilmelerini ve düşünme yeteneklerini olumsuz etkilediğini belirtilmektedir. Kaygı yaşayan kişilerin, genel olarak odaklanmakta güçlük yaşadıklarını, nesne veya kavramları unutabildiklerini ve diğer kişilerle ilişki kurmada zorlandıklarını vurgulanmaktadır (Sakin Özen, Ercan, İrgil ve Sığırlı, 2010, s.127-128).

Kişilerin yaşamlarında birçok etken kaygıya sebep olabilmektedir. Kişilerin kaygı hissetmesine neden olan faktörler; sosyal yaşamda değişimler, başarısızlık, başkaları tarafından dışlanma, geleceğin belirsizliği, ayrılıklar, toplum baskısı, ekonomik sıkıntılar olarak belirtilmektedir (Koç, 2013, s.43).

Kişilerin yaşam dönemlerine göre kaygının nedenlerinin ele alındığı görülmektedir. Her dönemde farklı nedenlerin kaygıyı ortaya çıkarabileceğini belirtilmektedir ve nedenler şu şekilde örneklenmektedir (Göksu ve Kumcağız, 2020, s.466):

- Erken çocukluk döneminde; yaşanabilecek ebeveynlerin kaybı, yeni kardeş durumu, boşanma ve ebeveynlerinden birinin evden ayrılması gibi ani değişiklikler
- Yetişkinlik döneminde; iş alanında değişiklik, evlenme, çocuk sahibi olma, ayrılık veya boşanma, ekonomik olarak kötüleşme, başarısız olma vb. deneyimler
- Emeklilik döneminde ise; hastalığın olması, yakınlarını kaybetme, kültürel faktörler, göç etme vb. olaylar

Homoseksüel kişilerin; toplum tarafından damgalanmaları, düşmanca tutumlarla karşılaşmaları ve ayrımcılığa uğramaları kaygı hissetmelerine sebep olabilmektedir ve yapılan çalışmalarda, heteroseksüel ve homoseksüel kişilerin kaygı düzeyleri arasında farklılıkları olduğunu, homoseksüel kişilerde kaygının, heteroseksüellere göre daha yüksek olduğu görülmektedir (Cho ve Sohn, 2016, s.284-287). Toplumdaki diğer kişilerin hoşgörüsüz eylemleri ve homoseksüelleri reddeden tutumları, homoseksüel kişiler için kaygı yaratan durumlar olduğunu belirtmektedir (Tatum, 2017, s.649).

İlk kez Reiss ve McNally tarafından geliştirilen kaygı duyarlılığı kavramı ise “zarar verici nitelikte fiziksel ya da toplumsal sonuçlar doğurabileceği inanılan anksiyete belirtilerinden aşırı korkma hali” olarak tanımlanmıştır ve kavramın “korku beklentisi modeli” temelini oluşturduğu görülmektedir (Özüoğlu, 2019, s.10). Korku beklentisi modeline göre, kişiler için korku hissini ortaya çıkaran durumlardan kaçma güdüsünün altında “kaygı duyarlılığı” ve “kaygı beklentisi” süreçleri yatmaktadır. Kaygı duyarlılığı; kişinin kaygı belirtilerinin olumsuz sonuçlar doğurabileceğine yönelik inancını yansıtmaktadır ve kaygı beklentisi ise kişilerin belirli durumlardan kaynaklı korku veya kaygı yaşayacaklarına yönelik beklentileri olarak açıklanmaktadır (Mantar, Yemez ve Alkın, 2011, s.188). Bakılan literatürde, kaygı duyarlılığı ile sürekli kaygı kavramlarının birbirleriyle aynı kavramlar olup olmadığına dair tartışmaların olduğu görülmektedir ancak kaygı duyarlılığı, kaygıyla ilgili belirtilerden korkma halidir ve stres yaratan durumlara karşı korku hissiyle tepki oluşturma eğilimi gösteren sürekli kaygıdan farklı bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır (DeMartini ve Carey, 2011, s.169).

Yapılan çalışmalarda, kaygı duyarlılığının birçok psikolojik rahatsızlıklarla olan ilişkisinin incelendiği görülmektedir. Başta panik bozukluk olmak üzere anksiyete bozukluklarının gelişimi ve sürdürülmesinde kaygı duyarlılığının rol oynadığı belirtilmektedir (Min-Kyoung vd., 2017, s. 149). Kaygı duyarlılığının, kişilerin yaşayabilecekleri panik atakları yordadığını ifade edilmektedir (Jurin ve Biqlbauer, 2018, s.370-372). Kaygı duyarlılığının, kaygı

belirtilerini artırdığı ve kişiler için belirli uyaranlara dair korku koşullanmasını daha kolay hale getirmesi nedeniyle panik bozukluğun gelişiminde risk faktörü olabileceği düşünülmektedir (Bulut ve Uluğ, 2020, s.85).

Kaygı duyarlılığı yüksek kişilerde kontrol sağlama, tehdit hissetme ve kaçınma davranışlarının daha fazla olduğu görülmektedir ve yüksek kaygı duyarlılığının OKB'nin gelişimi ve sürdürülmesi açısından risk faktörü olduğu belirtilmektedir (Ghasempour vd., 2012, s.96). Kaygı duyarlılığının sosyal anksiyete ile ilişkili olduğu ve sosyal anksiyetenin önemli bir yordayıcısı olduğu belirtilmektedir. Aynı zamanda, kaygı duyarlılığının kişisel bir özellik olduğu ve zaman içerisinde değişmeyeceğini de eklenmektedir (Ak ve Kılıç, 2016, s.244).

Yapılan bir çalışmada, kaygı duyarlılığı ile TSSB semptomları arasındaki ilişki incelenmiş ve çalışmanın sonucunda, aralarındaki ilişkinin çift yönlü bir ilişki olduğu sonucu bulunmuştur. Diğer bir deyişle, yüksek kaygı duyarlılığına sahip kişilerin TSSB semptomları daha fazla şiddetli yaşarken; TSSB semptomlarını şiddetli yaşayan kişilerin, kaygı duyarlılığının arttığı saptanmıştır (Marshall, Miles ve Stewart, 2010, s.148-149).

Yüksek kaygı duyarlılığı birçok ruhsal bozukluk üzerinde etkili olduğu gibi alkol tüketimi de etkilediği bilinmektedir ve kaygı duyarlılığının problemlili alkol tüketimini etkilediği belirtilmektedir (Howell vd., 2010, s.1147). Yüksek kaygı duyarlılığına yönelik yapılan müdahaleler ise alkol tüketiminde azalmaları sağlamaktadır. Yapılan bir çalışmada, kaygı duyarlılığı yüksek olan kişilere sekiz hafta boyunca BDT uygulanmış ve sonucunda kaygı duyarlılığının düştüğü; böylece kaygıyla baş edebilmek amacıyla içme davranışına yönelmelerin ve alkol tüketiminin sonucunda ortaya çıkabilen problemlerin azaldığı bulunmuştur (Olthuis, Watt, Mackinnon ve Stewart, 2015, s.22-23).

Kaygı duyarlılığının ruhsal bozuklukların gelişiminde ve sürdürülmesinde rol oynadığına dair çalışmaların yanı sıra, kişilerin belli durumlar karşısında olası bir zarardan koruyucu rolünü gösteren çalışmaların da olduğu bilinmektedir. Yapılan bir çalışmada, yüksek kaygı duyarlılığına sahip kişilerin kumar oyunlarında daha az risk aldıkları görülmüştür (Broman-Fulks, Urbaniak, Bondy ve Toomey, 2014, s.627).

2.3. Madde Kullanma Eğilimi

Günümüzde gelişmiş ülkeler başta olmak üzere tüm dünyada, madde kullanımı kişilerin ve toplumun sağlığını etkileyen bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Birçok ülkenin madde kullanımına dair önlemler almaya çalıştığı ancak önüne geçemediği belirtilmektedir (Koca ve Oğuzöncül, 2015, s.5).

Madde; kişilerin psikolojik ve fizyolojik olarak sağlığı etkileyen ve davranışlarında farklılıkların görülmesine neden olan, bir kere kullanılsa dahi bağımlılık geliştirme riskinin olduğu, kişiler ve toplumlar için sosyal ve ekonomik alanlarda sorunlar yaratan, ilgili kanun kapsamında yasadışı olan doğal ve sentetik ürünler olarak açıklanmaktadır (Büyükçelik, 2011, s.2). Bağımlılık yapan maddelere bakıldığında genellikle sigara ve alkolün daha yaygın kullandığı görülmektedir ve diğer maddelerin ise uçucu ve uyuşturucu nitelikte olan maddeler olduğu bilinmektedir.

Madde bağımlılığı ise; kişilerin kendi sağlıklarını olumsuz etkileyen maddeleri kullanması ve zarar verici nitelikte olduğunu bilmesine rağmen kullanımı bırakamaması olarak açıklanmaktadır (Bahar, 2018, s.7). Başka bir tanımda ise madde bağımlılığı; kişinin bağımlılık yapan maddeyi sürekli olarak kullanması, maddenin etkilerine alışması, maddeyi kullanmadığı

zamanlarda yoksunluk belirtileri göstermesi ve sağlık sorunları ortaya çıksa dahi kullanmaya devam etmesi olarak ifade edilmektedir (Şengezer ve Şahin, 2016, s.81). Madde kullanma eğilimi ise kişilerin farklı nedenlerden dolayı madde kullanmaya olan yatkın olma durumunu ifade etmektedir (Sever, 2015, s.6).

Bağımlılığı; kişinin kendisine zararlı sonuçlar yaratan herhangi bir şeyi kullanmaya devam etmesi olarak ele alınmaktadır ve bağımlılığın fiziksel ve psikolojik olarak ikiye ayrıldığı görülmektedir (Savcı, 2015, s.15-16):

- **Fiziksel bağımlılığı;** kişinin maddeye gereksinim duyması ve kişinin maddeye karşı vücudunun tolerans geliştirmesi, zaman ilerledikçe dozunu arttırmaya gereksinim duyması olarak açıklanmaktadır.

- **Psikolojik bağımlılığı** ise kişinin maddeyi kullanırken haz hissetmesi, bu haz hissinden dolayı maddeden uzaklaşamaması ve kişinin maddeyi kullanmadığı durumlarda ise hissettiği huzursuzluk, boşluk hissini ortaya çıkması olarak ifade etmektedir.

Kişilerin madde kullanımını etkileyen sosyal ve çevresel faktörler; kişinin ailesinde madde kullanım hikayesinin olması, ailevi sorunların yaşanması, ebeveynleriyle ilişkisi, arkadaş çevresinde madde kullanımı ve maddeye kolaylıkla ulaşılabilir olmak olarak sıralanmaktadır (Bircan ve Erden, 2011, s.211-213). Kişilerin aile üyelerinden birinin veya çevresindeki kişilerin madde kullanımlarının olması, kişiler için risk oluşturduğunu ifade edilmektedir (Turhan vd., 2011, s.42).

Kişilerin toplum içinde yalnızlaşmalarının ve diğerlerince sevilmemeleri karşısında hissettikleri duygular, kişileri madde kullanımına itebileceği ifade edilmektedir (Erbay vd., 2016, s.599). Toplum içinde yalnızlaştırılan ve olumsuz tutumlara maruz kalan homoseksüel kişilerin, ruhsal problemler yaşayabildikleri ve madde bağımlılığı geliştirebildiklerini ifade edilmektedir ve özellikle cinsel yönelimini çevresiyle paylaşamayan kişilerin, kendilerini gizleyebilmek adına diğerlerinden uzaklaşarak, madde kullanmaya daha yatkın olduklarını belirtmektedir (Savcı, 2015, s.67).

Ailesi tarafından kabul edilmeyen ve desteklenmeyen homoseksüel ve biseksüel kişilerin madde kullanımı eğilimlerinin daha fazla olduğu ve depresyon düzeylerinin yüksek olduğu ifade edilmektedir (Needham ve Austin, 2010, s.1196-1197). Aileleri tarafından kabul gören LGBT kişilerin, ailesi tarafından kabul görmeyenlere oranla daha yüksek benlik saygısına sahip oldukları ve madde kullanımlarının daha az görüldüğü belirtilmektedir (Ryan vd.,2010, s.208) Yapılan bir çalışmada, farklı cinsel yönelime sahip kişilerin; uyuşturucu madde kullanma oranlarının, heteroseksüel kişilerden daha yüksek olduğunu saptanmıştır. Aynı çalışmada; heteroseksüel kişilere göre farklı cinsel yönelime sahip kişilerin, kendilerine zarar verebilecek eylemlerde daha fazla bulunmalarının nedenleri; sosyal dışlanma, ayrımcılık ve homofobik tutumlara maruz kalması olarak belirtilmektedir (Kann vd.,2015, ss.77-80). Amerika yayınlanan 2013 yılı raporlarına göre ise homoseksüel ve biseksüel kişilerin, benzer yaşlardaki heteroseksüel kişilere göre sigara kullanma ve alkol tüketimlerinin daha fazla olduğu görülmektedir (Ward, Dahlemer, Galinsky, Joestl, 2013, s.5).

3.YÖNTEM

3.1. Araştırma Modeli

Heteroseksüel ve LGBTİ+'ların kaygı duyarlılığı ve madde kullanma eğilimi arasındaki ilişkinin incelenmesinin amaçlandığı bu araştırmanın modeli ilişki tarama modelidir.

3.2. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evreni Türkiye’de yaşayan LGBTİ+ ve heteroseksüel bireylerden oluşmaktadır. Araştırmanın örneklemini ise, gönüllü 17-55 yaş aralığında, 67 LGBTİ+ ve 56 heteroseksüel bireyden olmak üzere toplam 123 bireyden oluşmaktadır. Örnekleme ulaşmada kartopu tekniği kullanılmıştır. LGBTİ+ derneklerine ve facebook gruplarına gönderilerek de verilerin toplanması sağlanmıştır. Veriler pandemi nedeniyle ve insanların cinsel yönelimleri ile cinsel kimliklerini gizleme isteği duyabileceğinden dolayı Google form aracılığıyla toplanmıştır.

3.3. Veri Toplama Araçları

3.3.1. Sosyo-demografik Form

Bu formda, katılımcıların yaşları 18-24 yaş (genç), 25-35 yaş (genç yetişkin) ve 36-55 yaş (yetişkin) şeklinde kategorize edilmiştir. Örneklemin eğitim durumu; lise mezunu, ön-lisans-lisans mezunu, lisansüstü mezunu şeklinde kategorik halde sorulmuştur. Cinsel yönelimleri, her cinsel yönelimi kapsamı amacıyla lezbiyen, gay, biseksüel, aseksüel, panseksüel ve queer şeklinde kategorik şekilde sorulmuştur. Cinsiyet; kadın, erkek, Non-binary (ikili cinsiyet sınıflandırması dışındaki), interseks (çift cinsiyet), genderfluid (cinsel yönelim ve biyolojik cinsiyetten bağımsız, kişinin kendini kadın veya erkek diye dinamik akışkan bir karışımı olarak hissetmesi), non- binary trans şeklinde kategorize edilmiştir.

3.3.2. Kaygı Duyarlılığı Ölçeği

Kaygı Duyarlılığı Ölçeğini Reiss, Peterson, Gurksy ve McNally tarafından geliştirilmiştir. Kaygı korkusunu bir diğer deyiş ile kaygılandırıcı uyarıcılara olan yatkınlığı ölçmek için geliştirilmiştir. Türkçe geçerlik ve güvenilirlik uygulamasını Ayvaşık (2000) tarafından gerçekleştirilmiştir. 16 maddeden oluşmaktadır. 5’li likert tipi bir ölçektir. 0-4 arasında derecelendirilmektedir (0=çok az, 1= az, 2= biraz, 3= oldukça, 4= çok fazla). Alabilecek en düşük puan 0 iken en yüksek 64’dür. Ayvaşık (2000) ölçeğin cronbach alfa iç güvenilirlik katsayısı .85 olarak bulmuştur. Çakmak ve Ayvaşık’ın 2007 yılındaki çalışmasında cronbach alfa kat sayısı .93 bulunmuştur. 4 faktör yapısı olduğu tespit edilmiştir. Buradan yola çıkarak ölçeğin 4 tane alt boyutu vardır. Solunum Semptomları Korkusu, Kardiyovasküler Semptom Korkusu, Bilişsel Kontrolsüzlük Korkusu, Gözlenebilir Anksiyete Belirtileri Korkusu. Her alt ölçeğin güvenilirlik kat sayısı da .79- .88 arasında değişmektedir.

3.3.3 Madde Kullanma Eğilimi Ölçeği

Mac Andrew tarafından geliştirilmiş olup MMPI ‘dan alınan 36 sorudan oluşmaktadır. Türkçe uyarlılık çalışmasını Ceyhan, Oğuztürk ve Ceyhan tarafından 2001 yılında yapılmıştır. Testin güvenilirlik çalışmasında test-tekrar test işlemi yapılmıştır ve korelasyon katsayısı .65 bulunmuştur. Yapılan başka bir çalışmada ise cronbach alfa kat sayısı 0.84 bulunmuştur (Çolak, 2020; s.33). Mac Andrew geçerlilik kriteri olarak Madde Kullanma Eğilimi ölçeği ve Alkolizm Ölçeği kullanmış ve arasında .496 korelasyonel ilişki bulmuştur. Ölçekte elde edilen kesme puanı 16’dır. Yani 16 ve üstü puan madde kullanmaya eğilimi göstermektedir. Sorulara cevaplar “Doğru” ve “Yanlış” şeklindedir. “Doğru” işaretlenen puanlar 1 puan alırken “Yanlış” diye seçilenler 0 puan almaktadır. 9,12, 13, 19, 24, 25, 26, 29, 35 numaralı sorularda ters puanlandırılmaktadır. Alt faktörleri bulunmamaktadır.

3.4. Verilerin Analizi

Araştırma verilerinin analizinde SPSS 22 paket programı kullanılmıştır. Cinsel yönelimler ve cinsel kimliklerin kategorik sayısı itibarıyla kaygı duyarlılığı ve madde kullanma eğilimi arasındaki farklılığı bulmak amacıyla One Way ANOVA testi yapılırken, kaygı duyarlılığı ve madde kullanma eğilimi ilişkisinde Pearson Korelasyon analizi yapılmıştır.

4.BULGULAR

Aşağıdaki tabloda örneklem sayısı göz önünde bulundurularak dağılımın normalliği test edilmiştir.

Tablo 4.1. Normal Dağılım Tablosu

| Değişkenler | Skewness | | Kurtosis | |
|-----------------------------|-----------|------|-----------|------|
| | Statistic | S.E | Statistic | S.E |
| Madde Kullanımına Eğilim | ,059 | ,218 | -,676 | ,433 |
| Kaygı Duyarlılığı | ,067 | ,218 | -,826 | ,433 |
| Fiziksel Kaygı Duyarlılığı | ,179 | ,218 | -1,014 | ,433 |
| Bilişsel Kaygı Duyarlılığı | ,236 | ,218 | -,712 | ,433 |
| Toplumsal Kaygı Duyarlılığı | ,090 | ,218 | -1,096 | ,433 |

Değerlerin +1,50 ile -1,50 arasında olması normal dağılım olduğunu göstermektedir. Bu sonuç doğrultusunda parametrik testlerin yapılması uygun görülmüştür (Tabachnick ve Fidell, 2013).

Örnekleme oluşturan katılımcıların sosyo-demografik özelliklerine göre frekans tablosu tablo 3.2. de verildiği gibidir.

Tablo 4.2. Katılımcıları Sosyo-demografik Özellikleri

| Değişken | | N | % |
|----------|------------|----|------|
| Yaş | 17-24 yaş | 71 | 57,7 |
| | 25-35 yaş | 48 | 39,9 |
| | 36-55 yaş | 4 | 3,3 |
| Cinsiyet | Kadın | 61 | 49,6 |
| | Erkek | 49 | 39,8 |
| | Non-binary | 8 | 6,5 |

| | | | |
|----------------|-------------------|----|------|
| | Genderfuıld | 5 | 4,1 |
| Cinsel Yönelim | Heteroseksüel | 53 | 43,1 |
| | Lezbiyen | 6 | 4,9 |
| | Gay | 38 | 30,9 |
| | Biseküel | 18 | 14,6 |
| | Aseksüel | 1 | 0,8 |
| | Panseksüel | 4 | 3,3 |
| | Queer | 3 | 2,4 |
| Eğitim Durumu | Lise Mezunu | 54 | 43,9 |
| | Üniversite Mezunu | 66 | 53,7 |
| | Lisansüstü Mezunu | 3 | 2,4 |

Örnekleme oluşturan katılımcıların %57,7 (71 kişi) 17-24 yaşta iken %39,9'u (48 kişi) 25-35 yaşta, %3,3'ü (4 kişi) 36-55 yaşta'dır. Katılımcıların %49,6 'sı (61 kişi) kadın iken %39,8'i (49 kişi) erkek, %6,5 (8 kişi) non-binary, %4,1 (4 kişi) genderfuıld' dır. Katılımcıların %43,1'i (53 kişi) heteroseksüel iken, %4,9 (6 kişi) lezbiyen, %30,9'u (38 kişi) gay, %14,6'sı (18 kişi) biseksüel, %0,8'i (1 kişi), %3,3'ü (4 kişi) panseksüel, %2,4'ü (3 kişi) queer'dır. Örnekleme oluşturan katılımcıların eğitim durumu ise, %43,9'u (54 kişi) lise mezunu, %53,7'si (66 kişi) üniversite mezunu ve %2,4'ü (3 kişi) lisansüstü mezunudur.

Örnekleme oluşturan katılımcıların madde kullanma eğilimi ölçeğinden ve anksiyete duyarlılığı ölçeği ve alt ölçeklerinden aldıkları puanların betimleyici tablosu tablo.3.2 deki gibidir.

Tablo 4.3. Ölçek ve Alt Ölçeklerden Alınan Değerlerin Minimum, Maksimum, Ortalama ve Standart Sapması

| Değişkenler | N | Minimum | Maksimum | Mean | S.S |
|---------------------------------|-----|---------|----------|-------|-------|
| Madde Kullanım Eğilimi | 123 | 9,00 | 25,00 | 17,00 | 3,70 |
| Anksiyete Duyarlılığı | 123 | 0,00 | 62,00 | 32,73 | 16,00 |
| Fiziksel Anksiyete Duyarlılığı | 123 | 0,00 | 24,00 | 10,98 | 6,73 |
| Bilişsel Anksiyete Duyarlılığı | 123 | 0,00 | 24,00 | 10,89 | 6,11 |
| Toplumsal Anksiyete Duyarlılığı | 123 | 0,00 | 22,00 | 10,85 | 6,03 |

Madde kullanım eğilim ölçeğinde kesme puan 16'dır. 16 puan ve üstü madde kullanımına eğilimi göstermektedir. Bu doğrultuda 16 puan ve üstü alan ile 16 puan altı alanların frekans tablosu tablo 3.3'teki gibidir.

Tablo 4.4. Madde Kullanma Eğilimi Ölçeğinden Alınan Toplam Puanların Kesme Puanına Göre Frekans Tablosu

| Kesme Puan | f | % |
|-------------------------|----|-----|
| 16 Puan Altı Alanlar | 48 | 39 |
| 16 Puan ve Üstü Alanlar | 75 | 61 |
| Toplam | 55 | 100 |

Örnekleme oluşturan katılımcılardan 75'i madde kullanım eğilimi ölçeğinden (%61) 16 puan ve üstü alırken, 48 kişi ise 16 puan altı almıştır. Buda şunu göstermektedir; katılımcıların %61'inin madde kullanımına eğilimi söz konusudur.

Cinsel yönelimlerin madde kullanım eğilimine yönelik farklılıkların varlığını tespit etmek amacıyla kay-kare testi denilen chi- square testi yapılmıştır. Kay kare testinde gözenek sayısının %20'yi aşmaması amacıyla cinsel yönelimler heteroseksüeller ve LGBTİ+ diye iki kategorik haline getirilmiştir.

Tablo 4.5. Madde Kullanım Eğiliminin Cinsel Yönelim İle İlişisini Ortaya Koyan Ki-Kare (Chi-Square) Testi Sonuçları

| Gruplar | | Cinsel Yönelim | | Toplam | X ² | sd | p |
|------------------------|--------------|----------------|--------|--------|----------------|----|------|
| | | Heteroseksüel | LGBTİ+ | | | | |
| Madde Kullanım Eğilimi | 16 Puan Üstü | 23 | 52 | 75 | 17,11 | 1 | 0,00 |
| | 16 Puan Altı | 33 | 15 | 48 | | | |
| Toplam | | 56 | 67 | 123 | | | |

Yapılan analiz sonucunda cinsel yönelimler ile madde kullanım eğilimi arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir (p=0,00). 16 puan ve üstü alan heteroseksüellerin sayısı 23 iken LGBTİ+ bireylerin 52'dir. 16 puan altı alan heteroseksüellerin sayısı 33 iken LGBTİ+ bireylerin 15'dir. Bu doğrultuda, LGBTİ+ bireylerin heteroseksüellere oranla daha fazla madde kullanımına eğilim gösterdiği söylenebilir.

Tablo 4.6. Değişkenlere Ait Ortalamalar, Standart Sapmalar ve Değişkenler Arası İlişkiler

| Değişkenler | \bar{x} | Ss | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--------------------------------|-----------|-------|---|---------|---------|---------|---------|
| 1.Madde Kullanımına Eğilim | 17,00 | 3,70 | - | ,486*** | ,387*** | ,420*** | ,430*** |
| 2. Kaygı Duyarlılığı Toplam | 32,73 | 16,00 | | - | ,845*** | ,850*** | ,848*** |
| 3.Fiziksel Kaygı Duyarlılığı | 10,98 | 6,73 | | | - | ,558*** | ,558*** |
| 4. Bilişsel Kaygı Duyarlılığı | 10,89 | 6,11 | | | | - | ,617*** |
| 5. Toplumsal Kaygı Duyarlılığı | 10,85 | 6,03 | | | | | - |

*p<,05, **p<,01, ***p<,001

Tüm değişkenlerin birbirleriyle olan ilişkisini tespit etmek amacıyla pearson korelasyon analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, madde kullanım eğiliminin kaygı duyarlılığı ile orta düzeyde pozitif yönde anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir ($r=0,486$, $p=0,00$).

Buradan yola çıkarak, madde kullanım eğilimi artıkça kaygı duyarlılığı artar ya da kaygı duyarlılığı artıkça madde kullanım eğilimi artar şeklinde yorum yapılabilir. Aynı analiz sonucunda, madde kullanım eğilimi ile fiziksel kaygı duyarlılığı arasında orta düzeyde, pozitif yönde ve anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir ($r=0,387$, $p=0,00$). Bu sonuç kapsamında, madde kullanım eğilimi artıkça fiziksel kaygı duyarlılığı artar ya da fiziksel kaygı duyarlılığı artıkça madde kullanım eğilimi artar şeklinde yorum yapılabilir. Bir diğer analiz ise, madde kullanım eğilimi ile bilişsel kaygı duyarlılığı arasında orta düzeyde, pozitif yönde ve anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir ($r=0,470$, $p=0,00$). Bu analizin sonucunda da madde kullanım eğilimi artıkça bilişsel kaygı duyarlılığı artar ya da bilişsel kaygı duyarlılığı artıkça madde kullanım eğilimi artar yorumu yapılabilir. Son olarak, madde kullanım eğilimi ile toplumsal kaygı duyarlılığı arasında orta düzeyde, pozitif yönde ve anlamlı bir ilişki bulunmuştur ($r= 0,430$, $p=0,00$). Bu analiz sonucunda madde kullanım eğilimi artıkça toplumsal kaygı duyarlılığı artar ya da toplumsal kaygı duyarlılığı artıkça madde kullanım eğilimi artar şeklinde yorum yapılabilir.

Tablo 4.7. Madde Kullanımına Eğilim Ölçeği Puanlarının Cinsel Yönelimlere Göre ANOVA Sonuçları

| Değişken | Gruplar | N | \bar{x} | ss | | Kareler Toplamı | sd | Ortalama Kare | F | p |
|--------------------------|----------------|----|-----------|------|--------------|-----------------|-----|---------------|------|--------|
| Madde Kullanımına Eğilim | Heteroseksüel* | 58 | 15,45 | 3,27 | Gruplararası | 312,423 | 5 | 62,485 | 5,37 | ,00*** |
| | Lezbiyen | 6 | 17,83 | 4,87 | Grup içi | 1359,577 | 117 | 11,620 | | |
| | Gay* | 38 | 19,00 | 3,44 | Toplam | 1672,000 | 122 | | | |
| | Biseksüel | 18 | 17,72 | 3,04 | | | | | | |
| | Panseksüel | 4 | 15,00 | 4,54 | | | | | | |
| | Queer | 4 | 16,00 | 2,82 | | | | | | |

*p<,05, **p<,01, ***p<,001

Cinsel yönelimlerin madde kullanım eğilimi arasındaki farkı tespit edebilmek amacıyla One-Way Anova testi yapılmıştır. Yapılan analizler sonucunda, madde kullanımına eğilimi ölçeğinden elde edilen puanlar ile cinsel yönelimler arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p=0,00$). Diğer bir deyişle, madde kullanımına eğilim cinsel yönelime bağlı olarak anlamlı bir şekilde değişmektedir. Cinsel yönelimler arası farkların hangi gruplar arasında olduğunu bulmak için Post-hoc tukey testi yapılmıştır. Post-hoc testine göre heteroseksüeller ($\bar{x}= 15,45$) ile gayler ($\bar{x}= 19,00$) arasında madde kullanımına eğilim açısından anlamlı bir farklılık vardır. Bu doğrultuda, gayler heteroseksüellere oranla daha fazla madde kullanımına eğilim göstermektedir.

Tablo 4.8. Madde Kullanımına Eğilim Ölçeği Puanlarının Cinsiyetlere Göre ANOVA Sonuçları

| Değişken | Gruplar | N | \bar{x} | ss | Varyans Kaynağı | Kareler Toplamı | sd | Ortalama Kare | F | p | Anlamlı Fark |
|--------------------------|--------------|----|-----------|------|-----------------|-----------------|-----|---------------|------|-------|--------------|
| Madde Kullanımına Eğilim | 1.Kadın | 61 | 16,00 | 3,26 | Gruplararası | 137,978 | 3 | 45,993 | 3,56 | ,016* | 2>1 |
| | 2.Erkek | 49 | 18,18 | 3,56 | Grup içi | 1534,022 | 119 | 12,891 | | | |
| | 3.Non-binary | 8 | 16,62 | 3,99 | Toplam | 1672,000 | 122 | | | | |
| | 4.Genderfuld | 5 | 18,20 | 6,53 | | | | | | | |

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

Cinsiyetin madde kullanım eğilimi arasındaki farkı tespit edebilmek amacıyla One-Way Anova testi yapılmıştır. Yapılan analizler sonucunda, madde kullanımına eğilimi ölçeğinden elde edilen puanlar ile cinsiyet arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p=0,016$). Diğer bir deyişle, madde kullanımına eğilim cinsiyete bağlı olarak anlamlı bir şekilde değişmektedir. Cinsiyetler arası farkların hangi gruplar arasında olduğunu bulmak için Post-hoc tukey testi yapılmıştır. Post-hoc testine göre kadınlar ($\bar{x}= 16,00$) ile erkekler ($\bar{x}= 18,18$) arasında madde kullanımına eğilim açısından anlamlı bir farklılık vardır. Bu doğrultuda, erkekler kadınlara oranla daha fazla madde kullanımına eğilim göstermektedir.

Tablo 4.9. Madde Kullanımına Eğilim Ölçeği Puanlarının Yaşlara Göre ANOVA Sonuçları

| Değişken | Gruplar | N | \bar{x} | ss | Varyans Kaynağı | Kareler Toplamı | sd | Ortalama Kare | F | p |
|--------------------------|---------|----|-----------|------|-----------------|-----------------|-----|---------------|------|------|
| Madde Kullanımına Eğilim | 18-24 | 71 | 16,42 | 3,60 | Gruplararası | 56,197 | 2 | 28,098 | 2,08 | ,129 |
| | 25-35 | 48 | 17,77 | 3,81 | Grup içi | 1615,803 | 120 | 13,465 | | |
| | 36-55 | 4 | 18,00 | 2,82 | Toplam | 1672,000 | 122 | | | |

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

Yapılan analizler sonucunda yaş grupları arasında madde kullanımını eğilimi açısından anlamlı farklılık tespit edilememiştir ($p=0,129$).

Tablo 4.10. Madde Kullanımına Eğilim Ölçeği Puanlarının Eğitim Durumlarına Göre ANOVA Sonuçları

| Değişken | Gruplar | N | \bar{x} | ss | Varyans Kaynağı | Kareler Toplamı | sd | Ortalama Kare | F | P | Anlamlı Fark |
|--------------------------|--------------|----|-----------|------|-----------------|-----------------|-----|---------------|------|-----|--------------|
| Madde Kullanımına Eğilim | 1.Lise | 54 | 17,98 | 3,43 | Gruplararası | 102,534 | 2 | 51,267 | 3,92 | ,02 | 2>3 |
| | 2.Üniversite | 66 | 16,15 | 3,80 | Grup içi | 1569,466 | 120 | 13,079 | | | |
| | 3.Lisansüstü | 3 | 18,00 | 1,00 | Toplam | 1672,000 | 122 | | | | |

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

Yapılan analizler sonucunda madde kullanımına eğilim ile eğitim durumları arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p=0,022$). Hangi gruplar arasında farklılık gösterdiği tespit edebilmek adına post hoc- tukey testi yapılmıştır. Analiz sonucunda da lise mezunları ($\bar{x}=17,98$) üniversite mezunlarına ($\bar{x}=16,15$) oranla daha fazla madde kullanımına eğilim gösterdikleri bulunmuştur.

Tablo 4.11. Kaygı Duyarlılığı Ölçeği Puanlarının Cinsel Yönelimlere Göre ANOVA Sonuçları

| Değişken | Gruplar | N | \bar{x} | ss | Varyans Kaynağı | Kareler Toplamı | sd | Ortalama Kare | F | p | Anlamlı Fark |
|-------------------|-----------------|----|-----------|-------|-----------------|-----------------|-----|---------------|------|------|--------------|
| Kaygı Duyarlılığı | 1.Heteroseksüel | 53 | 27,96 | 14,59 | Gruplararası | 3283,861 | 5 | 656,772 | 2,74 | ,02* | 3>1 |
| | 2.Lezbiyen | 6 | 38,66 | 24,98 | Grup içi | 27978,286 | 117 | 239,131 | | | |
| | 3.Gay | 38 | 39,50 | 15,16 | Toplam | 31262,146 | 122 | | | | |
| | 4.Biseksüel | 18 | 31,88 | 13,46 | | | | | | | |
| | 5.Panoseksüel | 4 | 27,50 | 19,33 | | | | | | | |
| | 6.Queer | 4 | 31,75 | 18,78 | | | | | | | |

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

Cinsel yönelimlerin kaygı duyarlılığı arasındaki farkı tespit edebilmek amacıyla One-Way Anova testi yapılmıştır. Yapılan analizler sonucunda, kaygı duyarlılığı ölçeğinden elde edilen puanlar ile cinsel yönelimler arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p=0,02$). Diğer bir deyişle, kaygı duyarlılığı cinsel yönelimlere bağlı olarak anlamlı bir şekilde değişmektedir. Cinsel yönelimler arası farkların hangi gruplar arasında olduğunu bulmak için Post-hoc tukey testi yapılmıştır. Post-hoc testine göre heteroseksüeller ($\bar{x}=27,96$) ile Gayler ($\bar{x}=39,50$) arasında kaygı duyarlılığı açısından anlamlı bir farklılık vardır. Bu doğrultuda, gayler heteroseksüellere oranla daha fazla kaygı duyarlılığı göstermektedir.

Tablo 4.12. Kaygı Duyarlılığı Ölçeği Puanlarının Cinsiyetlere Göre ANAVO Sonuçları

| Değişken | Gruplar | N | \bar{x} | ss | Varyans Kaynağı | Kareler Toplamı | sd | Ortalama Kare | F | p |
|-------------------|-------------|----|-----------|-------|-----------------|-----------------|-----|---------------|------|-----|
| Kaygı Duyarlılığı | Kadın | 61 | 29,96 | 16,37 | Gruplararası | 1864,318 | 3 | 621,439 | 2,51 | ,06 |
| | Erkek | 49 | 37,16 | 14,32 | Grup içi | 29397,828 | 119 | 247,041 | | |
| | Non-binary | 8 | 25,50 | 18,25 | Toplam | 31262,146 | 122 | | | |
| | Genderfuıld | 5 | 34,60 | 16,75 | | | | | | |

*p<,05, **p<,01, ***p<,001

Yapılan analiz sonucunda kaygı duyarlılığı ölçeğinden elde edilen puanlar ile cinsiyetler arasında anlamlı farklılık tespit edilememiştir (p=0,062).

Tablo 4.13. Kaygı Duyarlılığı Ölçeği Puanlarının Yaşlara Göre ANOVA Sonuçları

| Değişken | Gruplar | N | \bar{x} | ss | Varyans Kaynağı | Kareler Toplamı | sd | Ortalama Kare | F | p |
|-------------------|---------|----|-----------|-------|-----------------|-----------------|-----|---------------|------|------|
| Kaygı Duyarlılığı | 18-24 | 71 | 30,49 | 12,89 | Gruplararası | 1013,087 | 2 | 506,544 | 2,00 | ,139 |
| | 25-35 | 48 | 36,31 | 18,85 | Grup içi | 30249,059 | 120 | 252,075 | | |
| | 36-55 | 4 | 29,50 | 25,09 | Toplam | 31262,146 | 122 | | | |

*p<,05, **p<,01, ***p<,001

Yapılan analizler sonucunda kaygı duyarlılığı ölçeğinden elde edilen puanlar ile yaş grupları arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır (p=0,139).

Tablo 4.14. Kaygı Duyarlılığı Ölçeği Puanlarının Eğitim Durumuna Göre ANOVA Sonuçları

| Değişken | Gruplar | N | \bar{x} | ss | Varyans Kaynağı | Kareler Toplamı | sd | Ortalama Kare | F | P |
|-------------------|--------------|----|-----------|-------|-----------------|-----------------|-----|---------------|------|------|
| Kaygı Duyarlılığı | 1.Lise | 54 | 36,00 | 15,87 | Gruplararası | 1545,358 | 2 | 772,679 | 3,12 | ,04* |
| | 2.Üniversite | 66 | 30,75 | 15,76 | Grup içi | 29716,788 | 120 | 247,640 | | |
| | 3.Lisansüstü | 3 | 17,33 | 10,01 | Toplam | 31262,146 | 122 | | | |

*p<,05, **p<,01, ***p<,001

Yapılan analizler sonucunda, kaygı duyarlılığı ölçeğinden elde edilen puanlar ile eğitim durumu arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir (p=0,04). Hangi eğitim durumları arasında farklılık gösterdiğini saptamak adına post hoc-tukey testi yapılmıştır. Fakat, bu analiz sonucunda eğitim durumları arasında farklılık tespit edilememiştir.

Tablo 4.15. Madde Kullanımına Eğilim Ölçeği ve Kaygı Duyarlılığı Ölçeği Puanlarının Cinsel Yönelimlere Göre T-Test Sonuçları

| Değişkenler | Gruplar | N | \bar{x} | ss | t | sd | p |
|--------------------------|------------------|----|-----------|-------|-------|-----|---------|
| Madde Kullanımına Eğilim | Heteroseksüeller | 56 | 15,48 | 3,25 | -4,46 | 121 | ,000*** |
| | LGBTİ+ | 67 | 18,26 | 3,59 | | | |
| Kaygı Duyarlılığı Toplam | Heteroseksüeller | 56 | 27,82 | 14,56 | -3,22 | 121 | ,002** |
| | LGBTİ+ | 67 | 36,83 | 16,10 | | | |

*p<,05, **p<,01, ***p<,001

İkili grup şeklinde kategorik hale getirilen cinsel yönelimlerin madde kullanımına eğilim ve kaygı duyarlılığı açısından arasındaki farkı tespit edebilmek amacıyla için bağımsız örneklem T-test yapılmıştır.

Yapılan analizler sonucunda, madde kullanımına eğilim ölçeğinden elde edilen puanlar ile cinsel yönelimler arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($t(121) = -4,46$, $p = 0,000$). Diğer bir ifadeyle, madde kullanımına eğilim cinsel yönelimlere bağlı olarak anlamlı bir şekilde değişmektedir. Analiz sonucuna göre heteroseksüeller ($\bar{x} = 15,48$) ile LGBTİ+ ($\bar{x} = 18,26$) arasında madde kullanımına eğilim açısından anlamlı bir farklılık vardır. Bu doğrultuda, LGBTİ+'lar heteroseksüellere oranla daha fazla madde kullanımına eğilim göstermektedir.

Diğer bir sonuç, kaygı duyarlılığı ölçeğinden elde edilen puanlar ile cinsel yönelimler arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($t(121) = -3,32$, $p = 0,002$). Diğer bir ifadeyle, kaygı duyarlılığı cinsel yönelimlere bağlı olarak anlamlı bir şekilde değişmektedir. Analiz sonucuna göre heteroseksüeller ($\bar{x} = 27,82$) ile LGBTİ+ ($\bar{x} = 36,83$) arasında kaygı duyarlılığı açısından anlamlı bir farklılık vardır. Bu doğrultuda, LGBTİ+'lar heteroseksüellere oranla daha fazla kaygı duyarlılığı göstermektedir.

5. TARTIŞMA

Bu çalışma doğrultusunda LGBTİ+ bireylerin heteroseksüellere oranla daha fazla madde kullanım eğilimi gösterdiği bulunmuştur. 2015 yılında Kann ve arkadaşlarının yaptığı bir çalışmada farklı cinsel yönelime sahip kişilerin uyuşturucu madde kullanma oranlarının, heteroseksüel kişilerden daha yüksek olduğunu saptanmıştır. Amerika yayınlanan 2013 yılı raporlarına göre ise homoseksüel ve biseksüel kişilerin, benzer yaşlardaki heteroseksüel kişilere göre sigara kullanma ve alkol tüketimlerinin daha fazla olduğu görülmektedir (Ward, Dahlemer, Galinsky, Joestl, 2013, s.5). Dolayısıyla bu çalışma Kann ve arkadaşları ile Ward ve arkadaşlarının çalışmalarını destekler niteliktedir.

Bu çalışmada da, LGBTİ+ bireylerin heteroseksüel bireylere oranla daha fazla kaygı duyarlılığı gösterdiği, kaygı duyarlılığının cinsiyetler arası farklılık göstermediği tespit edilmiştir. Homoseksüel kişilerin toplum tarafından damgalanmaları, düşmanca tutumlarla karşılaşmaları ve ayrımcılığa uğramaları kaygı hissetmelerine sebep olmakla beraber yapılan çalışmalarda, heteroseksüel ve homoseksüel kişilerin kaygı düzeyleri arasında farklılıkları olduğu, homoseksüel kişilerde kaygının, heteroseksüellere göre daha yüksek olduğu görülmektedir.

(Cho ve Sohn, 2016, s.284-287). Toplumdaki diğer kişilerin hoşgörüsüz eylemleri ve homoseksüelleri reddeden tutumları, homoseksüel kişiler için kaygı yaratan durumlar olduğunu belirtmektedir (Tatum, 2017, s.649).

Bu araştırma kapsamında madde kullanımına eğilim ile kaygı duyarlılığı arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Çakmak ve Ayvaşık'ın 2007 yılında yaptığı çalışmada ise, kaygı duyarlılığı ile alkol kullanma arasında anlamlı ilişki tespit edilmiştir. Bir diğer çalışmada da kaygı duyarlılığı alkol kullanımı ile anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir (Aydoğdu, 2013, s.64). Bir başka çalışmada ise, kaygı ve madde kullanımı arasında karşılıklı bir ilişki olduğu; kaygı düzeyinin yükselmesinin madde kullanımının artmasına neden olurken benzer şekilde, madde kullanımının kişilerin kaygı düzeylerini yükseltebileceği de belirtilmiştir (Turhan, İnandı, Özer ve Akoğlu, 2011, s.41). Başka bir çalışmada, LGBT kişilerin heteroseksüel kişilere göre daha fazla kaygı hissettikleri ve madde kullanımının daha fazla olduğu bulunmuştur (Grant vd., 2014, s.77). Bu çalışmanın sonuçları yukarıda sözü geçen Çakmak ve Ayvaşık, Aydoğdu, Turhan ve arkadaşları ile Grant ve arkadaşlarının araştırmalarını kanıtlar niteliktedir. Kaygı duyarlılığı ile baş edebilmek, kaygı belirtilerini göstermemek ve toplumda daha rahat olabilmek için kişiler maddeye yönelebilmektedir. Bir çalışmada kaygı duyarlılığı yüksek bireylerin kaygı duyarlılığının belirtilerini ortadan kaldırmak için alkol kullanması kaygı duyarlılığı düşük olanlara göre anlamlı bulunmuştur (Kushner vd., 2001). Bu kişiler, bu şekilde bir rahatlama duygusu içerisinde kaygı belirtilerini baş edebildiklerini düşünmektedirler. Bu sebepten dolayı madde kullanımına eğilim ve kaygı duyarlılığı arasında anlamlı bir ilişkinin ortaya çıktığı görülmektedir. Kaygı duyarlılığı yüksek bireyler toplum içinde belirtilerden kaçınmak amacıyla maddeye yönelebilmektedirler (Çakmak ve Ayvaşık, 2008).

Bu araştırma kapsamında, cinsiyet göre kaygı duyarlılığı açısından anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir. Üniversite öğrencileriyle yapılan bazı araştırmalarda ise, cinsiyet göre kaygı duyarlılığı açısından farklılıklar tespit edilmiştir. Bu araştırmalarda kadınların erkeklerden daha fazla kaygı duyarlılığı gösterdiği görülmüştür (Steward vd., 1997, Reiss, 1986). Diğer bir çalışmada ise cinsiyetler arası kaygı duyarlılığı açısından farklılık görülmediği tespit edilmiştir (Ayvaşık, 2000). Diğer bir çalışmada ise, erkeklerin kadınlara oranla daha fazla toplumsal kaygı duyarlılığı gösterdiği görülmüştür. (Demirsu, 2018). Tıpta uzmanlık tezi kapsamında yapılan diğer bir çalışmada, cinsiyetler arası kaygı duyarlılığı açısından farklılık tespit edilmemiştir (Şen, 2018). Toplumsal cinsiyet roller kaygı düzeylerini etkileyebilen bir değişken olarak karşımıza çıkabilmektedir. Erkeğin “güçlü” statüsünden dolayı kaygılı olduğunu göstermemeye çalışma çabası söz konusu cinsiyet rolleri içerisinde ele alınabilir. Kadının daha “boyun eğici” rolleri benimsemesi de daha fazla kaygı yaşamasına sebebiyet verebilmektedir. Cinsiyetler arasında kaygı duyarlılığı açısından farklılıklar ortaya koyan araştırmalar arasında tutarsızlık olduğu görülebilmektedir. Sonuçların tutarsızlığı, araştırmalarda kullanılan örneklemin yapısından, büyüklüğünden vb. etkenlerden kaynaklanabilir.

Bu araştırmanın bir diğer sonucu göre, eğitim durumu ve yaş değişkenleri ile kaygı duyarlılığı arasında farklılık tespit edilmemiştir. Yapılan bazı çalışmalarda eğitim durumlarına göre kaygı duyarlılığı açısından anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir (Şen, 2018 s.115). Yüksek lisans tezi kapsamında yapılan bir çalışmada yaşa göre kaygı durumu açısından anlamlı farklılık tespit edilememiştir (Özgüven, 2015, s. 62). Bu durum örneklemin sayısı, yapısı ve örneklemin demografik özelliklerinden kaynaklanıyor olabilir.

Bu araştırmada, eğitim durumuna göre madde kullanımına eğilim açısından anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Lise mezunlarının niversite mezunlarına oranla daha fazla madde kullanımına eğilim gösterdiği bulunmuştur. Literatür incelendiğinde, bir araştırmada eğitim durumuna göre madde kullanımına eğilim açısından anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir (Bozkan, 2020, s.55-57). Yapılan bir diğer araştırmada da eğitim durumu ile madde kullanımına eğilim arasında anlamlı farklılık tespit edilememiştir (Toker, 2008, s.62). Bu araştırmada lise mezunları toplam 54 kişi iken 39'u LGBTİ+ 15'i ise heteroseksellerdir. Üniversite mezunları ise toplamda 66 kişi iken 38'i heteroseksüeller, 28'i LGBTİ+' lardır. Bundan dolayı çıkan eğitim durumu ve madde kullanımına eğilim arasındaki farkın eğitim durumundan ziyade cinsel yönelimden kaynaklandığı düşünülmektedir.

Bu çalışmanın sonucunda, yaş ile madde kullanımına eğilim arasında anlamlı farklılık tespit edilmemiştir. olak'ın 2020' de yaptığı araştırmada yaş ile madde kullanımına eğilim arasında farklılık bulunmamıştır. Bu durumun sebebi olarak, madde kullanmanın artışından, madde kullanma yaşının giderek düşmesi ve her yaştan kişinin maddeye kolay ulaşabilir olması olabilir.

Madde kullanımına eğilim ile cinsiyet arasında anlamlı farklılığı inceleyen bir araştırmada kadınların erkeklere oranla daha fazla madde kullanımına eğilim gösterdiği tespit edilmiştir. Aynı araştırmada madde kullanımına eğilim ile yaş değişkeni arasında anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir (olak, 2020, s.58). Bir diğer araştırmada ise, erkeklerde kadınlara oranla daha fazla madde kullanımına eğilim bulunmuştur. Söz konusu çalışmada, yaş ve eğitim durumuna göre madde kullanımına eğilim açısından da anlamlı bir fark tespit edilememiştir (Bozkan, 2020, s.55-57). Bu alışma doğrultusunda da erkeklerin kadınlara oranla daha fazla madde kullanımına eğilim gösterdiği bulunmuştur. Aynı zamanda yaş ve eğitim durumuna göre madde kullanımına eğilim açısından anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir. Erkeklerin kadınlara oranla daha fazla madde kullanımına eğilim göstermesi toplumsal cinsiyet rollerinden kaynaklanıyor olabilir. Söz konusu durum, kadınlarda toplum tarafından ayıplanırken erkeklere bir özgürlük alanıymış gibi görülmektedir.

6. SONUÇ VE ÖNERİLER

Sonuç olarak,

1. Madde kullanımına eğilim ile kaygı duyarlılığı arasında anlamlı bir ilişki olduğu,
2. Gaylerin heteroseksüellere oranla daha fazla madde kullanımına eğilim gösterdiği,
3. Gaylerin heteroseksüellere oranla daha fazla kaygı duyarlılığı gösterdiği,
4. Erkeklerin kadınlara oranla daha fazla madde kullanımına eğilim gösterdiği,
5. LGBTİ+ bireylerin Heteroseksüellere oranla daha fazla madde kullanımına eğilim gösterdiği,
6. LGBTİ+ bireylerin heteroseksüellere oranla daha fazla kaygı duyarlılığı gösterdiği bulunmuştur.

Araştırma, daha fazla örneklem sayısına ulaşarak tekrar yürütülebilir. Madde kullanımına eğilimin cinsiyetler arası farklılık göstermesi sebebiyle toplumsal cinsiyet rolleriyle ilişkisine bakılabilir. Pozitif psikoloji konusundan olan psikolojik sağlamlık ve

psikolojik dayanıklılık kavramlarının söz konusu iki değişken arasındaki düzenleyici etkisine bakılabilir. Üçüncü dalga terapiler arasında yer alan kabul ve kararlılık terapisi ekolünün merkezinde yer alan psikolojik esneklik kavramının söz konusu iki değişken arasındaki düzenleyici etkisine bakılabilir.

KAYNAKÇA

Ak, S. ve Kılıç, C. (2016). Cinsiyet Anksiyete Duyarlılığı ve Sosyal Anksiyete Arasındaki İlişkiyi Etkiliyor mu?. *Türk Psikiyatri Dergisi*, 28(4):240-5. Doi: 10.5080/u18308.

Alkan, E. (2014). *Farklı Cinsel Yönelime Sahip Bireylerin Yaşam Doyumu, Stresle Başa Çıkma Tarzları ve Psikolojik Dayanıklılık Düzeylerinin Karşılaştırılması* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Ankara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

Altunpolat, R. (2017). LGBTİ'lere Yönelik Ayrımcılığı Tarihsel ve Politik Temelde Kavramak. *Mesleki Sağlık ve Güvenlik Dergisi*, 1-14.

Astan, K. (2019). *Eşcinsel, Biseksüel ve Heteroseksüel Bireylerin Ebeveyn Tutumu Algılarının Karşılaştırılması*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Hasan Kalyoncu Üniversitesi. Gaziantep.

Ayvaşık, H. B. (2000). Kaygı Duyarlılığı İndeksi: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. *Türk Psikoloji Dergisi*, 15(46), 43-57.

Bahar, A. (2018). Uyuşturucu Madde Kullanımının Nedenleri ve Bağımlılık Oluşum Sürecinde İletişimsel Yaklaşımların Rolü ve Önemi: Polis Kayıtları Üzerinden Olgusal Bir İnceleme. *Istanbul University Journal of Communication Sciences*, 55: 1-36.

Başar K (2013a) Bedensel Cinsiyet, Cinsiyet Kimliği, Cinsel Yönelim, Ş. Yüksel ve N. Yetkin (Ed.), *Eşcinsellik (Bilgilendirme Dosyası – 10)*, İstanbul, CETAD.

Başar, K. (2014). Farklı Yönleri ile Cinsel Kimlik: Bedensel Cinsiyet, Cinsiyet Kimliği, Cinsiyet Rolü ve Cinsel Yönelim. *Toplum ve Hekim Dergisi*. 29 (4).

Baydar, M. (2015). *Gay, Lezbiyen Ve Biseksüel Bireylerde İçselleştirilmiş Homofobi ve Psikolojik Sıkıntılar*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Adnan Menderes Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Aydın.

Bircan, S. & Erden, G. (2011). Madde bağımlılığı: Aile ile İlgili Olası Risk Faktörleri, Algılanan Ebeveyn Kabul-Reddi ve Çocuk Yetiştirme Stilleri. *Çocuk ve Gençlik Ruh Sağlığı Dergisi*, 18(3), 211-222

Broman-Fulks, J. J., Urbaniak, A., Bondy, C. L., ve Toomey, K. J. (2014). Anxiety Sensitivity and Risk-Taking Behavior. *Anxiety, Stress & Coping. An International Journal*, 27(6), 619–632. <https://doi.org/10.1080/10615806.2014.896906>.

Bulut, H. & Ulug, B. (2020). Panik Bozukluğu Hastalarında ve Birinci Derece Yakınlarında Anksiyete Duyarlılığı Ve Panik Agorafobi Spektrumu Belirtileri. *The Journal of Neurobehavioral Sciences*, 7 (2), Doi : 10.4103/JNBS.JNBS_12_20.

- Bülbül, K. & Odacı, H. (2018). Comparing High School Adolescents' Substance Abuse Tendencies in Terms Of Personal, Social And Academic Variables. *Addicta. The Turkish Journal on Addictions*, 5, 691–719. <http://dx.doi.org/10.15805/addicta.2018.5.4.0026>.
- Büyükcelik, A. (2011). *Gaziantep Üniversitesi Tıp Fakültesi Adli Tıp Anabilim Dalına 2000-2010 yılları arasında bağımlılık yapıcı madde kullanımı iddiasıyla adli makamlarca gönderilen olguların irdelenmesi*. (Tıpta Uzmanlık Tezi). Gaziantep Üniversitesi, Gaziantep.
- Ceyhun, B., Oğuztürk, Ö., & Ceyhun, A. G. (2001). Madde Kullanma Eğilimi Ölçeğinin Geçerlik ve Güvenilirliği. *Klinik Psikiyatri*, 4, 87-93.
- Cho, B. & Sohn, A. (2016). How Do Sexual Identity, and Coming out Affect Stress, Depression, and Suicidal Ideation and Attempts among Men Who Have Sex With Men in South Korea?. *Osong Public Health Res Perspect*. 7(5), pp. 281-288.
- Coker, T.,R. Austin, B.S. & Schuster, M.A. (2010). The Health and Health Care of Lesbian, Gay, and Bisexual Adolescents. *Annu Rev Public Health*. 31, 457-77. DOI: 10.1146/annurev.publhealth.012809.103636.
- Cramer, R.J., Golom, F.D., Gemberling, T.M., Trost, K., Lewis R., & Wright S. (2018). Examining The Lesbian, Gay, And Bisexual Identity Scale among Members Of An Alternative Sexuality Special Interest Group. *Arch Sex Behav*. 47, 1251–1264.
- Çakmak, S. Ş. & Ayvaşık, B. (2007). Üniversite Öğrencilerinde Alkol Kullanma Nedenleri ile Kaygı Duyarlılığı Arasındaki İlişki. *Türk Psikoloji Dergisi*, 22(60), 91-107.
- Çelik, M., Sanberk, İ. & Şahin, İ., (2017). LGB Bireylerin Yaşam Doyumlarını Yordamada Psikolojik Dayanıklılık. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 13(3), 1204. : <http://dx.doi.org/10.17860/mersinefd.336917>.
- Çolak, H. (2020). *Spor Bilimleri Fakültesi Öğrencilerinde Madde Kullanma Eğilimine Neden Olabilecek Bazı Psikolojik Parametrelerin İncelenmesi*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Muğla.
- Danyeli Güzel, Ö. (2017). *Lezbiyen, Gey, Biseksüel ve Transseksüellerin Sosyal Dışlanma Deneyimleri*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Başkent Üniversitesi. Ankara.
- DeMartini, K.S & Carey, K.B. (2011). The Role of Anxiety Sensitivity and Drinking Motives in Predicting Alcohol Use: A Critical Review. *Clin Psychol Rev*, 31, 169– 177.
- Dürüst, Ç. & Çağlar, M. (2016). LGBTQ Bireylerin Sosyal ve Bireysel Yaşam Algılarının Değerlendirilmesi. *Turkish International Journal of Special Education and Guidance & Counselling (TIJSEG)*, 4(2), 33-48.
- Erbay, E., Oğuz, N., Yıldırım, B., & Fırat, E. (2016). Alkol ve Madde Bağımlılığı Olan Bireylerin Başa Çıkma Tutumları. *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3, 597–609.
- Ertekin, E. ve Uçar, S. (2016). Nefret Söylemi ve Nefret Suçları: LGBT Bireyler Konuşuyor. *Hukuk Kuramı Dergisi*, 3(3), 41-56.
- Ghasempour, A., Akbari, E., Azimi, Z., Ilbeygi, R. ve Hassanzadeh, S.(2012). Predicting Obsessive-Compulsive Disorder on The Basis of Emotion Regulation and Anxiety Sensitivity. *Zahedan Journal of Research in Medical Sciences*, 15(2), 94-97.

Göksu, Ö. Kumcağız, H. (2020). Covid-19 Salgınında Bireylerde Algılanan Stres Düzeyi ve Kaygı Düzeyleri. *Turkish Studies*, 15(4), 463-479. <https://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.44397>.

Güven S. ve Altay, B. (2019). Eşcinsel ve Biseksüel Bireylerin Sağlığı ve Hemşirelik Bakımı. *Sdü Sağlık Bilimleri Dergisi*, 10 (4). DOI:[10.22312/sdusbed.520068](https://doi.org/10.22312/sdusbed.520068).

Grant, J. E., Odlaug, B. L., Derbyshire, K., Schreiber, L. R., Lust, K. ve Christenson, G. (2014). Mental Health and Clinical Correlates in Lesbian, Gay, Bisexual, and Queer Young Adults. *Journal of American College Health*. 62(1), 75-78.

Howell, A. N., Leyro, T. M., Hogan, J., Buckner, J. D. and Zvolensky, M. J. (2010). Anxiety Sensitivity, Distress Tolerance, and Discomfort İntolerance in Relation to Coping and Conformity Motives for Alcohol Use and Alcohol Use Problems among Young Adult Drinkers. *Addictive Behaviors*, 35(12), 1144-1147.

Jurin, T., & Biqlbauer, S. (2018). Anxiety Sensitivity as a Predictor of Panic Disorder Symptoms: A Prospective 3-Year Study. *Anxiety Stress Coping*, 31 (4), 365-374. doi: 10.1080/10615806.2018.1453745.

Kabacaoğlu, G. (2015). *Gey Ve Lezbiyenlerde Açılma Süreci: Nitel Bir Çalışma*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Hacettepe Üniversitesi Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı, Ankara.

Kann, L., McManus, T., Harris, W.A., Shanklin, S.L., Flint, K.H., Hawkins, J., Queen, B., Lowry, R., Olsen, E.O., Chyen, D., Whittle, L., Thornton, J., Lim, C., Yamakawa, Y., Brener, N., Zaza, S. (2015). Sexual Identity, Sex of Sexual Contacts, and Healthrelated Behaviors among Students in Grades 9-12 - *United States And Selected Sites*. *Surveillance Summaries*. 65(9);1-202.

Kaya Yertutanol, F. D., Seydaoğlu, G. & Candansayar, S. (2019). "Homophobia in Health Professionals in Ankara, Turkey: Developing a Scale", *Transcultural Psychiatry*.

Koca, B. & Oğuzöncül, A. F. (2015). İnönü Üniversitesi Sağlık Yüksekokulu Öğrencilerinin Sigara, Alkol, Madde Kullanımı, Madde Kullanımına Etki Eden Etmenler ve Aileden Aldıkları Sosyal Desteğin Etkisi. *Kocaeli Tıp Dergisi*, 4(2):4-13.

Koç, M. (2013). Dinsel Yönelim Kaygıyı Nasıl Etkiler? Almanyalı Müslüman Türk Göçmenler Üzerine Bir Alan Araştırması, *İstanbul Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 29, 39-72.

Kuyper, L. & Vanwesenbeeck, I. (2010). Examining Sexual Health Differences between Lesbian, Gay, Bisexual, and Heterosexual Adults: The Role of Sociodemographics, Sexual Behavior Characteristics, and Minority Stress. *The Journal of Sex Research* 48(2-3):263-74, Doi: 10.1080/00224491003654473.

Kwon, P. (2013). Resilience in Lesbian, Gay, and Bisexual Individuals. *Personality and Social Psychology Review*, 100(10), 1-13.

Maden, A. (2020). *Postmodern bağlamda Netflix'te LGBTIQ+ Söylemleri*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). İbn Haldun Üniversitesi. Ordu.

- Mantar, A., Yemez, B., & Alkın, T. (2011). Anksiyete Duyarlılığı ve Psikiyatrik Bozukluklardaki Yeri. *Türk Psikiyatri Dergisi*, 22 (3): 187-93.
- Marshall, G. N., Miles, J. N. V., & Stewart, S. H. (2010). Anxiety Sensitivity and PTSD Symptom Severity. Are Reciprocally Related: Evidence From a Longitudinal Study of Physical Trauma Survivors. *Journal of Abnormal Psychology*, 119(1), 143–150. <https://doi.org/10.1037/a0018009>.
- Mccabe, S. E., Bostwick, W. B., Hughes, T. L., West, B. T., & Boyd, C. J. (2010). The Relationship between Discrimination and Substance Use Disorders among Lesbian, Gay, and Bisexual Adults in the United States. *American Journal of Public Health*, 100, 1946–1952.
- Min-Kyoung, Kim., Borah, Kim., Tai Kiu, Choi., & Sang-Hyuk, Lee. (2017). White Matter Correlates Of Anxiety Sensitivity İn Panic Disorder. *Journal of Affective Disorders*, 207, 148–156.
- Nadal, K. L., Skolnik, A. & Wong, Y. (2012). Interpersonal and Systemic Microaggressions Toward Transgender People: Implications for Counseling. *Journal of LGBT Issues in Counseling*, 6(1), 55-82.
- Needham, B.L., & Austin, E.L. (2010). Sexual Orietation, Parental Support, and Health during the Transition to Young Adulthood. *Journal of Youth Adolescence*, 39, 1189-1198.
- Norton, A. T. & Herek, G. M. (2013). Heterosexuals' Attitudes Toward Transgender People: Findings from a National Probability Sample of US Adults. *Sex Roles*, 68(11-12), 738-753.
- Olthuis, J. V., Watt, M. C., Mackinnon, S. P. & Stewart, S. H. (2015). CBT for High Anxiety Sensitivity: Alcohol Outcomes. *Addictive Behaviors*, 46, 19-24.
- Oswalt, S. B., ve Wyatt, T. J. (2011). Sexual Orientation and Differences in Mental Health, Stress, and Academic Performance in a National Sample of U.S. College students. *Journal of Homosexuality*, 58(9), 1255–1280. <https://doi.org/10.1080/00918369.2011.605738>.
- Özüoğlu, N. (2019). *Sigara Kullanan ve Kullanmayan Bireylerde Bilişsel Farkındalık, Üst Biliş ve Kaygı Duyarlılık Düzeylerinin İncelenmesi*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ege Üniversitesi. İzmir.
- Poteat, T., German, D., & Kerrigan, D. (2013). Managing Uncertainty: A Grounded Theory of Stigma in Transgender Health Care Encounters. *Social Science & Medicine*, 84, 22-29.
- Ryan, C., Russel, T.S., Huebner, D., Diaz, R. & Sanchez, J.(2010). Family Acceptance in Adolescence and the Health of LGBT Young Adults. *Journal of Child and Adolescent Psychiatric Nursing*. 23(4), 205–213. doi: 10.1111/j.1744- 6171.2010.00246.x.
- Sakin Özen, N., Ercan, İ., İrgil, E. & Sığırlı, D. (2010). Anxiety Prevalence and Affecting Factors among University Student, *Asia Pacific Journal of Public Health*, 1(22):127-133.
- Sapma, G. (2013). *Matematik Başarısı ile Matematik Kaygısı Arasındaki İlişkinin İstatistiksel Yöntemlerle İncelenmesi*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

- Savcı, G. (2015). *Türkiye'de Yaşayan LGBT Bireylerinde Sosyal Uyum ve Bağımlılık İlişkisinin İncelenmesi* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Beykent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Sever, G. (2015). *Lise Öğrencilerinin Madde Kullanma Eğilimlerinin Algılanan Sosyal Destek ve Riskli Davranışlarla İlişkisinin İncelenmesi*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Gaziantep Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Gaziantep.
- Sezgin, D. (2015). Toplumsal Cinsiyet Perspektifinde Sağlık ve Tıbbileştirme. *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi*, 18 (1), 153-186. DOI: 10.18490/sad.63338.
- Şengezer, T. & Şahin, A.D. (2016). Erkeklerde Alkol ve Madde Kullanım Bozukluklarına Güncel Yaklaşım. *Turkiye Klinikleri Journal of Family Medicine Special Topics*, 7(4):80-85.
- Tatum, A.K. (2017). The Interaction of Same-Sex Marriage Access With Sexual Minority Identity on Mental Health and Subjective Wellbeing. *Journal of Homosexuality*. 64(5), pp. 638-653.
- Toker, T., Tiryaki, A., Özçürümez, G., & İskender, B., (2011). Madde Kullananlarda Çocukluk Örselenme Yaşantılarının, Madde Kullanma Eğilimi, Benlik Saygısı ve Başa Çıkma Tutumları ile İlişkisi. *Türk Psikiyatri Dergisi*, 22, 83-92.
- Toplu-Demirtaş, E., Kemer, G., Pope, A.L., & Moe, J.L. (2018). Self-Compassion Matters: The Relationships between Perceived Social Support, Self-Compassion, and Subjective Well Being Among LGB Individuals in Turkey. *Journal of Counseling Psychology*. 65(3), 372-382.
- Turhan, E., İnandı, T., Özer, C. ve Akoğlu, S. (2011). Üniversite Öğrencilerinde Madde Kullanımı, Şiddet ve Bazı Psikolojik Özellikler. *Türkiye Halk Sağlığı Dergisi*, 9 (1), 33-44.
- Tüzüner, Ö. (2014). Yargıtay Hukuk Dairelerinin Eşcinsellik Hakkında Tutumu. *Güncel Hukuk*, 3(123), 56-59.
- Ward B.W., Dahlhamer J.M., Galinsky A.M., Joestl S.S. (2013). Sexual Orientation and Health Among U.S. Adults: National Health Interview Survey, 2013. *National Health Stat Report*. 15;(77), 1-10.
- Wylie, K., Knudson, G., Khan, S.I, Bonierbale, M., Watanyusakul, S., Baral, S. (2016). Serving Transgender People: Clinical Care Considerations and Service Delivery Models in Transgender Health. *The Lancet*. 388(10042):401-11.
- Yalçınoğlu, N. & Önal, A. E. (2014). Eşcinsel ve Biseksüel Erkeklerin İçselleştirilmiş Homofobi Düzeyi ve Sağlık Üzerine Etkileri. *Turk J Public Health*, 12(2), 100-112.
- Yeşiler, G. N. (2010). *Gençlerde Kişilik Bozuklukları ve Cinsel Yönelim*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Adnan Menderes Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Aydın.
- Ylioja, T., Cochran, G., Woodford, M. R. & Renn, K. A. (2016). Frequent Experience of LGBTQ Microaggression on Campus Associated with Smoking among Sexual Minority College Students. *Nicotine & Tobacco Research*, 20(3), 340-346.

POST SOVET RESPUBLIKALARINDA "LATINLAŞDIRMA" (LATIN ƏLİFBASINA KEÇİD) MÜASİR GERÇƏKLİK -TARIXI HADİSƏLƏRİN NƏTİCƏSİ KİMİ**KAZIMI PARVİZ FIRUDİN OĞLU**Baku State University, Associate Professor, Doctor of Philosophy,
ORCID: - Parviz Kazimi4[0000-0001-5577-4773]**USUBALİYEV ORXAN BEYBALA OĞLU**Azərbaycan Respublikası Milli Elmlər Akademiyası,
Məhəmməd Füzuli adına Əlyazmalar İnstitutunda doktorant
ORCID: 0000-0001-6052-0989**SUMMARY**

In the 1920s, a number of processes began to take place in the new structure that arose in the collapsed geography of the Russian Empire. One of these processes was the transition of peoples to the "Latin" alphabet, which is also called "Latinization" in the world scientific literature. One of the least covered problems of the processes that took place in different geographical regions after the collapse of empires is the problem of "Latinization". Thus, "Latinization", which played an important role in world cultural history, is still interpreted by various sources and researchers without understanding the essence of the problem, and reflects an important historical event in political and national interests.

The entry of the modern world into the global information space with the help of the Latin alphabet has revived the attitude of people to the Latin alphabet. A number of countries are being taught two alphabets in order to preserve the national alphabet, and in some countries they are working to transform the national alphabet. Of course, rational thinking sees and accepts the irreversible process of transition to a single global alphabet. While this trend stems from the need for technology in the 21st century, it was high on the agenda in the 1920s for ideological reasons. Experts have called the mass transition of peoples to the "Latin alphabet" that took place in the 20s of the last century as a process of Latinization. Researchers cannot give an unambiguous answer, what was the transition of the Turkic peoples to a single alphabet? Was this an appeal of the Muslim peoples to a single alphabet? Or was it the USSR's search for a single means of communication for the world "proletariat"?

The article will attempt to explain the historical context of the Latinization process, the role of the Azerbaijani factor in this process and the essence of various tasks.

АННОТАЦИЯ

В 1920-е годы в новой структуре, возникшей в рухнувшей географии Российской империи, начал происходить ряд процессов. Одним из таких процессов стал переход народов на латинский алфавит, который в мировой научной литературе еще называют латинизацией. Одной из наименее освещенных проблем процессов, происходивших в разных географических регионах после распада империй, является проблема латинизации. Таким образом, латинизация, сыгравшая важную роль в мировой культурной истории, до сих пор интерпретируется различными источниками и

исследователями, не понимая сути проблемы, и отражает важное историческое событие в политических и национальных интересах.

Вхождение современного мира в глобальное информационное пространство с помощью латиницы возродило отношение людей к латинскому алфавиту. Ряд стран обучают двум алфавитам, чтобы сохранить национальный алфавит, а в некоторых странах работают над преобразованием национального алфавита. Конечно, рациональное мышление видит и принимает необратимый процесс перехода к единому глобальному алфавиту. Хотя эта тенденция проистекает из потребности технологии в 21 веке, она стояла на повестке дня в 1920-х годах по идеологическим причинам. Специалисты назвали массовый переход народов на латиницу, имевшим место в 20-е годы прошлого века как процессом латинизации. Исследователи не могут дать однозначный ответ, что это был, переход тюркских народов на единый алфавит? Было ли это обращением мусульманских народов к единому алфавиту? Или это был поиск СССР единого средства коммуникации для мирового пролетариата?

В статье будет предпринята попытка объяснить исторический контекст процесса латинизации, роль азербайджанского фактора в этом процессе и суть различных задач.

XÜLASƏ

XX əsrin 20-ci illərində Rusiya imperiyasının dağılmış coğrafiyasında yaranan yeni quruluşda bir sıra proseslər baş verməyə başlanır. Bu proseslərdən biri də xalqların latın əlifbasına keçməsi idi ki, dünya elmi ədəbiyyatında bunu latinizasiya (latinlaşma) kimi də adlandırırlar. İmperiaların dağılmasından sonra müxtəlif coğrafiyalarda baş verən proseslərdən ən az işıqlandırılan problemlərdən biri də latınlaşdırma problemidir. Belə ki, dünyanın mədəniyyət tarixində əhəmiyyətli rol oynamış latınlaşdırma bu günə qədər müxtəlif mənbələr və tədqiqatçılar tərəfindən bu problemə mahiyyətini anlamadan şərh edilir və t tarixin əhəmiyyətli bir hadisəni siyasi və milli maraqlara mənşəmə edirlər.

Müasir dünyanın latın qrafikası ilə qlobal informasiya məkanına daxil olması insanların latın qrafikasına münasibətini yenidən gündəmə gətirdi. Bir sıra xalqlar milli əlifbanı qorumaq məqsədi ilə iki əlifbalı tədrisi təşkil edir, bəzi ölkələrdə milli əlifbanın konvertasiyası üzərində işləyir. Əlbətdə rəşional düşüncə dünyanın vahid, qlobal əlifbaya keçid prosesinin dönülməz olduğunu görür və qəbul edir. Bu tendensiya XXI əsrdə əyər texnoloji zərurətdən irəli gəlırsə, XX əsrin 20-ci illərində ideoloji səbəblərdən gündəmə daxil olmuşdu. Xalqların kütləvi şəkildə latın qrafikasına keçməsinə mütəxəssislər 20-ci illərdə baş verən prosesə latınlaşdırma (latinizasiya) kimi adlandırmışdılar. Tədqiqatçılar birmənalı cavab verə bilmir ki, bu proses türk xalqlarının vahid əlifbaya keçirilməsi idi? Müsəlman xalqlarının vahid əlifbaya keçirilməsi idi? Yoxsa SSRİ-nin dünya proletariyatı üçün vahid kommunikasiya vasitəsinin axtarışı idi?

Məqalə latınlaşma proseslərinin həyata keçirildiyi tarixi şəraiti, bu prosesdə Azərbaycan faktorunun rolunu və qarşıya qiyulan müxtəlif vəzifələrin mahiyyətini şərh etməyə çalışacaq.

GİRİŞ

XX əsrin 20-ci illərində Rusiya imperiyasının dağılmış coğrafiyasında yaranan yeni quruluşda bir sıra proseslər baş verməyə başlanır. Bu proseslərdən biri də xalqların latın əlifbasına

keçməsi idi ki, dünya elmi ədəbiyyatında bunu latinizasiya (latinlaşma) kimi də adlandırırlar. İmperiaların dağılmasından sonra müxtəlif coğrafiyalarda baş verən proseslərdən ən az işıqlandırılan problemlərdən biri də latinləşdirmə problemidir. Belə ki, bu günə qədər müxtəlif mənbələr və tədqiqatçılar bu problemə mahiyyətini anlamadan şərhlər edir və mədəniyyət tarixinin əhəmiyyətli bir hadisəni siyasi və milli maraqlara mənzəmə edirlər.

Müasir cəmiyyətin mədəni inkişafında mühüm rol oynamış tarixi latinləşdirmə prosesi bir qlobal kulturoloji hadisədir. Dini, milli və regional qiymətləndirmə hadisənin həqiqi mahiyyətini ifadə etmir.

ƏSAS PROBLEMLƏR

Müasir dünyanın latın qrafikası ilə qlobal informasiya məkanına daxil olması insanların latın qrafikasına münasibətini yenidən gündəmə gətirdi. Bir sıra xalqlar milli əlifbanı qorumaq məqsədi ilə iki əlifbalı tədrisi təşkil edir, bəzi ölkələrdə milli əlifbanın konvertasiyası üzərində işləyir. Əlbətdə rəşional düşüncə dünyanın vahid, qlobal əlifbaya keçid prosesinin dönlüməz olduğunu görür və qəbul edir. Bu tendensiya XXI əsrdə əyər texnoloji zərurətdən irəli gəlirsə. XX əsrin 20-ci illərində ideoloji səbəblərdən gündəmə daxil olmuşdu. Xalqların kütləvi şəkildə latın qrafikasına keçməsinə mütəxəssislər 20-ci illərdə baş verən proseslə, latinləşdirmə (latinizasiya) ilə əlaqələndirirlər.

Tədqiqatçılar birmənalı cavab verə bilmir ki, bu proses türk xalqlarının vahid əlifbaya keçirilməsi idi? Müsəlman xalqlarının vahid əlifbaya keçirilməsi idi? Yoxsa SSRİ-nin dünya proletariyatı üçün vahid kommunikasiya vasitəsinin axtarışı idi.

Tarixi sənədləri və müxtəlif yanaşmaları təhlil edərək latinləşdirmə prosesinin həqiqi mahiyyətinə cavab verməyə çalışacağıq.

1921-ci ildə artıq Azərbaycanda, şimali qafqazda- İnuşetiyada, şimali asetiyyada, kabardada latın əlifbasının tətbiqinə başlanmışdı. Birinci türkoloji qurultayın gedişində (1926.Bakı) Yeni Türk Əlifbasının Ümumittifaq Mərkəzi Komitəsi adlanan qurum yaradıldı (YTƏÜMK). Bu qurum 1927-ci ildə Bakı şəhərində birinci plenumunu keçirdi və türk xalqları üçün 34 hərifdən ibarət əlifbanın unifikasiya layihəsini qəbul etdi.

1929-cu ilin 8 avqustunda SSRİ Xalq Komissarları Sovetinin Mərkəzi İcra Komitəsi “SSRİ-nin ərəb yazılı xalqlarının yeni latinləşdirilmiş əlifbası” adlı sərəncam verdi və bununlada bütün mətbuat, nəşriyyatlar və təbris müəssisələri latın əlifbasına rəşmi şəkildə keçməli oldu. 1930-cu ildən başlayaraq rusiyanın qeyri müsəlman xalqlarının latın əlifbasına küçməsinə başlandı.

1920-1936-cı illər arasında Sovetlər birliyində mövcud olan 72 xalqdan 50-si latın qrafikalı əlifbaya keçmişdi. Buraya ərəb əlifbası ilə yazan xalqlar, əlifbası olmayanlarla yanaşı kiril əlifbasını qəbul etmiş xalqlar da daxil idi. Eləcədə “türkiyə əlaməti” axtaranlar bilməlidir ki, bir çox türk olmayan qafqaz xalqları, sibir xalqları da latın əlifbasını məmnuniyyətlə qəbul edirdilər. Sibir və qafqaz xalqları rus provaslav kilsəsinin missionerləri tərəfindən hazırlanmış və kilsənin təzyiqi ilə qəbul edilmiş kiril əlifbasından asanlıqla imtina edirdilər.

1930-cu ilin sonunda Stalin slavyan xalqlarının latın əlifbasına keçirilməsi layihəsini dayandırır və artıq 1936-cı ildən başlayaraq xalqların kiril əlifbasına keçməsinə tələb edir. Bu proses 1939-cu ildə başa çatdırılır. Diqqəti cəlb edən odur ki, latinləşmədən kənarda qalan xalqlar kiril

əlifbasına keçirilməsi prosesindən də kənarda qalırlar. Bura alman, gürcü, erməni, idiş, sonralar isə fin, polşa, latı, eston, litva dilləri aid edilir.

ARAŞDIRMANIN METODOLOGİYASI

Problemə tarixi yanaşma metodu ilə qiymət verərsə, mədəni təkamülün nümunəvi bir mənzərəsi qarşımıza çıxar. Eləcə də müqayisəli təhlil metodu ilə dövlətlərin və dini qurumların müxtəlif mərhələlərdə əlifbalı ümumxalq əlifbası kimi tətbiq etməsində qarşıya çıxan problemləri də müəyyənləşdirmək mümkündür.

QIYMƏTLƏNDİRMƏDƏ YANLIŞLAR

Mövcud elmi dövriyədə latın qrafikası ilə yazan xalqların əlifbaya münasibəti, bu əlifbanın qəbul edilməsi ilə əlaqədar xeyli yanlış tədqiqatlar və düşüncələr mövcuddur.

1926-cı ildə Bakı şəhərində keçirilən birinci Türkaloji qurultay¹ latın əlifbasına keçid prosesini beynəlmiləşdirdi. 1919-cu ildən Azərbaycanda latın qrafikasına keçid ilə əlaqədar ciddi müzakirələr aparılırdısa da, əməli işlər 1921-ci ildə başlandı. Ərəb əlifbasının yazı prosesində problem olması ilə əlaqədar isə düşüncələrin tarixi çox qədimdir.

Azərbaycanın görkəmli siyasi xadimi Nəriman Nərimanov latın qrafikasına keçidin arealının genişləndirməsi sahəsində V.İ.Leninlə, dövrün ilk maarif naziri olmuş A.V.Lunaçarski ilə müzakirələr aparırdı. Qeyd etmək lazımdır ki, latın qrafikasına keçidin əhəmiyyəti haqqında A.V.Lunaçarskinin xatirələrində xeyli materiala rast kəlmək olar.

Bir qrup mütəxəssislər belə hesab edilir ki, rusiya imperiyası ərazisində yaşayan müsəlman xalqların dünyaviliyə (avropa dəyərlər sisteminə) inteqrasiyasını sürətləndirmək üçün latın əlifbasının tətbiqinə mane olmadılar². Rusiya imperiyasına daxil olan xalqların düşüncələrində kiril əlifbası rus-provaslav kilsəsini ifadə etdiyindən mərkəzi hakimiyyət xalqların təhsil və maarif prosesinə müdaxilə edə bilmirdi. İslam mədəniyyəti regionlarında ərəb əlifbası ənənəvi məktəblərdə tədris olunur, dil, əlifba və din ideoloji inteqrasiyaya mane olurdu. Odu ki, latın əlifbasına keçməklə əlaqədar birinci terkaloji qurultayın qərarı dəstəkləndi və mərkəzi hakimiyyət də bu prosesə mane olmadı.

Bir sara müasir politoloqlar və publisistlər SSRİ-də latın əlifbasına keçid prosesində Azərbaycanın xüsusi rolunu qeyd edirlərsə də, bunu Türkiyə Cumhuriyyətinin latın əlifbasına keçməsi ilə əlaqələndirirlər. Bu barədə o qədər çoxlu yazılar yazılıb ki, heç bir elmi və tarixi əsas olmasa da bu məlumat eimi məlumat olaraq dövriyə edir. Müxtəlif konsperativ fikirlər də irəli sürənlər mövcuddur.

Dövlətdə baş verən latınlaşma prosesində qafqaz xalqlarının böyük əksəriyyəti bu əlifbaya keçdiyi halda Gürcüstan və Ermənistanın kilsə əlifbasını milli əlifba olaraq qoruyub saxlaması faktı göstərir ki, mərkəzdə ciddi inteqrasiya məqsədi ilə proseslərə təsir göstərilərsə. Hətta A.V.Lunaçarskinin fikrinə görə ruslar da latın əlifbasına tədriclə keçəcək və provaslav

¹ Birinci türkaloji qurultayın materialları.

² директор Института языкознания РАН Владимир Алпатов.

kilsəsinin kiril əlifbasından canını qurtaracaq. Bu məqsədlə hazırlanmış dövlər layihəsi 30-cu illərin əvvəllərində Stalin tərəfində ləğv edildi.

Lakin hesab edirik ki, latın əlifbasına keçid XX əsrin 20-ci illərində demokratik prosesin nəticəsi kimi qarşıya çıxır və bu prosesdə milli ziyalıların əhəmiyyətli rolu olmuşdur.

Rus əlifbasının latınlaşdırılması fikri (əlbəttə ki, Ukrayna və Belarusiya daxil olmaqla) məhz ərəb qrafikasından istifadə edən xalqların yazılarının latınlaşdırılması sahəsində uğurlarından böyük bir təkan aldı. O dövrün rus ziyalıları “rus kiril əlifbası yalnız qərbdən deyil, həm də böyük ölçüdə oyanmış Şərqdən də bizi ayırır” düşüncəsində idilər.

“Glavnaukada” böyük bir komissiya bu sahədə çalışırdı. Daha sonra professorlar Jirkov, Korinskiy, chelkunov və Yakovlevin iştirakı ilə xüsusi bir komissiya yaradılır və onlara yeni əlifba qurarkən nəzərə alınacaq prinsipləri formalaşdırmaq tapşırılıb. Bu komissiya kiril əlifbasından latın əlifbasına keçid zamanı tövsiyə olunan təklifləri aşağıdakı kimi müəyyənləşdirir:

1. Şərq və Qərbin beynəlxalq qrafik elementləri ilə birləşərək Latın əlifbasının çox hərfini dəyişdirmədən istifadə edin.
2. Cüt həfləri əlifbaya daxil etməyin.
3. Rus əlifbasından çıxarılan həfləri daxil etməyin.
4. Diakritik işarələri olan həfləri əlifbaya daxil etməyin.
5. Əlifbanı tamamlamaq üçün əl çəkmədən yazılan işarələrlə həflər yaradın.
6. Əlifbadakı həflərin sayı mövcud rus dilindən az olmalıdır.
8. Hər həfin yalnız bir səs ifadəsi olmalıdır.
9. Hər hansı bir səs birləşməsi yalnız bir şəkildə yazılmalıdır və s.

TARİXİ ANALİZ

İslam mədəniyyəti coğrafiyasında ərəb əlifbası ilə milli dillərdə ədəbi və elmi yazı texnikası xüsusi qramatik normalarla tənzim olunmurdu. Erkən islam mədəniyyəti dövründə ərəb əlifbası ilə nəinki milli dillərdə yazmaq anlaşılmırdı, hətta ərəb dilinin ehdiyacları belə bütünlüklə ödənilmirdi. Müxtəlif dövrlərdə əlifba üzərində aparılan islahatlar mühafizəkarlarla islahatçıların toqquşmasına səbəb olurdu. Mühafizəkarların ən güclü silahı bu əlifbanın ərəb əlifbası olması (məlumdur ki, bu əlifba şərti olaraq ərəb əlifbası adlanır) deyil, bu əlifbada Allah kəlamının yazılmış olması idi.

Türk dillərinin hind avropa və sami dillərindən köklü fərqi türk dilinin aqqlütinativ dil olmasıdır. Türk dillərində ərəb əlifbası vasitəsi ilə yazılı abidənin meydana gəlməsi üçün xüsusi çətinlik yalnız ərəb əlifbasında səsləri ifadə etmək üçün müvafiq həriflərin olmaması idi.

Mükəmməl əlifba axtarışı dünyanın müxtəlif coğrafiyalarında fərqli mənzərələr ortaya gətirdi. Yaponlar (aqqlütinativ dilə malikdilər) bu prosesin nəticəsində bu gün 3 əlifbadan istifadə edirlər. Koreyalılar (aqqlütinativ dilə malikdilər) uzun tarixi mərhələdə çin heroqrlflərinin təsiri altında olsalar da XV əsrdə əlifbalarında islahat apardılar, çin heroqrlif

sistemini milli dillərinə uyğunlaşdırdılar. Çinlilər isə XIII əsrdə Xubilay xanın əlifba islahatı etdiyi və bütün çində dövriyyəyə daxil etdiyi kvadrat əlifbanı qəbul etmədilər. Çoxmillətli çində heroqrif yazı millətlərarası kommunikasiya funksiyasını yerinə yetirirdi. Məsələn dag mənasını verən heroqlif çin dilində şan, yapon dilində yama, koreya dilində san olaraq oxunurdu.

Məlumdur ki, aqqlütinativ dillərə (iltisəqi), şəkilçili, şəkilçiləşən dillər də deyilir. Bu dillərdə bütün leksik-qrammatik, yəni sözdüzəltmə və sözdəyişmə əlaqələri, ilk növbədə, şəkilçi morfemlər vasitəsilə realizə olunur. Aqqlütinativ dillər (latınca agglutinatio - yapışqandan) - aglutinasiyanın üstünlük təşkil edən növü olan bir sistemə sahib olan dillərdir və bunların hər biri yalnız bir mənə daşıyır. Aqqlütinativ dillər – Söz formaları aqqlütinasiya (yapışdırma) yolu ilə düzəlir. Türk, fin-uoqor dilləri belə dillərdən hesab olunur. Bu dillər üçün şəkilçilərlə sözdüzəltmə və sözdəyişmə sistemli xarakter daşıyır, vahid təsniflənmə və hallanma xüsusiyyəti olmaqla şəkilçilərin eyni funksiyalılığı mövcuddur. Ən qədim nümunəsi Şumer dilidir.

1869-cu ildə Yulius Opert özünün tarixi məruzəsində “Şumer dili Turan dillərinin mənşəyidir” fikrini bəyan edir ki, onu türk-monqol dilləri qrupu kimi müəyyənləşdirir. Bu fikir uzun müddət tədqiqatlarda dominant olduğu halda, 1940-cı illərdə S.Kramerin əsərlərində bu fikir möhkəmlənir. Şumer adının kənardan qoyulduğu, şumerlərin yaşadığı yerə Kenqer dediklərə, özlərinə isə qarabaş dedikləri də şumeroloqlar tərəfindən müəyyənləşdirilib. SSRİ-nin dağılmasından sonra bir sıra rusiya və rus alimlərinin yeni əsərləri növbəti tarixi manipulyasiyalardan başqa bir şey deyil. “Türk tarixini” kölgələmək işində yarışa girən bir sıra rusiya tədqiqatçıları 300 illik “monqol-tataq(türk) istismarı” düşüncəsindən az bir müddətdə çıxaraq yeni konseptlər irəli sürür. Rusiya Federasiyasında inhisara alınmış arxeoloji qazıntılar, eləcə də tarixin rəsmi konyuktur yozumu belədir ki, monqollarla türklər fərqli millətlərdir və XIII əsr böyük mogol imperiyasının türklərə aidiyyəti toxdur...

Tarixi mənbələr subut edir ki, nitqin yazıya keçməsi erkən dövrlərdə insanlar arasında müqəddəs mahiyyət daşıyan bir hadisədir. Təsədüfi deyil ki, ən qədim mənbələr dini mövzulara aiddir. Azərbaycanda “alın yazısı” anlayışı yazının həтта mistik mənə daşdığını ifadə edir. Odur ki, hər adam yazıb-oxuya bilmir və “yazıb-oxuyanlar da hamı kimi deyildilər”.

M.Ö. III minillikdən başlayaraq bütün kiçik asiyada şumerlərdən miras qalan mixi yazıdan istifadə edilirdi. Eyni zamanda, Qədim sami dillərində də mixi yazı ilə bir çox mənbələr mövcuddur. e.ə. I minillikdə Finikiyalıların fonetik əlifbası Yunan əlifbasını, ordanda latın əlifbasının əsasını təşkil edəcəkdir, Arameylər (nəbatilər) sonra Erkən semitlər (samilər) bu əlifbalardan istifadə edəcək, Aramey əlifbasından qədim pəhləvilər də yararlanacaq. Bu əlifbalarda müasir ərəb əlifbası kimi saitlər yazılmırdı (və ya qismən yazılırdı). Qeyd edək ki, bu dillərin hamısı flektiv dillərdir.

Şumerlərin şəkilli yazıdan mixi yazıya keçməsi, sonradan bu əlifbanın əsasında akkadların, assuriyalıların, babilərin və bütün Mesapatamiya xalqlarının yazmaga başlaması, bu əlifbanın bazası üzərində finikiyalıların fonetik əlifbanın yaratması, eləcə də arameylərin(nəbatilərin) bundan faydalanması, yəhudilərin və pəhləvilərin arameylərdən faydalanması, yunan əlifbasından latın əlifbasının törəməsi göstərir ki, yazı sisteminin formalaşmasında iki konsept özünü göstərir.

I –Mükəmməl yazı sisteminin yaradılması,

II – Milli (tayfa və qəbilə) özünü təcrid imkanlarının əldə edilməsi.

Dünya dillərinin tipologiyası ilə XIX əsrin əvvəllərində əsasən alman alimləri məşğul olmaya başlayır. Bu problemin öyrənilməsi müqayisəli dilçiliyi inkişaf etdirir və bu kimi tədqiqatlar başlayan kimi “hansı dil daha yaxşıdır?” sualı ortaya gəlir, tədqiqatçılar elmi təhlillərdən daha artıq şəxsi-milli maraqları ilə çıxış etməyə başlayər. Bütün dövr tədqiqatçıları bir səsə qəbul edir ki, dilin tipoloji quruluşu və qramatik normaları xalqın düşüncə tərzi ilə bağlıdır və müqayisəli qiymətləndirmə yanlışdır. Bu fikir ABŞ alimi Edvard Sepirin ifadəsində dəqiq ifadə olunur. “Latın dilindən rus dilinə keçəndə hiss edirik ki, adət etdiyimiz həmin üfəqlər bizim görüntümüzü məhdudlaşdırır. İngilis dilinə keçəndə ətrafdakı təpələr xeyli alçalır, Çin dilinə keçəndə bizə elə gəlir ki, artıq üzərimizdəki səma təməmilə başqa cür parlayır.”

VII əsrin ərəb alimi İbin Mukafa sasanı dövrü yazıları haqqında yazır: “Onların (farsların) xüsusi yazı sistemləri var, adına Zevariş deyilir. Əyər birisi quşt (ət) yazmaq istəyirsə bisra yazır. Ancaq oxuyanda quşt oxuyur. Əyər birisi nan (çörək) yazmaq istəyirsə naxma yazır ancaq nan oxuyur. Farsların min dənə belə sözləri var.”

Miladdan sonda 4-5 əsrlərdə müxtəlif dini icmalar xüsusi simvollar sistemi yaradaraq İncilin ilk nüsxələrini yunan və ya suriya dilindən tərcümə edir və öz icmaları daxilində bu simvollar sistemini əlifba adlandıraraq öz identifikliyini ifadə edirdilər. Bu o zamandır ki, mandaçılıq, maniçilik, mitraçılıq geniş yayılıb və xristianlıqda da xeyli cərəyanlar yaranır və nestrian təriqəti nüfuz qazanırdı. V əsrdə artıq çox sayda əlifbalar yaradılmışdır ki, sonrakı yüzillərdə dəfələrlə islahatlar aparılmasına baxmayaraq onlara mükəmməl əlifba deyən yoxdur.

1919-cu il martın 21-də Azərbaycan Xalq Cümhuriyyəti Hökumətinin qərarı ilə Xalq Maarifi Nazirliyinə ərəb əlifbasının islahatı üzrə xüsusi Hökumət komissiyası yaratmaq və komissiyanın hazırladığı təklifləri baxılmaq üçün Nazirlər Şurasına təqdim etmək tapşırılmışdı. Bu qərara əsasən, Azərbaycan Xalq Cümhuriyyəti Hökumətinin üzvü Xudadat bəy Məlik-Aslanovun sədrliyi ilə Xalq Maarifi Nazirliyi yanında ərəb əlifbasının islahatı üzrə xüsusi komissiya yaradılmışdı. Əlifba islahatı, hər şeydən öncə, maarifçilik, xalq təhsilinin milliləşdirilməsi sahəsində Hökumətin qarşısında duran vəzifələrin həyata keçirilməsinə birbaşa xidmət etməli idi. Azərbaycan Xalq Cümhuriyyəti Hökumətinin diqqət və qayğısı ilə fəaliyyət göstərən komissiya tezliklə bir neçə əlifba layihəsi hazırlayaraq Hökumətə təqdim etmişdi.

Həmin layihələr arasında müəllim Abdulla bəy Əfəndizadənin hazırladığı variant bəyənilmiş və yeni əlifba üçün əsas kimi qəbul olunmuşdu. A.Əfəndizadə əlifba islahatı, xüsusilə latın əlifbasına keçidin zəruriliyi ilə bağlı 1919-cu ildə Bakıda "Son türk əlifbası" adlı dərslik də nəşr etdirmişdi. Dərslikdə o, ilk dəfə olaraq, ərəb və latın əlifbalarını müqayisəli şəkildə vermiş, birincinin ana dilimizə uyğunsuzluğunu, ikincininə daha münasib olduğunu zəngin dil faktları ilə əsaslandırılmışdı. Azərbaycan Xalq Cümhuriyyəti Hökumətinin əlifba islahatı sahəsində həyata keçirdiyi ilk əməli addımlar Aprel işğalı nəticəsində yarımçıq qaldı.

Azərbaycan Xalq Cümhuriyyəti dövründə artıq reallaşmaq ərəfəsində olan əlifba islahatı ideyasına 1921-ci ildə Sovet Azərbaycanında yenidən qayıdıldı. Bu məsələnin geniş müzakirəsindən sonra Nəriman Nərimanovun imzaladığı xüsusi dekretlə Azərbaycanda əlifba islahatı üzrə Yeni Türk Əlifba Komitəsi yaradıldı. Komitənin latın qrafikası əsasında hazırladığı Azərbaycan əlifbasının layihəsi ümumxalq müzakirəsi üçün "Yeni yol" qəzetində dərc edildi.

1926-cı ildə, Bakı şəhərində *1-ci Türkoloji Qurultay* keçirildi. Bu qurultayda türk xalqlarının latın əlifbasına keçirilməsinə baxıldı və qərar qəbul edildi. Bu qurultay ilk dəfə türk xalqlarının inteqrasiya istəklərinin açıq ifadə etdiyi bir platforma oldu. Latın əlifbasının türk dillərinin xüsusiyyətlərini əsasın ifadə edə bildiyini və bu əlifba sahəsində böyük cogradiyada yaşayan xalqların tarixi inteqrasiyasına bir ümüd olduğu ifadə olundu.

Gərgin keçən və uzunmüddətli müzakirələrdən sonra 1929-cu ildən etibarən Azərbaycanda tamamilə latın əlifbasına keçildi. Bununla da Azərbaycan Xalq Cümhuriyyətinin öz qarşısına qoyduğu vəzifələrdən biri də reallaşdırıldı.

Türkiyədə isə 1 noyabr 1928-ci il tarixində 1353 sayılı "Yeni Türk hərflərinin qəbul və tətbiqi haqqında Qanun"un qəbul edilməsi ilə yeni əlifbanın tətbiqi prosesinə başlandı. Bu qanunun qəbul edilməsi ilə həmin günə qədər istifadə olunan ərəb hərfləri əvəzinə latın hərflərinə əsaslanan Türk əlifbası qüvvəyə mindi. Bundan başqa, hərflərin türk əlifbasındakı oxunuşu da qərb dillərindəki və ərəb dili hərflərinin oxunuşundan fərqlənirdi. Bu prosesə böyük Atatürk rəhbərlik edirdi.

Göründüyü kimi latın əlifbaya keçid ona görə baş vermədi ki, Türkiyə Cumhuriyyəti bu əlifbanı qəbul etmiş, digər türk xalqları da bu əlifbaya keçdi. Əksinə bu əlifba türk xalqlarının tarixi axtarışı və geniş inteqrasiyasına cavab verdiyinə görə qəbul edildi.

1930-cu illərdə yaradılmış sovet hakimiyyətinin mahiyyəti dəyişdirildi. Artıq bu ölkə Sovet Sosialist Respublikaları İttifaqı deyil, Moskvadan diktə yolu ilə idarə olunan aftaritar bir dövlət modeli idi. Türk xalqlarının qəbul etdiyi latın əlifbası Moskvanın diktəsi ilə kiril əlifbasına dəyişdirildi və avantürist "sovet xalqı" yaradıcılığına başlandı.

NƏTİCƏ

"Xalqlar əlifba yaratmayıblar, əlifbanı yaradanlar dini icmalar və dini qurumlar olmuşdur"³ düşüncəsi XXI əsrin əvvəllərində mütəxəssislərin yazılarında tez-tez təsadüf edilir. Odur ki, əlifbalara milli əlifba statusu verməklə onu bütləşdirmək, fikrin ifadəsi zamanı qarşıya çıxan çətinlikləri görməməzlikdən gəlmək, onu toxunulmaz hesab etmək tendensiyaları bu gün də mövcuddur.

1991-ci ildə, SSRİ dağılandıqdan sonra beş müstəqil türk dövləti, yəni Azərbaycan, Qazaxıstan, Qırğızıstan, Özbəkistan və Türkmənistan quruldu. Bunların arasında Azərbaycan, Özbəkistan və Türkmənistan latın əlifbasına keçdi, Qazaxıstan və Qırğızıstanla latın əlifbasına keçid üçün müəyyən zaman məyin etdi. Rusiya fedarasiyasında olan Başqırdıstan, Çuvaşstan, Tatarıstan, Yakutlar, Xakaslar, Tuva kimi respublikalar kiril əlifbasından istifadə etməyə davam etdilər. Beləliklə Azərbaycan dili türk dilləri qrupunda mürəkkəb və ağır tarixi axtarışı bitirərək latın qrafikası ilə inteqrasiya yolunu seçdi və bu yol türk dilli xalqların ümumi seçimi kimi qəbul edildi. Bu tarixi seçimin nəticəsi olaraq hazırda dilin sürətlə sənayeləşməsi tələb olunur.

Bu sənayenin yüksək nəticələr əldə etməsi üçün türk dilli dövlətlərin çoxşaxəli inteqrasiyası son dərəcə əhəmiyyətlidir.

Son otuz ildə qloballaşan dünyada "dil və əlifba" kommunikasiyası yeni sınaqlardadır və yeni imtahanlar verməkdədir.

³ Vardanyan

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Xələfov A..A. Kitabxana və cəmiyyət. Bakı, azərnəşr, 2013, 360 s.
2. Kramer S. Tarix şumerdən başlanır. Bakı, Mütərcim, 2009. 280 s.
3. Kazimi P.F. İnformasiya mühəndisliyi. Bakı, mütərcim, 2018, 260 s.
4. <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%93%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B8%D1%86%D0%B8%D0%B7%D0%BC>
5. <https://w.histrf.ru/articles/article/show/mitraizm>
6. <https://az.wikipedia.org/wiki/Manixeizm>
7. <https://www.youtube.com/watch?v=nrHBC1OibYs>
8. <https://lenta.ru/articles/2017/05/23/latin/>
9. Алпатов В. Репрессированная тюркология. М.: Восточная литература, 2002. 296 с. (с Ф. Д. Ашниным и Д. М. Насиловым)
10. 150 языков и политика: 1917—1997. Социоллингвистические проблемы СССР и постсоветского пространства. М.: Институт востоковедения РАН. 1997. 192 с. ISBN 5-89282-022-X (Изд. 2-е, дополненное (...1917—2000). М.: Крафт + Институт востоковедения РАН, 2000. 224 с.)
11. Dövlət dilinin tətbiqi işinin təkmilləşdirilməsi haqqında AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI PREZİDENTİNİN FƏRMANI. -HTTP://WWW.E-QANUN.AZ/FRAMEWORK/3568
12. Ağah Sırrı Levend (2011-06-01). *Türk Dilinde Gelişme Sadeleşme Evreleri*. Dil Derneği Yayınları. səh. 156. ISBN 9757495208.

**“SU MEDENİYETİ” VE “STRATEJİK KONUM” BAĞLAMINDA,
KARAKOYUNLU DEVLETİ’NİN MERKEZLİĞİNİ YAPMIŞ ERCİŞ BÖLGESİ
ÜZERİNE BİR İNCELEME**

AN INVESTIGATION ON THE ERCİS REGION WHICH IS THE CENTER OF
KARAKOYUNLU STATE, IN THE CONTEXT OF “WATER CIVILIZATION” AND
“STRATEGIC POSITION”

Erden KİŞİ

Öğr. Gör., Van YYÜ.,Erciş İşletme Fakültesi ,ORCID: 0000-0002-3124-680X.

ÖZET

Dünya insanlığı olarak yaşadığımız Pandemi süreci bir kere daha suyun ve hijyenin önemini gün yüzüne çıkarmıştır. Tarihin her döneminde su kaynakları, toplumlar için önemli bir değer olmuştur. Uğruna savaşlar verilen, mücadele edilen bir değer olarak su kaynakları, 21.yy.’da önemini daha da artırmıştır. Gerek İslam toplumlarında gerekse Türk İslam Devletleri’nde su kaynakları ve toplumsal yerleşkeler arasında sıkı bir ilişki bulunmaktadır. Tarımsal faaliyetlerin yanı sıra, hayvancılık faaliyetleri ve insan yaşamı için vaz geçilmez bir değer olan su kaynakları, insan yaşamını şekillendiren, aynı zamanda devletler için stratejik bir güvenlik unsuru sağlayan en önemli değer olmuştur. İslam dininin temizlik kavramına oldukça fazla önem vermesi nedeniyle İslam toplumları için “su medeniyeti” önemli bir değere dönüşmüştür. Bu çalışmada: Bir Türk İslam Devleti olan Karakoyunlu Devleti’nin merkezi Erciş bölgesindeki “su medeniyeti” ve Erciş bölgesinin stratejik konumu incelenecektir. Karakoyunlu Devleti’nin hüküm sürdüğü dönemlerde, Erciş bölgesindeki toplumsal yerleşkeler, tarihi yapılar, bölgenin stratejik konumu ve sosyal hayat üzerine bir değerlendirme yapılarak, “su medeniyeti”, “stratejik konum” ve “sosyal hayat” arasındaki diyalektik ilişki üzerine tarihi, sosyolojik ve siyasi bir analiz yapılmaya çalışılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Su Medeniyeti ve Sosyal Hayat, Karakoyunlu Devleti, Tarihi Erciş Bölgesinde Su Medeniyeti, Erciş’in Stratejik Konumu.

ABSTRACT

The Pandemic process, which we are witnessing as humanity, has once again revealed the importance of water and hygiene. Water resources have been an important value for

societies in every period of history. Water resources, as a value fight for and struggle on, have further increased their importance in the 21st century. There is a close connect between water resources and social compounds. In addition to agricultural activities, water resources, which are an indispensable value for livestock activities and human life, have been the most important value that shapes human life but also provides a strategic security element for states. “Water civilization” has become an important value for Islamic societies because Islamic religion attaches great importance to the concept of cleanliness. In this study; “Water civilization” and settlement features in Ercis region, which is the center of Karakoyunlu State, a Turkish Islam State, will be examined. During the periods when the Karakoyunlu State ruled, an evaluation will be made on social compounds, historical structures, strategic location of the region and social life in Ercis region and a historical, sociological and political analysis will be tried on the dialectic relationship among “water civilization”, “social life” and “strategic position”.

Key Words: *Water Civilization and Social Life, Karakoyunlu State, Water Civilization in the Historical Ercis Region, Strategic Position of Ercis.*

GİRİŞ

İnsanlığın maddî ve manevî var oluşunda büyük bir rolü bulunan su, pek çok medeniyet ve mimarinin meydana getirilmesinin de büyük ve başlıca sebebi olmuştur (Önge, 1984: 24). Özellikle İslam medeniyetinin şekillenmesinde suyun çok ciddi bir önemi bulunmaktadır. İslam dininin ibadet gerekleri ve sosyal hayatta ön görmüş olduğu temizlik şartı nedeniyle, İslam toplumlarının tarih boyunca su kaynakları etrafında kümelendiği görülmektedir.

Kur’an’da manen temizlik ve su ile temizlenme konusuna oldukça fazla yer verilmiştir:

“Allah, tövbe edenleri de temizlenenleri de sever... (Bakara, 222). Allah sizin için güçlük dilemez, fakat sizi tertemiz etmek ve üzerinizdeki nimetini tamamlamak ister. Tâki şükredesiniz diye... (Mâide, 6). Allah, üzerinize gökten yağmur indiriyor; onunla sizi pisliklerden temizlesin, diye... (Enfâl, 11).”(<https://www.kuranmeali.com>).

Görüleceği üzere Kur’an’da su ile yapılan temizlik konusuna oldukça fazla değinilmiştir. Ayrıca İslam dininin temel ibadetlerinden biri olan namaz ibadeti içinde su ve temizliğin önemi gerek ayetlerde gerekse hadislerde birçok defa dile getirilmiştir.

İslam tarihi açısından su ve temizlik anlayışı insan yaşamını olabildiğince derinden etkilemiştir. Su, Müslümanlar için ayrı bir medeniyete dönüşmüştür. İnsanın sosyal yaşamı ile beraber “su medeniyeti”, Müslüman toplumların yaşadığı mekanları da şekillendirmiştir.

İslam tarihinin en önemli merkezlerimizden biri olan İstanbul’da bu durum daha açık bir şekilde görülmektedir. Su ve su ile ilgili mimari yapılar, İstanbul’un mazisinde çok değerli yapılar olarak karşımıza çıkmaktadır. (Arıkan ve Aras, 2014). Özellikle Osmanlı döneminde yapılan hamamlar, kervansaraylar, külliyeler ve medreselerin şekillenmesinde su medeniyetinin oldukça önemli bir rolü bulunmaktadır.

İslam tarihi içerisinde Türklerin sahip olduğu yaşam şekli de “su medeniyeti” açısından değerlendirmeye değer bir alanı oluşturmaktadır. Türk insanının yardım severliğe ve madden temizliğe verdiği değer, su tesisleri, sanat yapıları ve mimarilerinde büyük bir yere sahiptir (Tali, 2009: 48). Tarihte kurulan birçok Türk Devleti’nin kuruluş ve gelişim aşamasında su medeniyetinin önemli bir yeri olduğu görülmektedir. Tarım, hayvancılık gibi mesleklerde ilerleme kat eden Türk toplumları, sosyal yerleşkelerinin inşa sürecinde su kaynaklarına yakın olmaya oldukça fazla özen göstermişlerdir.

Esasında “su medeniyeti”, sadece İslam ve Türk toplumlarında değil tüm dünya toplumlarında da önemli bir yere sahiptir. Uygarlıkların geçmişinde, su ve suyun kullanıldığı yerlere büyük önem verildiği görülmektedir (Ürük, 2016: 186). Özellikle tarım ve hayvancılık ile geçimini sağlayan toplumlar için suyun çok daha büyük bir önem gösterdiği bilinmektedir. Bugün dahi özellikle Orta Doğu ve Afrika coğrafyasının en önemli sorunlarından birisi de su kaynaklarına sahip olma sorunudur. Bu nedenle uzun bir süredir su kaynaklarının paylaşımı konusunda çeşitli ülkeler arasında savaşa varacak boyutlara ulaşan itilaflar mevcuttur.

“*Su hayattır*”, özdeyişi günümüz için bir kere daha manasını ve önemini vurgulamıştır. Su, sadece insanlık için değil aynı zamanda doğanın devamı, ekonomik büyüme, toplumsal güvenliğin tesisi ve enerji üretimi içinde elzemdir (Üzen ve Çetin, 2012: 282). Çok farklı alanlarda hayatımızın vaz geçilmez bir parçası olan su, bugün için uluslararası alanda yaşanan birçok çatışmanın da sebebi olarak değerlendirilmektedir. Bu nedenle su kaynakları açısından zengin bir bölge olan Anadolu coğrafyası, tarihin her döneminde çeşitli toplumların dikkatini çekmiş ve çekmeye devam etmektedir.

Her bölgesinde ayrı bir tarihi ve medeniyet özelliğini içerisinde barındıran Anadolu coğrafyası, 21. yy. gelindiğinde bu özelliğini korumuştur. Doğu medeniyeti ve Batı medeniyeti arasında bir köprü görevi gören Anadolu coğrafyası, dünyanın hiçbir yerinde rastlanmayan bir medeniyet alanına dönüşmüştür. Her bölgesi ile farklı bir tarihi ve medeniyeti içerisinde taşıyan Anadolu coğrafyasının önemli medeniyet merkezlerinden biri de Erciş’tir.

Bu çalışmada, 1365 ve 1469 yılları arasında hüküm sürmüş ve Erciş'i merkez edinmiş olan Karakoyunlu Devleti'nin kuruluş ve gelişim aşamasında "su medeniyeti" ve Erciş'in stratejik konumu ile olan ilişkisi analiz edilecektir. Özellikle Erciş bölgesinde inşa edilen yapıların su kaynakları ile olan iletişimi anlaşılmalı çalışılacaktır. Ayrıca Erciş'te varlığını koruyan Karakoyunlu mimarisinin su kaynakları ile olan bağı anlaşılmalı çalışılacaktır. Akabinde ise sosyal yerleşkelerin coğrafi ve stratejik özellikleri dikkate alınarak, Erciş'i merkez edinen Karakoyunlu Devleti'nin sosyal ve siyasi ilişkileri analiz edilecektir.

1. "SU MEDENİYETİ" NEDİR?

"Su medeniyeti" kavramını anlamaya geçmeden önce medeniyet kavramının ne olduğunu anlamamız gerekmektedir. Kültür ve medeniyet kelimeleri daha önce Türkçe 'de bulunmaz iken Osmanlı Devleti'nin Batılılaşma aşamasında Türkçe 'ye girmiştir. Ülkemizde ilk olarak bu kelimeleri sosyolojik olarak analiz eden ve sistematikleştiren fikir insanımız Ziya Gökalp'tır (Arslanoğlu, 2000: 244). Kelime anlamı ile medeniyet, bir insan topluluğunun özgün yaşam özelliklerinin oluşturduğu bir kültürel bütünlük anlamına gelmektedir. Bir toplum için oldukça önemli bir değer olan medeniyet kavramı, o toplumun diğer topluluklar karşısındaki öz benliğini tanımlamada önemli bir görevi yerine getirmektedir. Tarihin her döneminde tüm dünya toplumlarının farklı bir medeniyet özelliği ile gelişim gösterdiği bilinmektedir. Özellikle İslam toplumları ve Türk toplumlarının sahip olduğu medeniyet özelliklileri onları diğer dünya toplumlarına nazaran oldukça farklı bir noktada konumlandırmıştır.

İnsanlık tarihi, aynı zamanda bir uygarlıklar tarihidir. Tarih süresince insan ve toplum, varlık alanında hayatını sürdürmek amacıyla bir mücadele ve savaş içinde olmuştur (Çetinkaya, 2013:19). Her toplum sahip olduğu kültürel değerleri ve medeniyet özelliklerini korumak adına ciddi bir mücadele vermiştir. Küreselleşme çağı ile beraber, toplumların sahip olduğu özgün medeniyet değerleri yok olmaya başlarken, bu durumun karşısında direnen çeşitli guruplar varlık göstermiştir. Özellikle İslam toplumlarında varlık gösteren gelenekselci-muhafazakâr kitlelerin, bu konuda vermiş olduğu ciddi bir mücadeleye şahit olmaktadır.

"Su medeniyeti", kavramına gelecek olursak, bilindiği üzere yaşamın başlangıcı su ile olmuştur. Tarih süresince birçok topluluk su kıyısında kümelenmiştir (<http://www.suvakfi.org.tr>). Özellikle dünya insanlığı için önemli bir coğrafya olan Mezopotamya, bu yönü ile öne çıkmaktadır. Gerek tarım faaliyetlerinin sürdürülebilmesi için gerekse de hayvancılık faaliyetleri için suyun sağlamış olduğu imkân tüm toplumları su

kaynakları etrafında kümelenmeye ve medeniyetler kurmaya yönelmiştir. “Su medeniyeti”, toplumların hem yaşayış hem ticari hem de sanat eserlerini oldukça derinden etkilemiştir. Özellikle İslam toplumlarında su medeniyetinin şekillendirdiği özgün mimari yapılar bulunmaktadır. Su, mukaddes bir bereket sembolü olarak, tüm dünya toplumları için büyük bir öneme sahiptir. Özellikle Anadolu coğrafyası gibi su kaynakları yönünden zengin olan coğrafyalar, tarih boyunca tüm dünya topluluğunu cezbetmiş ve uzun süren mücadelelere hatta savaflara neden olmuştur. Su, tarih boyunca insan hayatında önemli bir yer tutmuştur. Uygarlıklar su boylarında yerleşmiştir. Antik uygarlıklardan günümüze suyla ilgili çok sayıda maddi ve manevi değer mirası bugüne ulaşmıştır (Bahar, 2017). Dünyanın her yerinde bu tür tarihi eserlere ulaşmamız mümkündür Antik Yunan’dan Kıta Avrupası’na, Orta Asya’dan Afrika topraklarına kadar hemen hemen tüm coğrafyalarda bu tip eserlere rastlanabilir.

Tarihin başlangıcından yaşadığımız döneme kadar suyun kullanımındaki üstün muvaffakiyet toplumların ve devletlerin ekonomik kalkınmasını ve gelişmişlik derecesini belirlemiştir (Karataban, 2006). Özellikle Sanayi Devrimi öncesinde dünya toplumlarının büyük bir bölümünün tarım toplumu olarak yaşamını devam ettirdiği dönemlerde, su kaynaklarına sahip olan ve bu kaynakları başarılı bir şekilde yöneten toplumlar üstün medeniyet özelliklerine sahip olmuşlardır. Özellikle Türk -İslam toplumları bu konuda başarılı bir örnektir.

Suyun insanlık için öneminin farkında olan toplumlar, Eski kadim uygarlıklar (Türk, İran, Arap, Çin uygarlığı gibi.) buğdayı öğütmek için su değirmenleri kurdular, drenajı geliştirdiler, kanallar, su kemerleri ve su nakliyesi için borular inşa ettiler. Su drenajını hesap ederek estetik amaçlı mimari yapıları inşa ettiler (Yevjevich, 1992: 164). Suyun rasyonel bir şekilde değerlendirilmesi ile dünya uygarlıkları hem temel besinlerini elde etti hem özgün bir medeniyet olma adına önemli yapılar inşa ettiler. Esasında “su medeniyeti”, kadim uygarlıkların yaşayacağı coğrafyaları da belirlemiştir. Bu kadim uygarlıklardan dört tanesi olan Mezopotamya, Mısır, İndus Vadisi ve Sarı Nehir uygarlıkları, Avrasya Kıtası’ndaki büyük nehirlerin ortasından aşağısına doğru ilerlemiştir (Yasuda, 2013: vii). Böylece su kaynaklarının coğrafi olarak ilerlediği bölgeler, kadim uygarlıkların yaşam alanına dönüşmüştür.

Bugün için dünya insanlığı medeniyetin kökeni olarak Mezopotamya’yı işaret etmektedir. Peki bu coğrafyanın temel özelliği nedir? sorusu akıllara gelmektedir. Medeniyetlerin kökeni konusunda, tek tanrılı bir görüşe sahip olan bilim adamları medeniyet ışığının Mezopotamya’dan doğuya, Sarı Nehir havzasına yayıldığı konusunda hemfikirdirler (Yasuda, 2013: ix). Şüphesiz ki Mezopotamya’nın medeniyetlerin kökeni olmasındaki en önemli özelliği Fırat ve Dicle nehirlerinin bölge uygarlıkları için sağlamış olduğu yaşamsal

imkanlardır. Bu nedenle suyun insan hayatı ve dünya medeniyetleri için önemi tartışılmaz bir boyuttadır.

“Su medeniyeti”, sadece Doğu toplumları için değil Batı toplumları içinde önemli bir medeniyet belirleyicisi olmuştur. Kuzey Amerika’dan Avrupa’nın Kuzeyine, Batı Avrupa’dan Akdeniz ve Latin Amerika çevresinde kadar bu etki görülmektedir. Su, her zaman dünyamızın önemli bir parçası olmuştur. Yaşamsal faaliyetler, manzara, deniz manzarası veya gökyüzü (Kandel, 2003 :1) dünya insanlığı için önemli bir değer olmuştur.

Bilimin sunmuş olduğu imkanlar ile artık insanoğlu yaşamış olduğu evren hakkında birçok bilgiye sahip olmuş bulunmaktadır. Evrende yalnız mıyız? Tabii ki yalnız değiliz, ağır elementlerden oluşan çoğunlukla katı bir kütleyle çevreleyen atmosfer, bulutlar ve okyanuslarla birlikte dünya ve güneşin etrafında dönen diğer gezegenler arasındaki yaşamsal bir denge bulunmaktadır (Kandel, 2003: 19). Bu temelde tüm gezegenler ve güneş sistemi ile bir iletişim içerisinde olan dünyamızın, en önemli yaşamsal değerini su oluşturmaktadır. Mevcut arka plan dâhilinde su kavramının, insan ve canlı kavramlarından ayrı bir noktada değerlendirmemiz mümkün değildir.

2. İSLAM’DA “SU MEDENİYETİ”

İslam uygarlığı kendinden önce birkaç uygarlığın yaşadığı alan üzerinde var olmuştur. Bu uygarlıklar oldukça iyi tanınan Kadim Mısır uygarlığı, Kadim Yunan uygarlığı ve Sasani uygarlığıdır (Kayaoğlu, 1987: 215-221). Yayılmış olduğu coğrafyalarda olabildiğine farklı medeniyet özellikleri sergileyen İslam uygarlığı özellikle adalet, toplumsal eşitlik, insan hakları gibi konularda örnek gösterilecek bir uygarlık olmayı başarmıştır. Ayrıca yaşamsal mekanlar noktasında da İslam uygarlığı olabildiğince özgün eserler ortaya çıkarmıştır. İslam dini var olduğu dönemde Antik Dünya’nın yaşam alanını değiştirerek yaygın türden bir araya getirilmiş olan kitleleri, Müslümanlar tarafından kurulan kentlerde yeniden harmanlamıştır (Demirci, 2003: 130). Farklı uygarlıkların yaşamış olduğu coğrafyalar, İslam uygarlığı ile beraber yorumlanmış ve tarih sahnesindeki yerini almıştır. Özellikle şehir mimarisi ile İslam uygarlığı olabildiğine özgün ve insan yaşamını kolaylaştıran, temizlik ve su medeniyetini öne çıkaran eserler inşa etmiştir.

Bilindiği üzere İslam’daki yapı bilinci, İslam’daki bireyin Rabbi hakkındaki manevi düşüncesinin, varlığın kutsal benliğinin temelini oluşturmuştur (Cansever, 1996:120). Bu bilinç ile oluşan İslam mimarisi Allah’ın insanlığa sunduğu en önemli değer olan suyu, yapılan

mimarinin en önemli parçası olarak göz önüne koymuştur. İslam uygarlığının oluşturduğu kervansarayların, külliyelerin, kümbetlerin, camilerin mimarisinde bu bilinç açık bir şekilde görülmüştür.

Su, İslam uygarlığı için en önemli değerlerden biridir. İslam dini maddi ve manevi temizlik konusuna oldukça fazla yer verilmiştir. Taharet, madden ve manen kötülüklerden uzaklaşmak demektir. Bir kısım ibadetlerin temeli, özü ve anlamıdır. Temizlik olmadıkça bu ibadetler yerine getirilemez. Temizlik bulunmadıkça şahıs Yüce Allah'ın manevî huzuruna varamaz. Nihayetinde bir hadiste, “*Temizlik imandandır*” diye ifade edilmiştir (Bilmen, Yavuz, Eroğlu, 1992: 32). İslam uygarlığı bu bilinci her daim yaşatmıştır. Temizlik kavramının insan ile beraber yaşanan mekanları da kapsadığı görülmüştür. Bu nedenle Müslümanların yaşamış olduğu mekanların temizliği de beden temizliği kadar önemli bir konu olmuştur. Böylece İslam uygarlığının ortaya koymuş olduğu insan ve mekân bilincinin yapı taşlarından birisi, su ve temizlik olmuştur.

Hz. Peygamber birçok ifadelerinde temizlik konusunu şöyle dile getirmiştir; “*Allah nazîf (temiz)dir, nezâfeti (temizliği) sever*”... “*Temizlik, imanın yarısıdır*” (Dölek, 2004: 48). İfade edildiği üzere temizlik konusu, Kur'an'ı ve Hz. Peygamberi rehber edinen her topluluk için önemli bir şart olarak vurgulanmıştır. Maddi temizlik denilince, su ile yapılan temizliğin kast edildiği ise açıktır.

İslâm yazınlarında temizlik kavramı genellikle tahâret (tuhr) kavramıyla vurgulanmaktadır. Ayrıca zekât kelimesinden gelen çeşitli kelimeler “maddî veya mânevî yönden temizlenme; temizleme, arıtma, temize çıkarma” manalarında kullanılmıştır (<https://islamansiklopedisi.org.tr>). Kur'an 'da ki her “temiz” kelimesi, “temizlik” anlayışı, bireyin madde ve mana yapısını her türlü kirden temizleyecek bir anlayışı ifade etmektedir (Parlatır, 1964: 250). Beden temizliği ile maddi temizliğe ulaşılabileceği mesajı verilirken, ibadetler ile manevi temizliğe ulaşılabileceğini beyan eden İslam dini, manevi temizliğe ulaşabilmek için maddi temizliğinde gerekli olduğunu vurgulamıştır. Nihayetinde bir Müslüman için maddî ve manevi temizliği sağlayıp, Allah'a varabilmenin yolu, su ve temizlikten geçmektedir.

3. KARAKOYUNLU DEVLETİ'NİN MERKEZİ ERCİŞ'İN STRATEJİK KONUSU VE “SU MEDENİYETİ”

Erciş'in bilinen ilk resmi tarihi Urartularla (MÖ 900-600) ortaya çıkmıştır. Arap eserlerinde geçen Arciş adının Urartu Kralı Argiştî'den kaynaklandığı ve dolayısı ile Erciş'in

Urartular eliyle kurulduğu ifade edilmektedir (<http://www.ercis.gov.tr>). Mimarisi ve medeniyet özellikleri ile oldukça eski dönemlere uzanan Erciş tarihi, birçok medeniyete ev sahipliği yapmıştır. Doğu ve batı toprakları arasında Anadolu'nun kapısı olarak konumlanan Erciş, Van Gölü'nün sağladığı doğal güzellikler ve güvenlik unsurları nedeniyle dönemin etkin güçleri için ilgi çeken bir bölge olmuştur.

Erciş'in tüm yüzölçümü 2.179 km²'dir. Yüksekliği 1750 m'dir. Van Gölü'nden 5 kilometre içeride, 25 metre yükseklikte bulunan Erciş'in Van'a uzaklık mesafesi 90 kilometredir. 2 belde, 12 mahalle, 86 köy ve 36 mezraya sahip olduğu bilinmektedir. (www.vatso.org.tr). Verimli tarım arazilerine ve su kaynaklarına sahip olması nedeniyle sosyal yerleşkelerin tarihi oldukça eski dönemlere gitmektedir. Gerek şehir merkezine yakın bölgelerde gerekse kırsal bölgelerde su kaynakları etrafına kümelenmiş yerleşkeler görmek mümkündür. Özellikle kırsal alanlarda köylerin güçlü bir dere kenarına kurulduğu görülmektedir. Şehir merkezine yakın olan yerleşkelerde ise sondaj suları sosyal yaşamı şekillendirmektedir. Bölgenin sahip olduğu topoğrafik özellikler nedeni ile yer altı suları bölge halkı için önemli imkanlar sunmaktadır.

Sahip olduğu stratejik konum ve doğal kaynaklar nedeniyle birçok medeniyete kucak açmış olan Erciş, genel hatları ile tarih kitaplarında bir Türkmen kenti olarak vurgulanmıştır. Erciş'i bir Türk şehri yapan, 1054 yılında Erciş'i fetheden Tuğrul Bey'dir. 1071 Malazgirt Muharebesi'nden sonra Erciş, tam olarak Türkleşmiştir. 1100 yılında Erciş, Selçuklu Beyi Sökmen'in kurucusu olduğu Ahlatşahlar Beyliği'nin bir bölümü olmuştur (Özdağ, 2011). Halen daha bu tarihi bilincin varlığı göze çarpmaktadır. Edebiyat eserlerinde, bölge insanının yaşamında, özellikle halk türkülerinde bu durumun etkisini görmek mümkündür.

Yapılan bilimsel araştırmalar Erciş'in tarihi üzerine farklı bulguları da ortaya çıkarmıştır. Türklerin Anadolu'ya girmesi ile Çelebibağı bölgesinde kurulmuş olduğu ve Van Gölü'nün sularının yükselmesi sonucunda mevcut yerine vardığı (Atıcı, Gültekin, Fazıl, Mahmut, 2016: 518) yönünde bilimsel çalışmalar bulunmaktadır. Erciş'in merkezi olarak vurgulanan Çelebibağı bölgesi, Erciş'in güneyinde kalan ve stratejik olarak Ahlat'a oldukça yakın bir noktada konumlanmış bir bölgedir. Coğrafi özellikleri, Van Gölü'ne olan sahili ve verimli toprakları ile önemli bir konumdadır.

Birçok medeniyetin izlerine sahip olan Erciş'in Karakoyunlu Devleti'nin tarihi ve kültürel mirası ile öne çıktığı bilinmektedir. 1365-1469 tarihleri arası süreçte Doğu Anadolu, Irak ve İran'a hüküm süren Azeri kökenli, Türkmen Karakoyunlu Devleti'nin merkezliğini de

yapmıştır (<http://www.wikipedia.org>). Bu döneme ait günümüze ulaşan birçok tarihi miras bulunmaktadır. Erciş'in bir merkez olarak tercih edilmesinin nedenine gelecek olursak Van Gölü'ne olan yakınlığı göze çarpmaktadır. Çünkü dönemin şartları içerisinde “*suyun durdurma gücü*”nün önemli bir faktör olduğu bilinmektedir. Peki “*suyun durdurma gücü*” ne demektir ve bu kavramdan kasıt nedir? Sorusu akıllara gelebilir.

Bu kavramdan anlamamız gereken karadan gelebilecek tehlikelere nazaran su kütlesi üzerinden gelebilecek tehlikelerin daha az oluşudur. Özellikle İngiltere gibi ada ülkeleri sahip oldukları bu coğrafik özellikten oldukça fazla istifade etmişlerdir. Bir kara ülkesine nazaran ada ülkeleri ve su kütleleri etrafında konumlanan ülkeler, daha az saldırı tehdidiyle karşı karşıyadır. Çünkü sudan gelebilecek tehlikeler için düşman unsurlarının yeterli bir donanma gücüne sahip olmaları gerekmektedir. Bu sebep ile Van Gölü'ne paralel olarak kurulan Erciş'in dönemin şartları içerisinde Karakoyunlu Devleti için önemli bir askeri güvenlik sağladığı görülmektedir. Doğudan gelen tehlikeleri Van Gölü'nün engelleyici etkisi ile oldukça azaltabilmeyi başaran Karakoyunlu Devleti, Batıdan gelen güçlerle çetin mücadeleler içerisinde girebilmeyi başarmıştır.

Karakoyunlu Devleti'nin Erciş bölgesi ile olan birlikteliği Karakoyunlu Devleti'nin kuruluş döneminden çok daha eski dönemlere uzanmaktadır. Karakoyunlular'ın XIV. yüzyılın birinci yarısında Moğollara ile birlikte kışın Musul coğrafyasında kaldığı, yazları da Van Gölü kenarındaki Erciş coğrafyasına geldiği bilinmektedir (<https://www.islamansiklopedisi.org.tr>). Erciş'in sahip olduğu stratejik konumun ve su kaynaklarının bu noktada önemli bir belirleyici unsur olduğu göze çarpmaktadır.

Karakoyunlu Devleti'nin Erciş'i merkez olarak belirlemesinin temelinde ise Erciş bölgesinin sunduğu cazip imkanlar (su kaynakları, tarım arazileri, doğal kaynaklar, stratejik konum vb.) ve dönemin siyasal ilişkilerinin başat rol aldığı görülmektedir. Bilindiği üzere kuruluşunun ilk yıllarında Sutaylıların (küçük bir Moğol hanedanlığı) hükmü altında yaşayan Karakoyunlular, Sutay sultanı olan Pir Muhammed'in ölümünden sonra Doğu Anadolu'da kök salmaya başlamışlardır. Sutaylıların Orta Anadolu'ya yönelmelerinin akabinde Bayram Hoca, merkezi Erciş olarak, devleti kurduğunu ilan etmiştir (<https://www.tarihiolaylar.com>). Erciş'in merkez olarak ilan edilmesinin ardından Karakoyunlular, gerek doğudan gelen Moğol akınları ile gerekse de batıdan gelen tehditlerle mücadele etmek zorunda kalmışlardır.

Karakoyunlu Devleti hüküm sürdüğü yıllarda (1365-1468) Erciş bölgesinde önemli eserler inşa etmiştir. İslam tarihi, “su medeniyeti” ve Türk- İslam dünyası için oldukça özgün

olan bu eserlerin bir kısmı günümüze ulaşmayı başarmıştır. Bu eserlerin başında ise Erciş Kalesi gelmektedir. Çelebibağı Mahallesi'nin güneyinde Van Gölü suları içinde sadece birkaç duvarı ayakta. İlhanlılar zamanında Vezir Taceddin Ali Şah eliyle yaptırılmıştır. Daha sonrasında Erciş'e yerleşen topluluklar tarafından kullanılan kale, son olarak 1841 yılında göl sularındaki büyük yükselmeyle beraber terk edilmiştir (<http://www.ercis.gov.tr/tarihi-yapilar-ve-mekanlar>). Kalenin genel özelliklerine dikkat edilecek olursa Van Gölü'ne sırtını vererek konumlanmış olduğu görülmektedir. Su kütesinin vermiş olduğu güvenlik unsurlarını dikkate alarak inşa edilmiş olan kale, stratejik olarak önemli bir noktada konumlanmıştır. Karakoyunlulardan önce yapılan kale, sağladığı stratejik güvenlik unsurları nedeniyle Karakoyunlu Devleti tarafından da önemli bir üs olarak kullanıldığı düşünülmektedir.



Resim -1 Erciş Kalesi- Kaynak: <http://www.ercis.gov.tr>.

Erciş bölgesinde bulunan ikinci önemli tarihi eser ise Kadempaşa Hatun Kümbeti'dir. Vanyolu Mahallesi'ndeki yapının üst kat giriş kapısı üzerindeki tabelada yazanlara göre, Karakoyunlu hükümdarı Cihanşah döneminde, büyük emir Rüstem Bey eliyle, Emir Yar Ali, Şah Mustafa, Şah Şevik, Şah Ali ve anneleri Kadem Paşa Hatun için Hicri 863 (Miladi 1458) tarihinde yaptırıldığı bilinmektedir (<http://www.ercis.gov.tr/tarihi-yapilar-ve-mekanlar>). Günümüze ulaşmayı başaran eser, Türk -İslam dünyasının sanat anlayışını tüm derinliği ile yansıtan bir yapıda inşa edilmiştir. Eserlerin oluşumunda bölgenin sunmuş olduğu doğal mimari imkanlardan oldukça fazla istifade edilmiştir. "Su medeniyeti" ve İslam mimarisinin eşsiz eserleri olarak günümüze ulaşmayı başaran bu eserler, Karakoyunlu Devleti'nin toplumsal yaşayış ve medeniyet özellikleri hakkında önemli doneler sunmaktadırlar.



Resim-2- Kadempaşa Hatun Kümbeti- Kaynak: <http://www.ercis.gov.tr>.

Günümüze ulaşan bir diğer eser ise Akçayuva Kümbeti'dir. Erciş-Adilcevaz karayolunun 32. kilometresinde, yolun hemen hemen 2 kilometre kuzeyinde Akçayuva mevkiinde konumlanmıştır. Üzerinde herhangi bir yazıt bulunmayan yapının, çevredeki yapılarla olan mimari yakınlığı ve mimari şekilleri dikkate alındığında 15. asırda Karakoyunlular zamanında yapıldığı düşünülmektedir (<http://www.ercis.gov.tr/tarihi-yapilar-ve-mekanlar>). Eser hakkında tarihi bir resmi bilgiye ulaşılamamasına rağmen kümbetin yapılış özellikleri ve mevcut konumu itibari ile Karakoyunlu Devleti döneminde yapıldığı açık bir şekilde gözlenebilmektedir.



Resim -3-Akçayuva Kümbeti- Kaynak: <http://www.ercis.gov.tr>.

Erciş'te bulunan Karakoyunlu Devleti'nin siyasi ve tarihi varlığına ışık tutan bir diğer eser de Kara Yusuf Paşa Kumbeti'dir. Erciş-Patnos arasında atakdibi mevkiinde bulunan yapı üzerinde herhangi bir yazıt bulunmamaktadır. Ancak, yapı üzerinde bulunan oyma Őekillerin Anadolu Türk Sanatı'nda hükümdarlık alametini vurgulaması ve ayrıca yapının teknik Şekilleri dikkate alındığında, 15. asırda yapıldığı ve Karakoyunlu Hükümdarı Kara Yusuf Paşa'ya ait olabileceği yönünde düşünceler mevcuttur (<http://www.ercis.gov.tr/tarihi-yapilar-ve-mekanlar>). Gerek mimarisi gerekse Türk-İslam motifleri ile önemli bir yapı olan kümbet, Karakoyunlu Devleti'nin önemli bir siyasi simgesi olarak günümüze ulaşmıştır.

Erciş bölgesinin sağlamış olduğu doğal kaynaklar ve stratejik konumu nedeniyle Karakoyunlu Devleti'nin merkezi olarak yer edinmesi dolayısı ile birçok eserin bölgede inşa edildiği görülmektedir. Türk -İslam dünyası adına önemli doneleri içerisinde barındıran bu eserler, Türk-İslam tarihindeki mimariyi, su medeniyetini ve Erciş'in stratejik önemini de gün yüzüne çıkarmaktadır.



Resim- 4- Anonim (Kara Yusuf Paşa) Kümbeti- Kaynak: <http://www.ercis.gov.tr>.

SONUÇ

Uzun bir dönem Erciş bölgesinde hakimiyet kuran Karakoyunlular, büyük rakipleri olan Ak Koyunlular tarafından yenilerek tarih sahnesinden silinmişlerdir (Bekirhan, 2017: 7). Bu

tarihten sonra siyasi olarak bölge üzerindeki etkisi kaybeden Karakoyunlu Devleti'nin kültürel ve sosyolojik anlamdaki etkisi uzun süre varlığını korumuştur.

Geçmişte hüküm sürmüş birçok devlet gibi Karakoyunluların da bir iskân politikası olmuştur (Bekirhan, 2017: 22). Çeşitli etnik yapıların Erciş bölgesinde Karakoyunlu Devleti'nin egemenliği altında bir araya geldiği bilinmektedir. Bölge üzerinde uzun bir dönem etkin bir güç olarak kalmasının ve günümüze kadar ulaşan kültürel mirasın temelinde bu iskân politikalarının etkisinin bulunduğu görülmektedir.

Dünyanın en önemli medeniyet merkezlerinden biri olan Anadolu, tarihin tüm dönemlerinde bu özelliğini korumuştur. Doğunun ve Batının tüm toplumları için önemli bir stratejik bölge olan Anadolu coğrafyası, halen daha küresel güçlerin ilgisini çekmekte ve küresel güçler, çeşitli şekillerde ilgilerini belli etmektedirler. Esasında bir bütün olarak Anadolu coğrafyasının öneminden ziyade bu coğrafyanın her bölgesinin ayrı bir tarihi ve stratejik önemi bulunmaktadır. Doğusundan batısına, kuzeyinden güneyine tüm bölgeleri ile Anadolu coğrafyası bu önemini korumaktadır. Tarihi ve medeniyet özelliği ile öne çıkan bölgelerden birisi de Erciş'tir.

Sahip olduğu su kaynakları ve stratejik konumu ile tarihin her döneminde önemli bir yerleşke olan Erciş, Karakoyunlu Devletin'den günümüze bu önemli konumunu korumuştur. Özellikle Van Gölü'nün sağlamış olduğu doğal güzellik ve yaşam imkanları nedeniyle bir çekim merkezine dönüşmüştür. Günümüze gelindiğinde Erciş'in halen daha Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nden oldukça fazla göç alan bir merkez haline geldiği görülmektedir. Erciş ilçesinin genel itibari ile hem kırsal bölgelerinde hem de şehir merkezinde önemli bir nüfus yoğunluğunun olduğu görülmektedir. Bugün itibari ile 101 tane mahalleye sahip olan Erciş'in nüfusu 175.108 kişiden oluşmaktadır (<https://www.nufusune.com>).

Tarihin her dönemin de bir cazibe merkezi olan Erciş, önemli medeniyetlere ev sahipliği yapmıştır. Özellikle Karakoyunlu Devleti denilince Erciş ilk akla gelen coğrafi alan olmaktadır. Bu noktada Erciş'in sahip olduğu doğal kaynakların özellikle su kaynaklarının ve stratejik konumunun önemi göze çarpmaktadır. Bilindiği üzere medeniyet denilince akla gelen en önemli iki unsur: Su ve yoldur. Bu temelde Erciş, sahip olduğu kaynaklar ile tarihin her döneminde birçok insan topluluğu için önemli bir medeniyet merkezi olmuştur. Gerek İslam tarihi için gerekse de Türk tarihi için Erciş'in sahip olmuş olduğu bu özellikler onu önemli bir noktada konumlandırmıştır. Bölge üzerinde varlığını koruyan tarihi eserler, Erciş'in tarihsel medeniyet özelliklerini gün yüzüne çıkarmaktadır. Stratejik konumu, doğal kaynakları ve "su

medeniyeti'' ile önemli bir çekim merkezi olan Erciş, bugün de bu önemli özelliklerini koruyan bir merkez konumundadır.

KAYNAKÇA

Arslanoğlu, İbrahim, Kültür ve Medeniyet Kavramları, *Türk Kültürü ve Hacı Bektaş Veli Araştırma Dergisi*, 2000, 15, ss. 243-255.

Atıcı, A. A., Gültekin, A., Fazıl, Ş. E. N., & Mahmut, E. L. P. Erciş (Van) İlçesi İçme Sularının Su Kalitesi Özellikleri, *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Tarım Bilimleri Dergisi*, 26(4), ss. 517-528.

Bahar, Hasan, Hititlerde Su ve Konya Su Anıtları, *International Congress on Cultural Heritage and Tourism (Iccht - 2017)*.

Bekirhan, Mehmet Fatih, *Doğu'nun Beyleri Kara Koyunlular*, Berikan Yayınevi, Ankara, 2017.

Biçkici Arıkan, Buğrayhan; Aras, Fuat, Osmanlı Medeniyetinde Su Yapıları (İstanbul Örneği), *Uluslararası Medeniyet Kongresi*, İstanbul, Türkiye, 17 Ocak 2014.

Bilmen, Ömer Nasuhi; Yavuz, Ali Fikri; Eroğlu, Emine, *Büyük İslam İlmihali*, Timaş Yayınları, 1992.

Cansever, Turgut, İslâm Mimarîsi Üzerine Düşünceler. *Dîvân: Disiplinlerarası Çalışmalar Dergisi*, 1996, 1, ss. 119-146.

Çetinkaya, Bayram Ali, *Medine'den Medeniyete*, İnsan Yayınları, İstanbul, 2013.

Demirci, Mustafa, İslam'da Şehir ve Şehrin Sosyal Dinamikleri, *İstem Dergisi*, 2003, 1.2, ss. 129-146.

Dölek, Âdem, Hadisler Işığında Temizlik ve İbadet Konularındaki Vesveseler ve Tedavi Yolları, *Din bilimleri Akademik Araştırma Dergisi IV*, (2004), Sayı: 4, ss. 47-71.

Önge, Yılmaz, Vakıf Müessesinde Su ve Önemi, *Vakıf Haftası Dergisi*, 1 (1984), ss. 23-34.

Ürük, Zerrin Funda, Medeniyetler İçinde Hamamın Gelişimi ve Kültürel Olarak Mekân Analizleri, *The Journal of Academic Social Science*, Cilt 4, Sayı 28, 2016, ss. 185-209.

Üzen, Neşe; Çetin, Öner, Geçmişten Günümüze Su ve Sulama Yönetimi, *Batman Üniversitesi Yaşam Bilimleri Dergisi*, 2012, 1.2, ss. 281-290.

Karataban, Yılmaz, Su ve Toprak Kaynaklarının Önemi ve Uygulanan Strateji, *Türkiye Mühendislik Haberleri Dergisi*, 2006, ss. 442-443.

Kayaoğlu, İsmet, İslam Medeniyetinin Batı'ya Etkileri, *Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 29 (1987), ss. 215-221.

Parlatır, Salahattin, Et Al. Kur'ân-ı Kerim'de Temizlik, *Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 1.2., 1964, ss. 249-258.

Robert Kandel, *Water From Heaven: The Story of Water from the Big Bang to the Rise of Civilization, and Beyond*, Columbia University Press, New York, 2003.

Tali, Şerife, İstanbul Su Mimarisinde Eminönü Sebillerinin Yeri ve Önemi, *Sanat Dergisi*, 2009, 15, ss. 47-64.

Yevjevich, Vujica, Water And Civilization. *Water International*, 1992, 17.4, ss. 163-171.

Yoshinori Yasuda Editor, *Water Civilization from Yangtze to Khmer Civilizations*, Springer, Japan, 2013.

İslam'da Temizlik, [\(9.12.2020\)](https://islamansiklopedisi.org.tr.).

Kaynak Yeniçağ: Karakoyunlu Başkenti Erciş- Ümit Özdağ :2011, [*Erciş Bölgesi*, \[\\(09.12.2020\\)\]\(https://tr.wikipedia.org.\).](https://www.yenicaggazetesi.com.tr.(09.12.2020).</p></div><div data-bbox=)

Karakoyunlu Devleti, [\(09.12.2020\)](https://islamansiklopedisi.org.tr.).

Karakoyunlu Devleti, [\(09.12.2020\)](https://www.tarihiolaylar.com.).

Erciş Tarihi, ([\(http://www.ercis.gov.tr/tarihi-yapilar-ve-mekanlar\)](http://www.ercis.gov.tr/tarihi-yapilar-ve-mekanlar.)), (09.12.2020).

Erciş Nüfusu, [\(https://www.nufusune.com/ercis-ilce-nufusu-van\)](https://www.nufusune.com/ercis-ilce-nufusu-van.), (09.12.2020).

Kur'an-ı Kerim Meali, [BOOK OF FULL TEXT](https://www.kuranmeali.com.(09.12.2020).</p></div><div data-bbox=)

ÖLÜM BAĞLAMINDA NECİP FAZIL KISAKÜREK'İN ŞİİRLERİ ÜZERİNE BİR İNCELEME

Dr. Öğr. Üyesi Semih ZEKA

Erciyes Üniversitesi, ORCID: 0000-0003-2319-5229

Özet

Cumhuriyet dönemi Türk şiirinde mistik yönelimleri İslami değerlerle bir araya getiren Necip Fazıl Kısakürek'in şiirlerinde mutlak gerçeği arama çabası görülür. Necip Fazıl, 20. yüzyılla birlikte daha da derinleşen bireysel buhranı kendi ruhunda yaşar. O, şiirlerinde birçok kavramı ele alır. Bunlardan biri de ölümdür. Bu çalışmada Necip Fazıl'ın Çile başlıklı kitapta bir araya getirilen şiirleri, ölüm kavramı çerçevesinde incelenmiştir. Necip Fazıl Kısakürek'in şiirlerinde ölüme dair unsurların üç başlık altında ele alınabileceği görülür: Ölüm Öncesi, Ölümün Gelişi ve Ölüm Sonrası. Şairin ölüm öncesine dair duygu ve düşüncelerini aktardığı şiirleri, ölümün hakikat oluşu ve insanın onunla karşılaşacağı bilinci, ölümü anlamlandırmak, dünya hayatına bakış, ölüme hazırlanmak-ölümün üstesinden gelmek, ölümü ona hazır halde beklemek alt başlıkları etrafında incelenmiştir. Necip Fazıl'ın şiirleri ikinci bölümde ölümün geliş şekline dair çıkarımlar bağlamında, üçüncü bölüm olan ölüm sonrası başlığı altında ise ölenin geride bıraktıkları, ölen için sonrası ve ölünün ve mezarın kalanlara uyarısı alt başlıklarında incelenmiştir.

Giriş

Necip Fazıl, ilk şiirini 1 Temmuz 1923 tarihinde *Yeni Mecmua* dergisinde yayımlar. Bu şiirinin adı *Kitabe*'dir. İlk şiir kitabı ise 1925 yılında yayımlanır: *Örümcek Ağı. Kaldırımlar* isimli ikinci şiir kitabı 1928 yılında yayımlanan Necip Fazıl, bu kitabıyla edebiyat dünyasında tanınır. *Kaldırımlar*'da yer alan şiirleriyle Milli Edebiyat ve Beş Hececi şairlerin ilerisine geçerek hece ölçüsünün imkânlarını genişletir. Bu şiirlerinde kafiye sadece bir ahenk işlevine sahip değildir. Onlar şiirde anlamı güçlendirme görevi üstlenmiş müzikal unsurlardır. 1932 yılında yayımlanan *Ben ve Ötesi* şiir kitabı, 23 tanesi *Örümcek Ağı*'ndan, 21 tanesi *Kaldırımlar*'dan alınmış, 25 de yeni şiirden oluşur.¹

1934 yılıyla birlikte Necip Fazıl'ın dünya görüşünde önemli değişimler yaşanır. İslami dünya görüşünü benimsemesi onun şiirlerine de yansır. Bu süreçte kaleme aldığı şiirlerini *Sonsuzluk Kervanı* isimli kitabında yayımlar.² 1955 yılında yayımlanan *Sonsuzluk Kervanı*'nda yer alan şiirlerine yenilerini de eklemek suretiyle *Çile* 1962'de ve *Şiirlerim* 1969'da yayımlar. Şiirleri 1974 yılından itibaren ölümüne kadar altı defa basılan Necip Fazıl, *Çile*'yi asıl şiir kitabı olarak görür ve bu kitabı dışındaki şiirlerin kendisine mal edilmemesini ister. Necip Fazıl'ın son yıllarında kaleme aldığı ve öldükten sonra kitaba dâhil edilen şiirleriyle *Çile* adlı kitabında 173 şiir ve 213 beyit yer almaktadır. Bunun yanında Necip Fazıl'ın na't özelliği taşıyan

¹ Hulusi Geçgel, *Cumhuriyet Dönemi Türk Edebiyatı* (Ankara: Anı yayınları, 4. Baskı, 2014), 44.

² Nurullah Çetin, "Atatürk Devri Türk Şiiri", *Türk Edebiyatı Tarihine Bir Bakış*, ed. M. Kayahan Özgül (Ankara: Kurgan Edebiyat Yayınları, 2. Baskı, 2015), 429.

Esselâm-Mukaddes Hayattan Levhalar (1973) ile hiciv manzumelerinin yer aldığı şiir kitabı da mevcuttur.³ Bu çalışmada Necip Fazıl Kısakürek'in *Çile* adlı kitabında yer alan şiirleri ölüm bağlamında ele alınmıştır.

1. Ölüm Öncesi

1. 1. Ölümün Hakikat Oluşu ve İnsanın Onunla Karşılaşacağı Bilinci

Tabut başlıklı şiirinde “Çakanlar bilir ki, bu boş tabutu,/Yarın kendileri dolduracaklar.”⁴ diyerek öleceği gerçeğini benimsediğini belirten Necip Fazıl, önce vücudu cılız olsa da bu dar tabuta sığamayacağını düşünür; ama diğer insanlar gibi kendisi de tabutu dolduracağı günün geleceğini ifade eder:

“(…)
Cılız vücuduma tam görünse de,
İçim, bu dar yere sığılmaz diyor.
Geride kalanlar hep dövünse de,
İnsan birer birer yine giriyor.(…)”⁵

Şiiri dinî-mistik duyarlığın ifade edilmesinde bir araç olarak değerlendiren Necip Fazıl⁶, ölümün ona her an gelebileceğinin bilincindedir. O, ölüm geldiğinde ise bu hayata dair kimi zevklere ermiş olsa da onların tadının damağında kalacağını *Vehim* adlı şiirinde şu şekilde vurgular:

“(…)
Gün bitiyor şafakta;
Biliyor, biliyorum:
Tabut gıcırdamakta
Ve hevesler damakta...”⁷

İnsan farkında olmasa da onun yolunu gözleyen ve en nihayetinde ona kavuşacak olan vardır: mezar. Bu bekleyişin sonu vusluttur, her ne kadar taraflardan biri çoğunlukla bekleyişin ayırdında olmasa da. Bu bekleyişin boyutu ise ancak bir kıyaslama ile anlaşılır ki bu bir hastanın sabahı bekleme haliyle verilir. Necip Fazıl, bunu *Beklenen* adlı şiirinde şöyle ifade eder:

“Ne hasta bekler sabahı,
Ne taze ölüyü mezar.
Ne de şeytan, bir günahı,
Seni beklediğim kadar.(…)”⁸

³ M. Orhan Okay, “Çile”, Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi (Erişim 20 Mayıs 2020).

⁴ Necip Fazıl Kısakürek, *Çile* (İstanbul: Büyük Doğu Yayınları, 82. Baskı, 2015, İstanbul), 124.

⁵ Kısakürek, *Çile*, 124.

⁶ Çetin, “Atatürk Devri Türk Şiiri”, 430.

⁷ Kısakürek, *Çile*, 216.

⁸ Kısakürek, *Çile*, 198.

Şair, *Kaldırımlar 2* şiirinde de insan, nasıl yaşarsa yaşasın dünya hayatı denen yolculuğun mezarda sonlanacağını altını çizer ve şöyle der:

“(…)

Yağız atlı süvari, koştur, atını, koştur!

*Sonunda kabre çıkar bu yolun kıvrımları. (...)*⁹

Necip Fazıl, dünya galesi içindeki birçok insan için ölümün çok uzaklarda olduğunu ifade ettikten sonra ölümün her an insanın karşısına çıkabileceğinin de altını çizer. Bunu o, *Tabut* başlıklı beytinde şu şekilde vurgular:

“*Ufka bakarlar; Ölüm uzakta mı, uzakta...*

Ve tabut bekler, suya inmek için kızakta...”¹⁰

Necip Fazıl’ın şiirlerinde şairin kendisinin ve bazı insanların ölümün soğuk yüzüyle karşılaşacağı bilincinde olduğu görülür. Çoğu insan ölümün çok sonraya ötelendiği düşüncesindedir. Ancak mezar, insanı sabırla bekleyen ve ona kavuşması muhakkak olan bir gerçekliktir.

1.2. Ölümü Anlamlandırmak

Kimi şiirlerinde toplumsal sorunlara değinmekle beraber Necip Fazıl’ı hareket geçiren asıl unsur, onun iç dünyasıdır. Onun iç dünyasında yaşadığı ızdırıp bireysel ve metafizik kaynaklıdır.¹¹ Necip Fazıl, kendine ve çevresine felsefi açıdan bakan mistik bir şairdir. Onun şiirlerinde aşk, azap, şüphe gibi duygular kendini gösterir. Bu nedendir o, “boğuntu”, “hafakan”, “burkuntu”, “tedirginlik” gibi temaları “yaşama cinneti” içinde yansıtır.¹² Bu noktada İsmail Çetişli şu tespitte bulunur:

“*Kendini merkeze alarak korkuları, vehimleri, ürpertileri, buhran ve bunalımları çerçevesinde iç trajedisini mısralara dökmeye gayret eder. Korku, tedirginlik, hafakan, ölüm, öte duygusu, zaman ve metafizik arayışlar, onun şiirlerinin belli başlı temalarıdır. O, kulağını ‘ruhunun kanat sesi’ne vermiş spirütüalist bir şâirdir.*”¹³

Necip Fazıl’ın şiirlerinde fark edilen unsurlardan biri ölümün anlamlandırılması sorunudur. “Ölümü sığdıramaz, /Akıl daracık koğuk”¹⁴ mısraları ile insan aklının ölümü anlamlandıramadığını vurgulayan Necip Fazıl, akılla ölüm bilmeceğini çözemeyen insanın yapabileceğinin ise ağlamak olduğunu ifade eder: “Ölemez, çıldıramaz, / Ağlar boğuk boğuk”¹⁵ Şair, *Eski Rafta* şiirinde ölüme karşı aklın bir anlam üretmediğini aksine insana daha büyük acılar verdiğini ifade eder ve ölmemenin yolunun kadim bilgilerde yattığını ifade eder:

“(…)

Çekilmez akılda bu kadar sancı;

⁹ Kısakürek, *Çile*, 159.

¹⁰ Kısakürek, *Çile*, 145.

¹¹ Mehmet Kaplan, *Şiir Tahlilleri 2* (İstanbul: Dergâh yayınları, 7. Baskı, 1998), 68.

¹² Ahmet Kabaklı, *Türk Edebiyatı*(İstanbul: Türk Edebiyatı Vakfı Yayınları, 2004), 547-548.

¹³ İsmail Çetişli, *Metin Tahlillerine Giriş/1 Şiir* (Ankara: Akçağ Yayınları, 3. Baskı, 2004), 207.

¹⁴ Kısakürek, *Çile*, 131.

¹⁵ Kısakürek, *Çile*, 131.

*Akıl bir çürük diş, at, kurtulursun!
Ölmemenin olsa gerek ilacı;
Eski rafta ara, belki bulursun!’’¹⁶*

Necip Fazıl, insanın hemen her gün minarelerden okunan salâlarla birilerinin dünya hayatını terk ettiğini duyduğunu belirtir. Bununla birlikte o, öleni son yolculuğuna uğurlarken tabuta omuz verdiğini, hatta ölenin mezarını kazdığını, yani ölüm gerçeğine olabildiğince yaklaştığını ancak onun anlamını ve kendine yakınlığını idrak edemediğini *İnanmaz* başlıklı şiirinde şu şekilde ifade eder:

*“(…)
Minarede “ölü var!” diye bir acı salâ...
Er kişi niyetine saf saf namaz... ne âlâ!
Böyledir de ölüme kimse inanmaz hâlâ!
Ne tabutu taşıyan, ne de toprağı kazan...’’¹⁷*

İnsanoğlunun en büyük korkularından biri, ölüm gerçeği ile karşılaşmaktır. Ancak insan, her gün uyuyarak ölmekte ve uyanarak dirilmektedir. Bu bedenimizin gözle görülmeyen boyutu için de geçerlidir. Hücrelerimiz her an ölüp yeniden dirilmektedir. Necip Fazıl, bu gerçeği *İnsan* başlıklı beytinde şu şekilde ifade eder:

*“Bir bölünmez ki, insan, onu zaman bölüyor;
İnsan her ân dirilip, her saniye ölüyor...’’¹⁸*

Allah Derim şiirinde Necip Fazıl, ölümü ebedi oluşun bir parçası görür ve kefeni de bu oluşun bir parçası haline getirir:

*“(…)
Ey akıl, nasıl da delinmez küfen?
Ebedi oluşun urbası kefen! (...)’’¹⁹*

Nasıl başlıklı beytinde “Başım çığlıklı çocuk, onu nasıl avutsam?/Ne yapsam da ölümü bir saatçik unutsam”²⁰ diyen Necip Fazıl, ölüm gerçeğini anlamlandırabilmenin zorlu bir süreç olduğunu, bunun insanı yıpratıldığını ifade eder. Bu bağlamda o, tabut içindeki halini ölüm öncesi fikir çilesinin bir tezahürü olarak görür. O, bu dünya hayatının fikir çilesini çekmiş biri olarak tabutundaki varlığını yokluk derecesine getirir. *O Ân* şiirinde bunu şu şekilde ifade eder:

*“Taş merdivenler gibi, aşınmış ayaklardan,
Secde yerine çarpa çarpa alınım aşınsa!
Göklerin kamçisiyle yediğim dayaklardan*

¹⁶ Kısakürek, *Çile*, 118.

¹⁷ Kısakürek, *Çile*, 116.

¹⁸ Kısakürek, *Çile*, 102.

¹⁹ Kısakürek, *Çile*, 23.

²⁰ Kısakürek, *Çile*, 141.

Erisem de, tabutum boşmuş gibi taşınsa!(...)"²¹

Şair, *Bayram* başlıklı beytinde ölümün, ölen için bir bayram olduğunu ve bu nedenle ölüme yani bayrama sevinmek gerektiğinin altını çizer. Bunun yanında tabutu bayram günleri çocukların bindiği tahta at olarak görür:

"Ölüm ölene bayram, bayrama sevinmek var;

Oh ne güzel, bayramda tahta ata binmek var!..."²²

Necip Fazıl, *O Dem* başlıklı beytinde ise ölümü, toprak altında saklambaç oynamaya benzetir:

"O dem çocuklar gibi sevinçten zıplar mısın?

Toprağın altındaki saklanbaçta var mısın?"²³

Şair, *Müjde* başlıklı beytinde insanın öleceği gerçeğini müjdeli bir haber olarak algılar ve bu durumu müjde olarak görmesinin sebebini açıklar. Ona göre Allah inancı, ölümü sonsuza bağlanma haline dönüştürür:

"Öleceğiz; müjdeler olsun, müjdeler olsun!

Ölümü de öldüren Rabbe secdeler olsun!"²⁴

Şair, *Güzel Şey* başlıklı beytinde ölümü güzel olarak görmesini ise Hz. Muhammet'in de ölmüş olmasına bağlar:

"Ölüm güzel şey; budur perde ardından haber..."

Hiç güzel olmasıydı ölür müydü Peygamber?..."²⁵

Necip Fazıl, akılla ölümün anlaşılamayacağı kanaatindedir. Akıl, bu noktada insanın fikir ıstırabını daha da derinleştirir. İnsan, hemen her gün etrafındaki insanlar dolayısıyla ölümle yüz yüze gelse de onu anlamlandırma gayreti içinde olmaz. Bunun yanında ölümü anlamlandırmak meşakkatli bir süreçtir. Allah inancı ise ölümü sevimli kılan en önemli unsurdur.

1.3. Dünya Hayatına Bakış

Necip Fazıl, *Dövün* başlıklı şiirinde dünyayı hem gölgeler ülkesi hem de Allah'ın gölgesi olarak niteler. Ona göre dünya, Allah'tan insanın ayrılık yeridir ve bundan dolayı da dünyada insanın yemeden, içmeden dövünmesi gerekir:

"(...)

Hey gidi, gölgeler ülkesi dünya!

Bir görünmez şeyin gölgesi dünya!

Boşlukta ayrılık bölgesi dünya!

²¹ Kısakürek, *Çile*, 25.

²² Kısakürek, *Çile*, 148.

²³ Kısakürek, *Çile*, 149.

²⁴ Kısakürek, *Çile*, 152.

²⁵ Kısakürek, *Çile*, 153.

Bu dünyada yeme, içme ve dövün!”²⁶

Necip Fazıl, bu yaşadığımız dünyanın gerçek olmadığını bu nedenle insan ruhunun geldiği gerçek “öz” dünyaya gitme, “kaçma” temayülünde olduğunu ifade eder. Bunun yanında o, bu yabancı ve yalancı dünyada hayretler içindedir. Bunu *Hayret* başlıklı beytinde şu şekilde ifade eder:

“Ruhum öz dünyasına kaçmak için gayrette;

Yalan dünyaya şimdi inmiş gibi hayrette...”²⁷

Asıl yaşamın ölümden sonra gerçekleşeceğini vurgulayan şair, dünya hayatının adına hayat denilen bir düş olduğunu altını çizer. *Orada* isimli şiirinde şöyle der:

“(…)

Ölüm dedikleri, ölüncedyek;

Dünya, balı zehir, yalancı petek.

Orada bulursun, biraz bekle, tek,

Burada yaşamak sandığın düşü...”²⁸

Haberi Yok başlıklı beytinde “Şu geçeni durdursam, çekip de eteğinden; /Soruversem: Haberin var mı öleceğinden?”²⁹ diyerek insanların ölüm gerçeğinden haberdar olup olmadıklarına dair kuşkusunu dile getiren Necip Fazıl, insanoğlunun dünyada yapıp ettiklerini hayatın kendisi olarak değerlendirdiğini ve bunun ise bir zandan başka bir şey olmadığını ifade eder. O, uyumak suretiyle bu zandan kaçmak isteğini *Uyumak İstiyorum* başlıklı şiirinde şu şekilde belirtir:

“(…)

Bir yurt ki bu, diriler ölü, ölüler diri;

Raflarda toza batmış Peygamberlerden bildiri.

Her gün yalnız namazdan namaza uyanayım;

Bir dilim kuru ekmek, acı suya banayım!

Ve tekrar uyuyayım ve kalkayım ezanla!

Yaşaya dursun insan, hayat dediği zanla...”³⁰

Şair, *İnanmaz* başlıklı şiirinde insan için dünya hayatının zarar üzerine inşa edilmiş ticaret olduğunu vurgular. Çünkü insanın bu dünya hayatında elde ettiği her ne varsa ölümlle birlikte geride kalacaktır ve onu bu dünyaya ait nesnelere sadece kefen, teneşir ve kazan uğurlayacaktır:

“Ticaretin tüm ziyan!” diye bir ses rüyada;

Mezarına birlikte girecek şeyi kazan!

²⁶ Kısakürek, *Çile*, 119.

²⁷ Kısakürek, *Çile*, 250.

²⁸ Kısakürek, *Çile*, 115.

²⁹ Kısakürek, *Çile*, 139.

³⁰ Kısakürek, *Çile*, 273.

*Seni gözleyen eşya, bitpazarı dünyada,
Patiska kefen, çürük teneşir, isli kazan.(...)*³¹

Necip Fazıl, hayatta ne varsa yok olmaya mahkûm olduğu düşüncesindedir. Bunun için de birey her neye sahipse onu mutlaka kaybedecektir. Ona göre ölümlüyü sevmek, korkulu bir iştir. Çünkü hayat, en sıradan bir sebepten kopacak bir ipliktir. Bunu *Hayat* başlıklı şiirinde şu şekilde anlatır:

*“(...)
Ne acı, kaybetmek için sahiplik!
Ölümlüyü sevmek, ne korkulu iş!..
Hayat mı, püf desen kopacak iplik,
Çıkmaz sokaklarda varılmaz gidiş.”*³²

Şair, insanoğlunun dünya hayatına tamah ettiğini ancak eşyanın onun nefisini tatmin etmeye kudretinin olmadığını belirtir. Beden, bu dünya hayatının peşinden doymak bilmez bir vaziyette koşar. Ölümünden sonra ise bedeninin yerini ruh alır. O ise ister istemez kanaatkârdır. Çünkü bir parça kefen beziyle iktifa etmek zorundadır. Bunu şair *Benim Nefsim* adlı şiirinde şu şekilde vurgular:

*“Ruhuma bir kefen bezi yeter de,
Yetmez aç nefsim sırma ve ipek.
Çare yok, yüzünden düştüğüm derde;
Yesem de “toprakla karışık kepek...”(...)*³³

Şair, dünya hayatının çok çabuk geçtiğini, insanın bunun nasıl geçtiğini fark edemediğini belirtir. Bu geçen zaman dilimi içinde ise gençlik yılları ayrı bir öneme sahiptir. *İşim Acele* şiirinde şöyle der:

*“(...)
Gençlik... Gelip geçti... Bir günlük süstü;
Nefsim doymamaktan dünyaya küstü.
Eser darmadağın, emek yüzüstü;
Toplayın eşyayı, işim acele!”*³⁴

Dünya hayatı bir göz açıp kapayıncaya kadar geçecektir. Asıl olan bu dünyada ahiret için gerekli hazırlığı yapabilmektir. O, *Geçer Akça* başlıklı beytinde insanın dünya hayatında ahireti için hazırlık yapması gerektiğini şu şekilde ifade eder:

*“Hasis sarraf, kendine bir başka kese diktir!
Mezarda geçer akça neyse, onu biriktir!”*³⁵

³¹ Kısakürek, *Çile*, 116.

³² Kısakürek, *Çile*, 298.

³³ Kısakürek, *Çile*, 70.

³⁴ Kısakürek, *Çile*, 114.

³⁵ Kısakürek, *Çile*, 140.

Dünya hayatını ahiret için bir hazırlık alanı olarak gören Necip Fazıl, *Aralık Kapı* isimli şiirinde dünyanın bir kuyu, bir havasız çömlek olarak kendisini daralttığına değinir ve dünya hayatını terk etmek için ölüm meleğini beklediğini şu şekilde ifade eder:

“Bu dünya bir kuyu, havasız çömlek;
Daralıyorum! (...)
Kapımı, buyursun diye o Melek;
Aralıyorum.”³⁶

Necip Fazıl, dünyayı insanın Allah’tan ve öz vatanından ayrı kaldığı bir yer olarak görür. Bunun için de insanın burada bulunmaktan dolayı mutlu olması mümkün değildir. O, insan için asıl hayatın öldükten sonra başlayacağına inanır. Bunun için dünyalık olarak elde edilen ne varsa bu dünyada kalmaya mahkûmdur. Bu dünya ancak ahiret için hazırlık yapılırsa anlamlıdır.

1.4. Ölüme Hazırlanmak-Ölümün Üstesinden Gelmek

“Son devir Türk şiirinin en kuvvetli liriklerinden biri olan”³⁷ Necip Fazıl, *Allah Diyene* adlı şiirinde ölümün yokluk olmamasının yolunun Allah inancına bağlı olduğunu belirtir ve şöyle der:

“Her şey, her şey şu tek cümlede:
Yoktur ölüm, Allah diyene! (...)”³⁸

Necip Fazıl’a göre bu hayatın maksadı, bireyin yaratıcısını bulmak suretiyle var oluş sebebini yakalayabilmesidir. Bu idrak seviyesine gelmiş birey için ölüm, korkulan bir belirsizliği işaret etmediği gibi onun ardında da sonsuz bir hayata kavuşmanın imkânı vardır. *Onlar* başlıklı beytinde şöyle der:

“İnsandan murad onlar, ölümü öldürenler;
Ötenin ötesinde, sonsuz hayat sürenler...”³⁹

Şair, *Ölmemek* başlıklı şiirinde Allah’ın varlığına hükmeden insanın ölümle gerçek hayata kavuşacağını belirtir:

“(…)
Ölmemek, ilk ve son, büyük kelime;
Çarpıldık, ölmek için ölüme!
Ver Allahım, büyük sırrı elime;
Geçmez ân, solmaz renk, kopmaz bütünlük.”⁴⁰

Şair, Allah’a yönelmiş ruhların ölümün getirdiği bilinmezden uzak olduğunu, ölümün üstesinden geldiğini *Perdeler* şiirinde ise şu şekilde ifade eder:

³⁶ Kısakürek, *Çile*, 133.

³⁷ Kenan Akyüz, *Batı Tesirinde Türk şiiri Antolojisi* (İstanbul: İnkılâp Kitabevi, 9. Baskı, 1985), 937.

³⁸ Kısakürek, *Çile*, 26.

³⁹ Kısakürek, *Çile*, 389.

⁴⁰ Kısakürek, *Çile*, 117.

“(…)

Son noktada son perde;

Çevrilmiş seccadeler.

Orada işte, işte,

Ölümden âzadeler!

Perdeler, hep perdeler... ”⁴¹

Necip Fazıl, *Kafiyeler* adlı şiirinde insanın bu dünyada ölümü yenmesi gerektiğini vurgular ve bunu, insanın tek davası olarak görür:

“(…)

Kafiye,

Hikâye!

Dâva tek:

Ölmemek!(...)”⁴²

Bu davada Allah’ın tek dost olarak bilinmesi, ölenin üzerine atılacak toprağı koruyucu bir kıyafete dönüştürür:

“(…)

Gitme, kal!

Nefes al!

Emir tez,

Bekletmez!

Ve o nur

Bulunur

İşte iz!

Geliniz!

Toprak post,

Allah dost... ”⁴³

Necip Fazıl, *Yüzkarası* adlı şiirinde namazı ölümü öldüren bir silah olarak görürken Allah’a sığınmayı, ölümün bilinmezliğini ve bunun insanda uyandırdığı huzursuzluğu yenmenin yolu olarak görür:

“(…)

Bak nasıl silinir bu yüzkarası;

Elimde, ölümü öldüren silâh,

⁴¹ Kısakürek, *Çile*, 259.

⁴² Kısakürek, *Çile*, 264.

⁴³ Kısakürek, *Çile*, 264.

Alnımda tozpembe secde yarası,

Lûgat kitabımda tek isim: Allah... ”⁴⁴

Şair, dünya hayatını devam ettirirken ölümü yaşamanın yolunu bulur: hayata dair unsurlardan uzaklaşma. Bu ölmeden önce ölme hali, onun kapalı hudutları aşmasını sağlar. *Visal* adlı şiirinde bunu şu şekilde ifade eder:

“(…)

Evet, ben, bir kapalı hududu aşıyorum;

Ölen ölüyor, bense ölümü yaşıyorum!

(…)

Mahrem çizgilerine baktıkça örtünen sır;

Belki de benliğinden kaçabilene hazır.

Hâtıra küpü, devril, sen de ey hayal, gömül!

Sonu gelmez visalin gayrından vazgeç, gönül

O visal, can sendeyken canını etmek feda;

Elveda toprak, güneş, anne ve yâr elveda!”⁴⁵

Şair, insanın bu hayata bağlandıktan sonra ölüm gerçeği ile yüzleşmekten çekindiğini ifade eder. Bu çekingenlik halinin en önemli sebebi ve sonucu insanın ölümden korkmasıdır. O, bu korkunun üstesinden gelmenin yolunun ise ölmeden önce ölmekte olduğunu altını çizer. Böylece insan, dünyanın asıl maksat olmadığını anlar ve ölümü de ebedi var oluşa geçiş olarak değerlendirir. Ancak bunu insanın nefsine anlatması zordur. *Ve Nefs* adlı şiirinde şöyle der:

“*Köpek korkusuyla korktum ölümden,*

Ölmeden ölmeyi anlayamadım.

Ne güneşler doğup battı üstümden;

Bir günü bir güne bağlayamadım.(…)”⁴⁶

Bunu gerçekleştirmek ise *Kahramanlık* başlıklı beytinde ifade ettiği gibi bireyin dünya hayatında ulaşabileceği en büyük kahramanlıktır:

“*Ne varsa çöplüğe at, belli başlı zamanlık;*

Ölümü öldürmekte, olanca kahramanlık”⁴⁷

Necip Fazıl, insanın en büyük davasının ölümü yenmek üzerine kurulduğunu belirtir. Bu bağlamda ölümün belirsizliğinden kurtulmanın yolu öncelikle Allah inancından geçer. Bunun yanında namaz ve ölmeden önce ölme bilincine varmış olmak da ölümün üstesinden gelme noktasında insanın sığınacağı limanlardır.

1.5. Ölümü Ona Hazır Halde Bekleme

⁴⁴ Kısakürek, *Çile*, 260.

⁴⁵ Kısakürek, *Çile*, 233.

⁴⁶ Kısakürek, *Çile*, 71.

⁴⁷ Kısakürek, *Çile*, 392.

Necip Fazıl, ölüme hazır bir vaziyette ona doğru gidişini *Geliyorum* başlıklı şiirinde şu şekilde ifade eder:

“ *Geliyorum!*
Tülbent içinde çenem;
Eski kütükte senem;
Geliyorum. (...)”⁴⁸

O, *Cansız At* adlı şiirinde ne zaman olacağını bilmesede sırası geldiğinde kendisinin de ölçeğinin bilincinde olduğunu gösterir:

“*Bilmem, kaç kaç geçe,*
Bilmem, kaç kaç kala,
Ya erkence, ya geççe,
Sıram gelir, hoppala! (...)”⁴⁹

Necip Fazıl, insanoğlunun ölümü geciktirmek için çaba sarf ettiğini ancak ölüm saatinin belli olduğunu vurgular. *İşim Acele* şiirinde şöyle der:

“*Gökte zamansızlık hangi noktada?*
Elindeyse yıldız yıldız hecele!
Hüküm yazılıyken kara tahtada,
İnsan yine çare arar ecele! (...)”⁵⁰

Necip Fazıl, *Boş Dünya* adlı şiirde ölüme hazır insanın, onun gelişini beklemesine değinir. Bir gün mutlak surette gelecek ölümü kendinden emin bir vaziyette bekleme halidir bu:

“(…)
Gözlerim müebbet,
Günü gelir elbette...
Gelir, Melek nöbette,
Safa geldi, hoş geldi.”⁵¹

Necip Fazıl, *Yağız At* başlıklı beytinde ise her an karşısına çıkabilecek ölüme hazır olduğunu bununla birlikte ahiret hayatı için hazırlığından emin olmadığını şöyle ifade eder:

“*İşaret bekliyorum, yağız atım eyerli;*
Yanarım sorarlarsa, ne getirdin değerli?”⁵²

⁴⁸ Kısakürek, *Çile*, 135.

⁴⁹ Kısakürek, *Çile*, 126.

⁵⁰ Kısakürek, *Çile*, 114.

⁵¹ Kısakürek, *Çile*, 132.

⁵² Kısakürek, *Çile*, 109.

Necip Fazıl, ölümü bekleyiş halinin, dünya hayatının nasıl değerlendirildiği ile ilgili olduğunu ima eder. Eğer bu hayatı insan, ahireti ön plana çıkararak yaşamışsa Azrail'i -ölümü- de o denli rahat karşılayacaktır. O, *Hüner* başlıklı beytinde bunu şu şekilde ifade eder.

*“O demde ki, perdeler kalkar, perdeler iner,
Azrâile “hoş geldin!” diyebilmekte hüner...”*⁵³

Necip Fazıl, *Kapı* başlıklı beytinde de ölümü hoş karşılamamanın yolunu gösterir. Öte dünyayı düşünerek bu dünyanın aldatıcı neşesine kapılmadan hareket etmesi halinde insan, ölümü gülümseyerek, hoş karşılayacaktır:

*“Kapı kapı bu yolun son kapısı ölümse;
Her kapıda ağlayıp o kapıda gülümse!”*⁵⁴

Necip Fazıl, *Tebessüm* başlıklı beytinde de renk, nakış, lezzet namına bu dünya hayatına dair ne varsa hepsine küstüğünü ve yüzünde tebessümle Azrail'in -ölümün- gelişini beklediğini ifade eder:

*“Bu dünyada renk, nakış, lezzet, ne varsa küsüm;
Gözümde son marifet, Azrâile tebessüm...”*⁵⁵

Necip Fazıl'ın her an gelmesi muhtemel ölümü hazır halde beklediği bununla birlikte onun için yeterli hazırlık yapmamış olma endişesinin olduğu görülür. Onun şiirlerinde ölümü bekleyiş halinin, insanın dünya hayatını nasıl değerlendirdiği ile ilgili olduğu fark edilir.

2. Ölümün Gelişi

Necip Fazıl, mısralarında kendi ölüm anını tasavvur eder ve ölümünün kendisine yavaş yavaş uykuya dalarmışçasına gelmesini hayal eder. O, ölümünün gerçekleşmesini *Ayak Sesleri* başlıklı şiirinde şöyle ifade eder,:

*“(…)
Artık, atan kalbim de bir ayak sesi oldu.
Bir gün, sönük göğsüme düştüğü vakit başım,
Benden ayrılıyormuş gibi bir can yoldaşım,
Gittikçe uzaklaşan bu sesi duya duya,
Yavaşça dalacağım, o kalkılmaz uykuya...”*⁵⁶

Necip Fazıl, *Kaldırımlar* şiirinde de ölümünü uyku haline geçiş olarak hayal eder:

*“(…)
Uzanıverse gövdem, taşlara boydan boya;
Alsa buz gibi taşlar ahımdan bu ateşi.
Dalıp, sokaklar kadar esrarlı bir uykuya,*

⁵³ Kısakürek, *Çile*, 150.

⁵⁴ Kısakürek, *Çile*, 151.

⁵⁵ Kısakürek, *Çile*, 147.

⁵⁶ Kısakürek, *Çile*, 214.

Ölse, kaldırımların kara sevdalı eşi... ”⁵⁷

Şair, *Ölünün Odası* adlı şiirinde ise bir ölünün odasını tasvir ettikten sonra onun birden bire öldüğüne kanaat getirir ve kendi ölümünün de birden bire gerçekleşmesine dair ümidini yansıtır:

“(…)

Sarkık dudaklarının ucunda bir çizgi var;

Küçük bir çizgi, küçük, titreyen bir ân kadar.

Sarkık dudaklarında asılı titrek bir ân,

Belli ki, birdenbire gitmiş çırpınamadan.

Bu benim kendi ölüm, bu benim kendi ölüm;

Bana geldiği zaman, böyle gelecek ölüm... ”⁵⁸

Necip Fazıl, *Şehirlerin Dışından* adlı şiirinde hayat galesine dalmış insanın, ölümü bir anda karşısında bulma halini ise şu şekilde verir:

“(…)

Ölen ölür, yıpranmaz;

Giden, gider, aranmaz.

Böyle geçer ömrümüz,

Bir gün gelir ölürüz,

Haberimiz olmadan.(...) ”⁵⁹

Sonuçta Necip Fazıl’ın ölümünün uykuya yavaş yavaş dalarmış gibi olmasını beklediği fark edilir. Bununla birlikte o, ölüm ile birden bire karşılaşmayı umarken ölümün insanın karşısına haberi olmadan çıkacağını da altını çizer.

3. Ölüm Sonrası

3.1. Ölenin Geride Bıraktıkları

Necip Fazıl, insanın yaşadığı sürece dünyalık kazanmak için uğraş verdiğini, ölümden sonra ise bunun geride kalanlarca pazarda satılıp savılacağını, mezar hayatı için üç beş arşın bezin yeterli geleceğini *Çek Perdeyi* başlıklı şiirinde şu şekilde ifade eder:

“Evler döşemektir bendeki tasa,

Yaptım ettim, nöbet mezara geldi.

Yeter bana, üç beş arşın bez olsa;

Beklenmedik mallar pazara geldi.(...) ”⁶⁰

⁵⁷ Kısakürek, *Çile*, 158.

⁵⁸ Kısakürek, *Çile*, 120.

⁵⁹ Kısakürek, *Çile*, 177-178.

⁶⁰ Kısakürek, *Çile*, 423.

Şair, *Geçti, Geçti* adlı şiirinde ölen kişinin ardında çok az şeyin kalacağını vurgular ve bunların duvarlardaki resimlerden ve mezar taşlarındaki isimlerden ibaret kaldığının altını çizer:

*“Geçti, geçti mevsimler...
Süpürüldü takvimler.
Gidenlerden kalan şey;
Duvarlarda resimler;
Mezarlarda isimler...
Geçti, geçti mevsimler...(...)”⁶¹*

Necip Fazıl, şiirlerinde insanın dünyalık olarak kazandıklarının ölümle geride kalacağını vurgular. Bunun yanında o, bunların ölenin yakınları tarafından pazarlarda elden çıkarılacağını altını çizer. Ölenin ardından onu hatırlatacak ise duvarlardaki resimlerden ve mezar taşındaki isminden başka bir şey değildir.

3.2. Ölen İçin Sonrası

Şair, ölümden korkmanın yersiz olduğunu çünkü ölümle birlikte insanın dünyaya dair korkularının sona erdiğini *Biter* adlı şiirinde ifade eder:

*“(...)
Ölüm... O geldi mi ne var korkacak?
Korkular biter.”⁶²*

İnsan, bu dünyada varlığını sorgularken ulaştığı fikirler onu rahatsız eder. Ölüm, bu ıstıraptan da insanı kurtarır:

*“Fikir, açmaz artık beyinde kuyu;
Burgular biter.”⁶³*

Ona göre hayatın kendisi insanı hakikatten alıkoyan bir uykudur. Ölüm ile insanın bu uyku hali sona erer ve insan, ulaşılmaması gereken gerçek hayata adım atar:

*“Unuturuz hayat adlı uykuyu,
Uykular biter.(...)”⁶⁴*

Şairin mısralarında ölüm sonrası hale dair düşüncelerine de rastlanır. Ona göre ölüm sonrası yaşam, insan için solmanın, yıpranmanın olmadığı, insanın her daim tazeliğini muhafaza ettiği bir alana tekabül eder. O, bunu *Ebedî Taze* başlıklı beytinde şu şekilde ifade eder:

“Bir yer var ki, orada sayı üstü endâze;

⁶¹ Kısakürek, *Çile*, 234.

⁶² Kısakürek, *Çile*, 128.

⁶³ Kısakürek, *Çile*, 128.

⁶⁴ Kısakürek, *Çile*, 128.

Ne solmak, ne yıpranmak, her şey ebedî taze...’’65

Necip Fazıl şiirlerinde ölenin ardından kalanların haline değinir. Onların en önemli özelliği ölenin peşinden ağlamalarıdır. Bununla birlikte şair, bu gözyaşlarının onları geri getirmeyeceğini *Yâr O Ki* adlı şiirinde vurgular:

Falan, dağın ardında

Seslen, seslen, işitmez!

Filân, toprak altında;

Gözyaşları diriltmez!(...))’’66

Şair, ölenin gözyaşları ile geri getirilemeyeceğini vurguladıktan sonra bir sonuca varır: insanı bırakmayacak yârin -Allah’ın- sevdalısı olmak.

“(...)

Yâr o ki, hep yâdında;

Eksilmez ve eksiltmez

Murâdı murâdında

Seni bırakıp gitmez’’67

Mezardaki süreci *Dipsiz Kuyu* başlıklı beytinde bir uykuya benzeten ve “Ağzıma soğuk kurtlar dolacak, gözüme kum; / Dipsiz kuyu, sürdükçe zaman, sürececek uykum.”’’68 diyen şair, ölümün ardından insanın yeniden dirileceğini *Tabut* başlıklı şiirinde şöyle ifade eder:

“(...)

Ölenler yeniden doğarmış; gerçek!

Tabut değildir bu, bir tahta kundak.(...))’’69

Böylece o, tahta bir kundağa benzettiği tabutla insanın ölümün ardından yeniden doğacağını işaret eder.

Necip Fazıl, şiirlerinde ölümün ardından yeniden dirilecek insanın ölümle dünya hayatına dair korkularından, onu gerçek hayattan uzaklaştıran uyku halinden kurtulduğunu belirtir. Onun için ölüm, insanın solmanın ve yıpranmanın olmadığı bir hayata geçişi ifade eder.

3.3. Ölünün ve Mezarın Kalanlara Uyarısı

Necip Fazıl, *Ölüler* başlıklı şiirinde mezardaki her cesedin bu hayatta bir zamanlar yer aldığını, ama şimdi hayatta olanlara ölüm gerçeğini haykırdığını ifade eder. Mezarlarından bağırarak ölümler, oradan geçmekte olan yolculara seslenirler:

“Ölüler bağılıyor mezarlarından:

Yolcular, oturun taşlarımızda!

⁶⁵ Kısakürek, *Çile*, 237.

⁶⁶ Kısakürek, *Çile*, 28.

⁶⁷ Kısakürek, *Çile*, 28.

⁶⁸ Kısakürek, *Çile*, 137.

⁶⁹ Kısakürek, *Çile*, 124.

*Onları deviren biziz toprağa,
Biz attık onları böyle ayağa;
Sakın atlamayın kenarlarından!
Ölüler bağıyor mezarlarından...(...)"⁷⁰*

Böylece şair, insanın kendi mezarını yaparken onun için bir gün kendisinin dolduracağını hatırlamadığını vurgular. Ama ölümden sonra mezardaki ölüler, mezarlıktan geçenlere bunları hatırlatmaya çalışır. Yaşayan durup mezarların ne anlattığına bakmalıdır. Onlar, insanın bu hayata dair sorularının da cevabıdır.

Bunların ardından şair, kendisinin de bir gün bir mezarı doldurup oradan geçenlere ölüm hakikatini haykıracağını belirtir: “Ben de bir gün böyle haykıracağım: / Yolcular, oturun mezar taşımda!”⁷¹ Ama onun çoğu insandan farkı bir gün kendisinin de öleceği gerçeğinin ayırına ölmeden önce varmış olmasıdır.

Necip Fazıl, Allah’ın varlığından habersiz, dünya için var olduğunu düşünen insanı yaşayan ölü olarak nitelerken ölenin hal diliyle gerçeği anlattığını *Ölümsüzlük* şiirinde “Bilmez yaşayan ölü; /Asıl haber ölede”⁷² mısralarıyla verir.

Şair, hayatın yalan olduğunu belirttiği gibi bu hayatın bir parçası olan şehirleri de yalancı belde olarak niteler. Buna karşın o, bu yalancı beldenin karşı kutbunda sahici belden, mezarlıklardan söz eder. Bu beldenin sakinleri ise yalancı hayattan geriye bir şey kalmadığı bilgisine sahiptir. Bunu o, *Karacaahmet* şiirinde şu şekilde belirtir:

*“Deryada sonsuzluğu fikretmeye ne zahmet!
Al sana, derya gibi sonsuz Karacaahmet!
Göbeğinde yalancı şehrin, sahici belde;
Ona sor, gidenlerden kalan şey neymiş elde?(...)"⁷³*

Necip Fazıl’ın şiirlerinde mezarlar ve ölümler yaşayanlar için birer uyarıcıdır. Ona göre ölümler ve mezarlar hal diliyle dünya hayatının yalan, asıl hayatın ise ahiret olduğunu ifade ederler.

Sonuç

Necip Fazıl Kısakürek’in şiirlerinde kimi insanların ölümü hayatında ötelediği ancak onların da ölümlerle karşılaşmalarının mutlak olduğu vurgulanır. Necip Fazıl’a göre insanın ölüme dair bilinmeyenlere akılla ulaşması mümkün değildir. O, ölümü Allah inancı çerçevesinde anlamaya çalışan insanın onu bayrammış gibi karşılayacağını altını çizer. Necip Fazıl, dünyayı hem Allah’ın gölgesi hem de gölgeler ülkesi olarak görür. Onun için insan, bu dünyada öz vatanından koparılmış bir haldedir ve maddi açıdan elde ettiği ne varsa kaybetmeye mahkûmdur. Necip Fazıl, Allah’a sığınmak, namaz kılmak ve ölmeden önce ölme bilincine

⁷⁰ Kısakürek, *Çile*, 125.

⁷¹ Kısakürek, *Çile*, 125.

⁷² Kısakürek, *Çile*, 274.

⁷³ Kısakürek, *Çile*, 170.

ulaşmak suretiyle ölüm ıstırabının üstesinden gelineceği kanaatindedir. Onun şiirlerinde ahiret hayatını önceleyen insanın ise ölümü huzur içinde karşılayacağı fark edilir.

Necip Fazıl'ın şiirlerinde ölümün geliş şekline değindiği görölür. O, ölümünün hem birden bire hem de yavaş yavaş uykuya dalarımış gibi gerçekleşmesini umar. Aynı zamanda o, şiirlerinde dünya gailesine dalmış insanın ölümü aniden karşısında bulmasından doğan şaşkınlığına değinir. Necip Fazıl, ölümün ardından yaşanacaklardan söz eder. Ona göre ölenin ardından bıraktıkları, kalanlarca satılacak, ondan duvarda resimleri ve mezar taşında ismi kalacaktır. Necip Fazıl'ın şiirlerinde ölüm insanın dünya ile ilgili korkularını gideren, ebedi hayata adım atmasını sağlayan bir gerçeeklittir. Necip Fazıl, şiirlerinde ölümden sonra dirilmenin gerçekleşeceğini, karşılaşılan her ölümün ve mezarın ölüm gereceğinin hatırlatıcıları olduğunu belirtir.

Kaynakça

Akyüz, Kenan. *Batı Tesirinde Türk şiiri Antolojisi*. İstanbul: İnkılâp Kitabevi, 9. Baskı, 1985.

Çetin, Nurullah. "Atatürk Devri Türk şiiri". *Türk Edebiyatı Tarihine Bir Bakış*. ed. M. Kayahan Özgöl. 393-446. Ankara: Kurgan Edebiyat Yayınları, 2. Baskı, 2015.

Çetişli, İsmail. *Metin Tahlillerine Giriş/1 şiir*. Ankara: Akçağ Yayınları, 3. Baskı, 2004.

Geçgel, Hulusi. *Cumhuriyet Dönemi Türk Edebiyatı*. Ankara: Anı Yayınları, 4. Baskı, 2014.

Kabaklı, Ahmet. *Türk Edebiyatı*. İstanbul: Türk Edebiyatı Vakfı Yayınları, 2004.

Kaplan, Mehmet. *şiir Tahlilleri 2*. İstanbul: Dergâh yayınları, 7. Baskı, 1998.

Kısakürek, Necip Fazıl. *Çile*. İstanbul: Büyük Doğu Yayınları, 82. Baskı, 2015.

Okay, M. Orhan. "Çile", Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi. Erişim 20 Mayıs 2020. <https://islamansiklopedisi.org.tr/cile--necip-fazil>

ANADOLU TÜRK ORTODOKSLARININ BAĞIMSIZ KİLİSE MÜCADELESİNDE BİR SEMBOL YAPI: “ZİNCİDERE VAFTİZCİ YAHYA MANASTIR KİLİSESİ” VE KİLİSENİN İÇ MEKANININ İNCELENMESİ

Bülent Ayberk¹

ORCID: 0000-0002-5075-7672

ÖZET

Fener Patrikhanesi'nin, Mondros Antlaşması'nın ardından Anadolu'nun Rumlaşması için yaptığı girişimler Anadolu'da yerleşik bulunan ve soyca Türk olan ortodokslar arasında rahatsızlık uyandırmıştı.

Yıllar boyunca Fener tarafından gereksinimleri görmezden gelinen ve kendilerine Rumca ibadet dayatılan Türk ortodokslar, bu nedenle kendilerine ait bağımsız bir kilise kurmak istemekte ve Osmanlı devlet adamlarına gönderdikleri dilekçeler ile bunu sağlamaya çalışmaktaydılar. Bu istemler doğrultusunda 21 Eylül 1922 tarihinde Kayseri'de bulunan Zincidere Manastırının bahçesindeki köşkte toplanan kurultayda Türk Ortodoks Patrikhanesi'nin kurulması kararı alınmış; Papa Eftim, Patriklik makamına getirilmiştir. Kayseri Kurultayında alınan kararların sonucu olarak; Türk Ortodokslar, Fener Patrikhanesine karşı açıkca cephe almış ve artık bağımsız kiliseye doğru giden yol açılmıştır.

Bu makalenin amacı tarihsel bir olaya tanıklık etmiş yapının dış ve iç mekan özelliklerini incelemek olarak belirlenmiştir. Konuya ilişkin tarihsel kayıtlarda yapılmış çeşitli çalışmalar da kaynak gösterilerek; aktarılmıştır.

Günümüzde Kayseri Komando Dağ Tugayı kışlasında bulunan manastır kilisesi, üç nefli bazilikal bir plana sahiptir. Yapıya batı cephesinde bulunan narteksten girilmektedir. Orta nefin doğu yönüne doğru olan ikinci ve üçüncü ayaklar arasında Pantokrator İsa betimi bulunan kasnaklı bir kubbe bulunmakta iken; diğer bölümlerde aynalı tonozlar kullanılarak, üst örtü oluşturulmuştur. Naosun doğu tarafında yer alan iki basamakla çıkılan, bir zamanlar ikonastasion'un bulunduğu bema ile yarım daire planlı apsise ve pastoforion odalarına

1 Dr. Öğretim Üyesi, Trakya Üniversitesi, Mimarlık Fakültesi, İç Mimarlık Bölümü,
bulentayberk@trakya.edu.tr

ulaşılmaktadır. Manastıra 1864 yılında 13 metre yüksekliğine bir çan kulesi yapılmıştır. Günümüzde bu çan kulesinin yalnızca izleri kalmıştır.

Nüfus mübadelesi nedeniyle Anadolu topraklarından ayrılmak zorunda bırakılan Türk ortodoksların torunlarının, ortak bilinçlerinde yaşatmayı sürdürdükleri Zincidere'yi sonrasında ziyaret ettikleri bilinmektedir. Bu durum, manastır kilisesinin Türk tarihi açısından neden bir sembol olarak görülmesi gerektiğini de açıklamaktadır.

Yazı, yedinci toplantıya kadar Türk Ortodoks Kurultayı'na ev sahipliği yapan manastırın geride kalan son yapısı olan Zinciridere Vaftizci Yahya Kilisesini ve Kiliseye birleşik olarak yapılan Aziz Haralambos Kilisesi'nin iç mekanını incelemektedir.

Anahtar Kelimeler: *Zincidere vaftizci yahya manastır kilisesi; Türk ortodoks partikhanesi; Kayseri; Papa efitim*

ABSTRACT

The attempts of the Fener Patriarchate for the Greekization of Anatolia after the Mondros Treaty discomfort the Turkish orthodox Society.

The Turkish orthodox, whose requirements were ignored by Fener for years and were imposed to worship in Greek, wanted to establish an independent church of their own and tried to achieve this with the petitions they sent to the Ottoman statesmen. With these requests, it was decided to establish the Turkish Orthodox Patriarchate in the congress that was held in the house located in the garden of the Zincidere Monastery in Kayseri on September 21, 1922; Papa Eftim was brought to the head of Patriarchate. As a result of the decisions taken at the Kayseri Congress; The Turkish Orthodox took a counter stance against the Fener Patriarchate.

The objective of this paper is to study on the specifications of the building from art history point of view.

The monastery church, which is located in the Kayseri Commando Mountain Brigade barracks today, has a basilical plan with three naves. The building is entered from the narthex on the west facade. There is a pulley dome with the depiction of Christ Pantokrator between the second and

third pillars to the east of the middle nave; In other sections, a top cover was formed by using mirrored vaults. Bema is accessed by two steps on the east side of the naos, where the iconocation once stood, and the semicircular apse and pastoforion rooms. A 13-meter-high bell tower was built in the monastery in 1864. It is seen only traces of this bell tower remain until today.

It is known that the grandchildren of Turkish orthodox who were forced to leave Anatolia Lozan Treaty visited Zincidere afterwards, where they continued to live in their common consciousness. This situation also explains why the monastery church should be seen as a symbol in Turkish history.

Key words: İonannis prodromos monaster church in zincidere; Turkish ortodoxs patrichate; Pope eftim; Kayseri

1.GİRİŞ

Mondros mütarekesinin ardından oluşan belirsizlik ortamında, Türk aydını yerel ya da milli kurultaylar toplayıp, stratejiler belirlerken; Papa Eftim önderliğindeki Türk Ortodoksları da, Kayseri’de bir kurultay toplayarak, ortaya koydukları politikalar ve aldıkları kararlarla, bağımsız kiliselerini oluşturdukları gibi, Milli Mücadelenin yanında yer almak suretiyle, vatanın kurtuluşunda pay sahibi olma onurunu da kazanmışlardır (Özkan,sf.27,2003).

Fener Patrikhanesi'nin Millî Mücadele karşıtı propagandasından ve diğer faaliyetlerinden, Anadolu Ortodokslarını hiç olmazsa uzak tutabilmek ve Türk Ortodokslarının verdikleri mücadelenin daha sağlam bir tabana oturtulması için Türk Ortodoks Patrikhanesi'nin kurulması düşüncesi ortaya çıkmıştır. Türkiye Büyük Millet Meclisi Hükümeti, Türk Ortodokslarının zaman zaman dile getirdikleri taleplerini de göz önünde bulundurmuş ve yapılan başvuruyu hemen değerlendirerek, 1921 yılının Ocak ayında bir kanun teklifi hazırlamış ve meclise sevk etmiştir. Adliye Vekili Refik Şevket Bey'in kanun teklifi ile ilgili yaptığı açıklamaya göre; teklifin kabul edilmemesi için ne siyaseten ne de dinen herhangi bir sakınca bulunmamaktadır (Biçici, sf. 456,2017).

Türk Ortodoks Kilisesinin oluşturulmasını, İcra Vekilleri Heyeti, 1 Mayıs 37/5 Mayıs 1921 tarihindeki toplantısında kabul etmiştir. Daha sonra, Saruhan Mebusu Refik Şevket Bey bu konuyla ilgili olarak görevlendirilmiştir. Refik Şevket elde ettiği sonucu İcra Vekillerine sunmuştur. Refik Şevket, altı-yedi ay önce İcra Vekilleri Heyetinin bu konuyla ilgili toplantısında, konuya dair bir uzman istemesi üzerine İstanbul Adliye Nezareti Mezâhib

Müdürü Baha Bey'in çağrıldığını ve görüşlerinin alındığını belirtmektedir. Baha Beyin görüşü, Türk Ortodoks Kilisesinin kurulması yönündedir. Refik Şevket Bey de patrikhane kurulması yönündeki bu görüşmelere, incelemelere son verilmesi gerektiğini ve Türk Ortodoks Kilisesi kurularak sulh konferansından önce emrivaki yapılmasının devlet için faydalı olacağını belirtmektedir (Balcıoğlu,sf.75).

Bu arada Türk Ortodoks cemaati, kanunun bir an önce kesinleşmesi için Dâhiliye Nezaretine birçok defa telgraf çekerek sürecin hızlanmasına katkıda bulunmuşlar ve 1921 yılının Ocak ayında verilen kanun teklifi, 3 Mayıs 1921 tarihinde kabul edilmiştir (Biçici, sf. 456, 2017). 1 Haziran 1337/1 Haziran 1921 tarihinde Türk Ortodoks Kilisesinin kurulması hakkında bir kanun hazırlanmıştır. Birinci maddesinde, Türk Ortodokslarının din işlerinin idaresi için diğer kiliselerden bağımsız olmak üzere bir "Müstakil Türk Ortodoks Kilisesinin kurulmasının ve merkezinin Kayseri olmasının kararlaştırıldığı belirtilmektedir. Türkiye dâhilinde bu kiliseye bağlı piskoposluklar da ikinci maddede belirtilmiştir² (Balcıoğlu, sf. 75).

Yeni kilisenin merkezinin Kayseri olması, Kayseri Metropolitliğinin Doğu Hıristiyanlığının nezdindeki manevi ağırlığı göz önünde bulundurulduğunda, doğal bir seçimdir. Kilise yönetsel hiyerarşisi içinde metropolitler birbiriyle eşit sayılırsalar da; onursal bir öncelik sıralaması bulunmaktaydı. Azalan cemaati ve önemine karşın; Kayseri Metropolitliği, Doğu Hıristiyanlığının tarihi merkezi ve Büyük Vasilos ve İoannis Hrisostomos gibi önemli azizlerin piskoposluk yaptığı bölge olarak yüksek konumunu ve yukarıda değinilen, birinci gelen metropolitlik olma özelliğini korumuştur (Benlisoy, F. ve Benlisoy, S.,sf 99-100, 2016). Bu kurultayın neden Kayseri'de toplandığı ile ilgili olarak "Anadolu'da Ortodoksluk Sadası"³

2 Madde 2'ye göre Türkiye bu kiliseye tâbi piskoposluklar: İstanbul, Edirne, İzmir, Ereğli, Ankara, Amasya, İznik, Üsküdar, İzmit, Antalya, Alaşehir, Aynaroz, Aydın, Güzelhisar, Edremid, Bursa, Tire, Çeşme, Çatalca, Diyarbakır, Halib, Kuşadası, Kars, Kapıdağı, Konya, Trabzon, Gümüşhane, Mardin, Gelibolu, Maraş, Niksar olarak belirtilmiştir. (Balcıoğlu,sf. 82) Belirtilen bu metropolitlik adları, Türk Ortodoksların nerelerde yerleşik olduğu konusunda bilgi vermektedir.

3 Türk Ortodoksları, Fener Rum Patrikhanesi'nin yıkıcı propagandalarını engelleyebilmek amacıyla 11 Temmuz 1922 tarihinde Kayseri'de *Anadolu'da Ortodoksluk Sadası* adlı haftalık bir gazete çıkarmaya başlamışlardır. Gazete, Anadolu'da yerleşik bulunan ve Rum olarak adlandırılan toplumun Yunanlılık kimliği ile bağının bulunmadığını, soyca Türk olduklarını ve Türk Bağımsızlık mücadelesine destek verdiklerini vurgulayan bir söylem ile yayın yapmış; ayrıca Yunanlılarla işbirliği yapan Fener Rum Patrikhanesinin bu tutumuna karşı çıkan yazılar, gazete yer almıştır (Balcıoğlu, M., Ulsan, Ş, sf. 74, 2001).

gazetesinin yedinci sayısında yayınlanan “Fener’in Mumu Nasıl Sönmüştür? Yakması İçin Kayseri’ye Gelmesi Lazım mıdır?” başlıklı yazı da bir yanıt olarak görülebilir. Burada; Fener Patrikhanesi’nin daha önce Kayseri’de olduğu, Doğu Roma İmparatorlarının İstanbul’da oturuyor olmalarından dolayı İstanbul’a taşındığı, imparatorların oynacağı haline geldiği, belirtilmektedir (Özkan, sf.57, 2000). Gazetenin onuncu sayısında yayınlanan yazıda ise; düzenlenen kurultay ile amaçlananın; 17 yüzyıl önce Kayseri’den İstanbul’a Roma İmparatorlarının payitahtı olması nedeniyle nakledilmiş olan riyaset-i Ruhaniye’nin Kayseri’ye yeniden intikalinden başka bir şey olmadığı belirtilmektedir (Özkan, sf. 370, 2003).

“Umum Anadolu⁴ Türk Ortodoksları Kilise Kurultayı”nın düzenlenmesi için, kilise yasaları gereğince önce tüm cemaati temsi edecek üyeler ile birlikte, Episkopos payesine erişmiş, en az üç ruhaninin katılımı gerekmektedir (Cihangir, sf 62, 1996). Ancak işgalden etkilenerek ruhani sorumluluk bölgelerini terk edip kaçan birçok metropolit⁵ bulunmaktaydı (Mert, sf.22, 2005).

4 1. Dünya Savaşı sona erdikten sonra, bir zamanlar güçlü bir İmparatorluk olan Osmanlı topraklarının Anadolu’yla sınırlandırılmış; ve büyük güçlerin etkisinden yalıtılarak Anadolu’da temellenmiş gittikçe sağlamlaşan bir Türk ulusalcılığı gelişmiştir. Ayrıca 2. Abdülhamit dönemi sonunda Anadolu artık tümüyle Türklerin anayurdu kavramıyla özdeşleşmiştir. Türk ulusunun temelini oluşturan Anadolu sakinleri için “Anadolulu” kavramı tam da bu dönemde oluşturulmuştur. 1914 sonra millet sisteminin resmen kesintiye uğraması ve bunun sonucu olarak toplumu, Türk bilinci çevresinde yapılandırmak; zorunlu olarak “Osmanlı” olmaktan ve eskiden Osmanlılara ait olan topraklardan uzaklaştırılması bu durumu desteklemiştir (Balta, sf, 20, 2019).

5 Anadolu’da Ortodoksluk Sadası gazetesinin üçüncü sayısında; sorumluluk bölgelerini bırakıp kaçan metropolitler konusunun kurultayda değerlendirildiği belirtilmektedir. Fener Rum Patrikhanesi’nin güdümünde bulunan, “ruhani sürüleri uçuruma sevk ettikten” sonra sorumluluklarını gözardı ederek, İstanbul’a kaçan metropolitlere yönelik olarak; Türk Ortodoks Patrikhanesi’nin kurulmasının ardından Türk Ortodokslarının Fener Kilisesi ile bir bağlarının kalmadığı, bu nedenle bu ruhanilerin kullanmakta oldukları Anadolu Metropolitlik bölgerine ilişkin unvanları bırakmalarına yönelik bir mektup yazıldığı bildirilmektedir: “Sizlerden *melce*’iniz bulunan Fener Patrikhane’siyle birlikte fekk-i irtibat eylediğimizi ve sizler ile hiçbir alakamız kalmadığını kerraren protestonameler, telgrafnameler ile ilan ve tebliğ etmiş olduğumuz halde elan Anadolu devair-i ruhaniyesinin unvanlarını taşımakta ve o suretle imza koymakta olduğunuz evrak-ı havadiste görmekte bulunduğumuzdan son derece teessüf etmekteyiz. Biz Anadolu Türk Ortodoksları ile sizlerin hiçbir alakamız tasavvur edilemeyeceğinden lütfen fi-maba’d Anadolu’yu unutarak, Anadolu devair-i ruhaniyesine mahsus unvanların başlarına sabık kelimesini ilave buyurmanızı evvel ve ahir Anadolu Türk Ortodoksları tarafından sizlere verilmiş hiçbir vekaletimiz olmadığından Fener’de kendi istirahatinize bakarak, biz Anadolu Türk Ortodoksları için hiç idare-i kelam etmemenizi Hrsitiyanlık namına istirham ederiz.”

Anadolu'da yalnızca Konya Metropolit Prokobiyos, Maçka Metropolit Kirillos, Antalya Episkoposu Meletios, Gümüşhane Episkoposu Yervasiyos kalmıştı (Şahin, sf. 247, 1996). Bunlar böyle bir girişimin başarıya ulaşacağına ve Fener Patrikhanesi'nin tasallutundan Ortodoksların kurtulmasının mümkün olmayacağına inanıyorlardı (Atalay, sf.28, 2014). Papa Eftim, büyük güçlüklerle Yervasiyos'u, Meletios'u ve Prokopiyyos'u ikna etti ve böylece bu sözü geçen adlar, Kayseri'ye geldiler. Kurultaya, 80 ruhani daire çağrılmasına karşın; Fener Patrikhanesi'nin etkisi altında bulunan sekiz ruhani daire toplantıya katılmamış; (Şahin, sf. 247, 1996) buna karşın; Fener Patrikhanesi ile işbirliği yapmaya karşı çıkan ve Türk olduklarını beyan eden 72 ruhani merkezin temsilcileri toplantıya katılmıştır. 21 Eylül 1922 tarihinde Konya Metropolit Prokopiyyos'un başkanlığında toplanan kurultayda, Türk Ortodoks Patrikhanesi'nin kurulması kararı alınarak; Papa Eftim, Patriklik makamına getirilmiştir (Atalay, sf.28, 2014).

Anadolu'da Ortodoksluk Sadası gazetesinin onuncu sayısında kilise kurultayının Kayseri'de Zincidere Manastırının bahçesindeki köşkte, olağanüstü toplanarak, Genel Türk Ortodokslarının arzuları içinde TBMM hükümetine bağlı Umum Anadolu Türk Ortodoksları Patrikhanesi'nin kurulduğu ve Patrik Kaymakamının intihak olunacağı, bu intihabın Ortodoksluk mezhebinin ahkamına uygun olduğu, bununla beşinci bir patriklik kurulmadığı belirtilmektedir (Özkan, sf. 370, 2003).

Kayseri'de Türk Ortodoks Patrikhanesi kurulunca; Fener, bu kuruluşun kendileri tarafından onaylanmadığını ve bağımsız bir kilise olamayacağını ileri sürmüşlerdir. Halbuki Fener patrikhanesi kurulurken de Roma Katolik Kilisesi de bu kuruluşu tanımamış ve afaroz etmişti. Buna rağmen Fener Patrikhanesi bağımsız bir kilise olarak varlığını sürdürmüştür (Arslan, sf. 423, 1995). Gazetenin yedinci sayısındaki yazıda, bağımsız bir kilise kurmak amacıyla toplanan kongreye tepki gösteren Fener Kilisesi'ne ise; şöyle bir öneri getirilmektedir: Tarihi süreç içerisinde Moskova, Avusturya, Yunanistan, Sırbistan, Eflak-Boğdan ve Romanya ortodokslarının bağımsız kiliselerini kurdukları ve Fener'in kabullenmemesine karşın;

Gazetede bu mektubun muhattapları olarak şu metropolitlerin adları, unvanın başına "sabık" sıfatı koyularak verilmiştir: Kayseri Metropolit Nikolaos Efendi, Kadıköy Metropolit Gregorios Efendi, İznik Metropolit Vasilos Efendi, İzmit Metropolit Alkisarodros Efendi, Antalya Metropolit Berasimos efendi, Amasya Metropolit Bermanos Efendi, Trabzon Efendi Hrisonthos Efendi, Ankara Metropolit Yervasiyos Efendi, Niksar Metropolit Yalikadiyos Efendi ve Gümüşhane Metropolit Lavrintiyos Efendi (Özkan, sf 78-79, 2003).

varlıklarını sürdürdükleri, sonunda Fener'in onları "kardeş kilise" olarak tanımak zorunda kaldığı belirlenmesinin ardından; şimdi Anadolu'da bir bağımsız kilise oluştuğu ve Fener isterse bu kiliseye de kardeş unvanı versin denilerek; bir öneri sunulmaktadır (Özkan, sf. 57-58, 2003).

Öte yandan Kayseri'deki bu gelişmeler Anglikan Kilisesi⁶ ve Amerika Birleşik Devletleri tarafından da ilgiyle izlenmektedir. Türk Ortodoks Kilisesinin Kurulması ile ilgili taslak tüzük "Orient" adlı Amerikan misyoner gazetesinin 08 Temmuz 1921 tarihli sayısında yayınlanmıştır. İstanbul'daki Amerikalı istihbaratçılar durumu yakından izlemekte ve 17 Temmuz 1921'de "Türk Ortodoks Kilisesi" adlı monografik istihbarat raporlarını Washington'a göndermekteydiler (Arslan, sf. 423, 1995).

Türk Ortodoks Patrikhanesi'nin kuruluş süreci içinde Papa Eftim, yeni kilisenin kuruluşuna destek bulmak amacıyla Anglikan Kilisesi'nden Doğu kiliseleri uzmanı Arthur Boutwood ile bağlantıya geçmiştir. Boutwood, Anglikan Kilisesi adına, Adliye Vekaleti aracılığıyla, bu yeni oluşum hakkında kendisine bazı sorular yönelmiştir. Papa Eftim'in vermiş olduğu yanıtlar, Hakimiyet-i Milli gazetesinde yayımlanmıştır (Benlisoy F., Benlisoy S., sf. 108). Ayrıca Ortodoks ve Anglikan Kiliselerinin birliğini savunan "Anglican and Eastern Churches Association"a bir mektup göndererek, yapmakta olduğu çalışmalar hakkında bilgi vermiştir (Benlisoy F., Benlisoy S., sf. 109-110). Kuruluş aşamasındaki Türk Kilisesi'nin, Vatikan'la yahut Anglikan Kilisesi'yle bağlantıya geçmesi, Fener Patrikhanesi'nin uluslararası saygınlığına ve gücüne zarar verecek bir girişim (Benlisoy F., Benlisoy S., sf. 110-111) olarak görülmemiştir.

⁶ Anglikan inancının ortaya çıkışından itibaren Anglikanizm'in Ortodoksluk mezhebine yakın olduğuna yönelik görüşler ortaya atılmıştır. Bir çok Anglikan ve Ortodoks din adamı tarafından savunulan bu görüş çerçevesinde, her iki kilisenin değişik konularda ortak hareket edebilecekleri hatta iki kilise birleşemese de birbirine ait inanç ve öğretilerin doğruluğunu tanımaları gerektiği ileri sürülmüştür. Ancak şunu da belirtmek gerekir ki; iki kilisenin dini ritüel ve inanışlarının birbirine çok yakın olduğu düşüncesini barındıran birlik söylemleri her iki kesim için de politik hedefleri barındırmaktaydı (Güllü, sf. 86, 2016). Meletios, Bizans'ın varisi olacak bir "Büyük Yunanistan" düşü kurumaktaydı ve bunun için de Yunan ordusunun Anadolu işgali sürerken, "Büyük Yunanistan" idealine ulaşmak için kendilerine destek olacak en büyük uluslararası gücün İngiltere olduğuna inanıyordu. Patriklik öncesi görevleri sırasında da sürdürdüğü ve patrikliği ile en üst noktaya taşıdığı İngiliz yanlısı siyasi tavrı ve Anglikan Kilisesi ile daha önceden beri süregelen yakınlığı, tamamen İngiltere'den beklediği destekten kaynaklanıyordu (Güllü, sf.104, 2016).

Fener Rum Patrikhanesinin dini siyasete alet ederek yaptığı bölücü faaliyetlere engel olmak için Anadolu’da ki Türk Ortodokslarına hitap ederek, onların bu oyuna gelmemelerini sağlamak amacıyla toplanan kurultay, yalnızca bununla kalmayıp, İstanbul ve Karadeniz Rumlarının Avrupa’da kamuoyu oluşturma çabalarına karşı bir faaliyet yürütmeyi de amaçlamış olduğu görülmektedir (Özkan sf. 367, 2000).

Ancak kurultay süreci, özellikle Papa Eftim açısından kolay olmayacaktır. Prokobios’un kurultaya katılma konusunda ayak diremesi, kendisinin jandarma zoru ile götürülme seçeneğini gündeme getirir. Ancak Papa Eftim’in hükümet yetkilileri ile yaptığı görüşmenin ardından kendisine sunulan, her iki ruhaniyi Kayseri’ye kendisinin bizzat götürmesi koşulu, ruhbanların üstlerindeki bu baskıyı ortadan kaldırır. Ancak Episkoposların, Papa Eftim’e karşı gösterdikleri direnç burada bitmeyecektir. Türk Ortodoks Kurultayının toplanacağı gün Yervasiyos ve Meletyos arasında anlaşmazlık çıkar. Hatta bu gerginlik, karşılıklı yumruklaşmaya kadar varacaktır. Çok açıktır ki; bu iki ruhani, Papa Eftim’in uğruna çok uğraştığı ulusal kilise davasının başarısız olması için yapay gerginlikler oluşturmaktadırlar. Hatta bu anlaşmazlığa Prokobiyos’un da taraf olmasıyla; işler iyiden iyiye içinden çıkılmaz bir durum almaya başlar. Kurultay bir türlü toplanamaz. Sürmekte olan anlaşmazlık nedeniyle Milli kilise etkinleştirilemeyecek ve Fener Patrikhanesi karşısında Türk milli mücadelesi zarar görecektir (Ergene, sf.34-43, 1951). Papa Eftim, başından beri tüm nezaketi ile ikna çalışmalarına sürdürmesine karşın; ruhbanların gösterdiği bu direnç, en sonunda Papa Eftim’i, Erol Cihangir’in bu olaylara yer verdiği kitabındaki⁷bölüme, “Türk Usulü Komitacılık” başlığını uygun gördüğü yöntemi uygulama noktasına getirir. Papa Eftim, sakladığı bombaları, muhafızı olan Yakup’tan getirmesini isteyecek ve böylece, üç ruhaniyi de elindeki bombaları patlatmakla tehdit ederek; episkoposların sürdürdükleri bu çözümsüzlük politikasına son verecektir⁸.

Kayseri Kongresi’nde alınan kararlarının mazbatasının yayınlanmasıyla Türk Ortodoksları, Fener Patrikhanesine karşı açıkca cephe almış, Fener Rum Patrikhanesine karşı bağımsızlık ilan etmenin yolu artık tutulmuştur (Cihangir, 59, 1996). Öte yandan belirtmek gerekir ki; Türk

7 Bu başlığa Cihangir, “Papa Eftim’in Muhtıraları ve Bağımsız Türk Ortodoks Patrikhanesi” başlıklı kitabının 80. sayfasında yer vermektedir.

8 Papa Eftim’in her iki ruhaniyi bomba ile tehdit etmesi, Teoman Ergene’nin “İstiklal Harbinde Türk Ortodoksları” adlı kitabında canlı bir anlatımla aktarılmaktadır.

Ortodoks Patrikhanesi'nin kurulması, Fener Patrikhanesi'nin uyguladığı politikalarından rahatsızlık duyan İstanbullu Rumlar arasında da destek bulmuştur⁹.

Ancak bağımsız ulusal kiliselerini kuran bu topluluk bu özgürlüğün kendilerine sağlayacağı olanaklardan yararlanamamıştır. Anadolu'daki Ortodoks tebaa, imzalanan Lozan Antlaşması nedeniyle, milliyetine ve isteklerine bakılmadan karşılıklı değişime tabi tutularak Yunanistan'a gönderilmiştir. Çoğunluğu Türk soyundan geldiği açık olan bu insanlar, kendi öz topraklarından çıkarılıp, yabancı topraklara gönderilmelerinin nedeni antlaşmada temel ölçütün din olmasıdır. Böylece Türk Ortodokslar büyük kan kaybetmişler ve 1.5 milyon kadar Türk, Yunanistan'a gönderilmiştir (Çetin, sf.71-72, 2004).

Ülkemizden ayrılmak zorunda bırakılan bu ortodoksların torunları, Zincidere'yi unutmamışlar. Atalarının kendi milli adları ile patrikhanelerini kurdukları vatan topraklarını ve bunun bir parçası olan Zincidere'yi özlemle, aynı yüzyılın son çeyreğinde ziyaret etmişlerdir (Atalay, sf, 41, 2104).

2.ZİNCİDERE MANASTIRI

Kapadokya bölgesinin yönetsel, askeri, dini ve tecimsel açılardan yüzyıllar boyunca, en önemli şehri olan Kayseri, gerek merkezde, gerek çevre yerleşimlerde Ermeni ve Rum gayrimüslim tebanın yoğunluğu ile dikkat çekmiştir. Bu nedenle, Kapadokya'nın diğer bölgelerinden farklı olarak, bu iki cemaate ait çok sayıda dini yapı örneğini barındırmaktadır (Pekak, sf 269, 2009). Zaten, Vaftizci Yahya¹⁰ Kilisesi ile ilgili elde edilen ilk ayrıntılı bilgilerden biri de,

9 Aralık 1338(1922) tarihinde İstanbullu Rumlar, Patrik Meletyos aleyhine ve Anadolu Türk Ortodoks Kilisesi'ni tanımak yana gösteride bulunmuşlardır. Bu konuda TBMM İcra vekileri Heyet-i Riyaseti, Kalem-i Mahsusa Müdüriyeti'nin, Hariciye, Dahiliye ve Adliye Vekaletine gönderdiği tezkerede şöyle denmektedir:

“İstanbul'dan alınan malumata nazaran İstanbul Patrikhanesi'nde şedir bir ihtilal baş göstermiştir. Ekseriyet Patrik Meletyos'un reddiyle, Anadolu Türk Ortodoks Patriğini tanımak fikrindedir. Bunlar Ermeni Patriğinin Türklerle temasa gelerek milletini kurtardığını ve Meletyos'un ise bilakis kendilerini uçuruma sürüklemiş olduklarını öne sürüyorlar” (Özkan, sf 46, 2003).

10 Doğu Hristiyan aleminde Yahya, müjdeci, haber veren anlamında “Prodomos” lakabı ile anılır. İncil'e göre Yahya, “Allah'ın elçisi”dir. İsa'nın geleceğini önceden haber vermek üzere yeryüzüne gönderilmiştir. İsa'yı ve kendisine gelenleri Şeria Irmağında vaftiz ettiği için, Batı hristiyanlık alemi tarafından “vaftizci” lakabı verilmiştir. Yıllarca çöllerde dolaşmış ve vaazlar vermiştir (Yılmaz, sf 106, 1993). Hz.İsa'nın peygamber

Yunanistan'da yaşayan Kayseri-Ağırnas doğumlu bir Türk Ortodoks yazarın, Zincidere eski Belediye başkanı Mustafa Aksu'ya gönderdiği mektupta yer almaktadır (Yüksel, sf. 23, 2020).

Yazarın, Yunanistan'da yayınlanan bir kitaptan derlediği bilgilere göre, manastır kurulmadan önce burada putperest inancına ait bir tapınak olduğu ve Roma İmparatorları tarafından bu bölgenin ele geçirmesinin ardından, yapının Hıristiyanlar tarafından kullanılmaya başlandığını belirtilmektedir (Yüksel, sf. 23, 2020). Ermenilerin ruhani merkezi Efkere'de Vaftizci Yahya'nın röliklerinin bir bölümünün bulunduğu ve buraya Aziz Thaddeus tarafından Surp Garabed Manastırı'nın yaptırıldığı öne sürülmektedir. Hıristiyanlıkta Aziz olarak değerlendirilen Yahya (İoannes) adına çok sayıda kilise ve manastır yapılmıştır. Zincidere'deki manastır da bunlardan biridir (Yüksel, sf. 24, 2020). Öte yandan söz konusu bu rölikler, Surp Garabed Manastırı ile dönüşümlü olarak Zincidere Vaftizci Yahya (Ioannis Prodromos) Manastırı'nda korunmaktaydı. Ayın günlerinde ya da düzenlenen panayırlarda Türkler'in ve Ermeni'lerin ziyaret ettiği manastır, 1728'de Kayseri metropoliti Neofitos tarafından yaptırılmış; sonrasında 1804'de ve 1844 yılında Metropolit Paisios zamanında onarılarak, yeni düzenlemeler yapılmıştır (Görsel-1). 19. yüzyılın sonlarında; Metropolit Ioannis Anastasiadis tarafından burada erkek ortaokulu ve lisesi, kız ortaokulu, erkek ve kız yetimler için ilkokul olmak üzere üç okul kurulmuştur Atina'lı öğretmenlerin ders verdiği bu okullar¹¹ 1918'de kapatılmış ve ayinler yasaklanmıştır (Açıkgöz, sf.105, 2007).

olarak gönderilmesinin ardından, Hz. Musa'nın dini kuralları (şeriati) geçerliliği yitirmiş ve Hz. Yahya, Hz.İsa'nın getirdiklerine tabi olarak, uygulayıcısı olmuştur. Ancak İsrailoğularının o dönem kralı Herod, kardeşinin kızı ile evlenmek istemekte, bu evliliğin Hz. Musa'nın artık geçerliliğini yitirmiş olan dini kurallarına göre yapılmasını istemiştir. Ancak Hz. İsa'nın kurallarına göre bu, dinen yasal olmayan bir istektir (Cevdet Paşa, sf 112, 2012) ve bu istek nedeniyle Yahya, Kral Herod Antipas'ı kınar. Bu tutumu nedeniyle Yahya'ya büyük bir kin duyan Herodias (Herod'un kardeşi Flippos'un karısı) onu öldürtmenin yolunu aramaya başlar. Ancak Yahya'nın sözlerinden etkilenen Herod, tutuklattığı Yahya'yı öldürtmek istemez. Herod, doğum gününde Celile bölgesinin ileri gelenlere bir ziyafet verir. Bu ziyafette Herodias'ın kızı Salome, konukların önünde dans eder ve tüm konuklar bu dans çok beğenince, kral Herod, Salome'ye ne dilerse kendisine vereceğini söyler. Annesi Herdias'a danışan Salome, annesinin isteği üzerine Yahya'nın başının kesilmesini ister. Bu isteğe çok üzülmesine karşın; söz verdiği için bu isteği yerine getirmek zorunda kalır. Böylece Yahya'nın başı zindanda kesilir (Tükel, U., Arsal, S.Y., sf 110, 2014).

11 Kayseri'ye bağlı Zincidere'de bir "ruhban okulu" açmış, bunu daha sonra açılan "kız yetimhane okulları" takip etmiştir. Bu okullarda Yunanistan'dan getirilen "Megola-ideacı" öğretmenler sistemli olarak öğrenci yetiştirmeye başlamışlar, bunda da kısmen başarılı olmuşlardır. Bu öğretmenler, talebelerine devamlı telkinlerde bulduklarından yavaş yavaş Türk Ortodoksları, Türkçe soyadlarının karşılığı olan Grekçe

Zincidere, buradaki manastırdan dolayı bölgede yaşayan Rumlar için, önemli bir merkez ve sosyal yaşam açısından oldukça gelişmiş bir yerdi. Schweinitz, köy halkının buraya ne zaman, nereden gelip yerleştiğinin bilinmediğini; dil, gelenekler, giyim konusunda Rumların Türklerden farksız olduğunu, ayinlerin bile Türkçe yapıldığını belirtmiştir (Açıkgöz sf.105, 2007). Kayseri livası dahilinde İslam ve Hristiyan dinine bağlı ahalinin ana dilinin Türkçe olduğu bilinmektedir. Hangi dinde bulunursa bulunsun tüm ahali birbiriyle Türkçe konuşur ve konuşma tarzları birbirinden ayıramayacak kadar benzerdir. Yaygın Yunan propagandasına¹², Rum okullarında Yunan dili gramerinin öğretilmesine karşın, gayri müslim milletlerin kendi evlerinde ve dışarıda Türkçe konuşmalarına engel olunamamıştır (Özkan, sf. 374, 2000).

Manastır, Sultan 3. Ahmet'in damadı ve veziri olan Nevşehirli Damat İbrahim Paşa'nın 1724 yılında verdiği, ruhsat ile yapılmıştır. O dönemde Nevşehirli Damat İbrahim Paşa, Kayseri'nin ve Konya'nın içinde bulunduğu yerleşim yerlerinde 1000'e yakın kilisenin inşasına yönelik buyruk çıkarmıştır. Manastırın üzerindeki yazıttan anlaşıldığına göre; yapının 1724'te başlanıp,

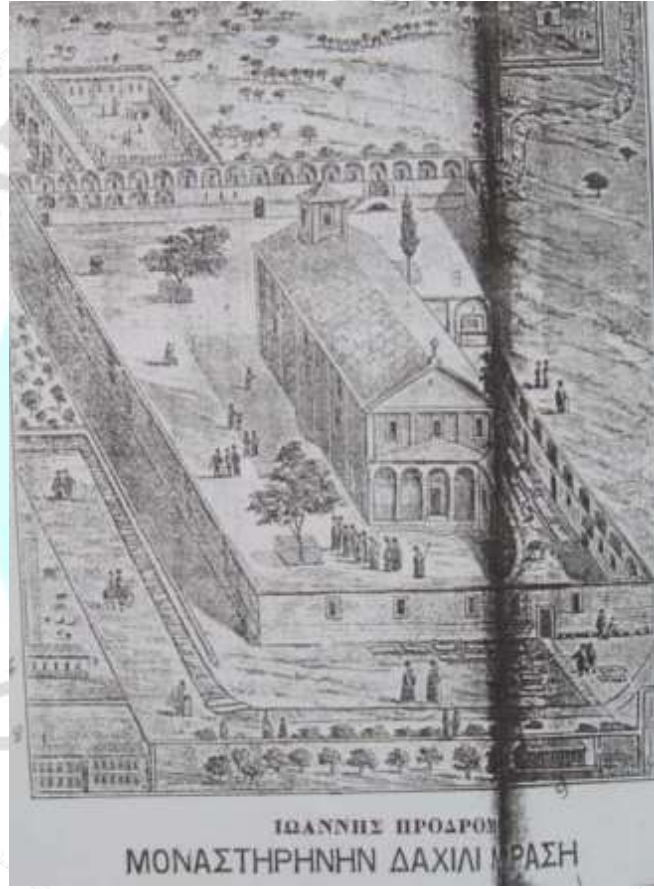
isimleri kullanmaya başlamışlardır. Türk Ortodoksları, önceleri dini isim diye Yorgi, Dimitri olarak vaftiz edildikleri halde, sonradan Rum adları olan Euripidis, Sok-rôtis, Platon gibi adlar almışlardır (Ekincikli, sf 181, 1998).

- 12 Yunan devletinin ulusal bütünleştirme istemini öne sürdüğü andan başlayarak, Anadolu'daki Türkçe konuşan Ortodoks nüfus, Rum "milleti"nin üyeleri olarak, neredeyse kendiliğinden Yunan ulusuna eklenmiştir. (...) Karamanlıların tartışılmaz Yunan kökenlerine ilişkin görüş, Yunanların kendilerini, kesintisiz bir tarih süreci içinde Eski Yunan'dan geldiklerine yönelik olarak geliştirdikleri tarih yazımı içinde temellerini bulmaktaydı. Yaklaşım biçimi bu olunca da, ortodoksların Türkçe konuşması; "Yunan ulusunun siyasal bir inişe geçtiği dönemdeki şanssız tarihsel koşullardan dolayı gerçekleşmiştir" olarak değerlendirilmekteydi. Evangelia Balta kitabında, bu "şanssız tarihsel koşullar"a örnek verirken; Anadolu Ortodokslarının Türkçe konuşma gerçeğinin açıklanmasıyla çok ilgilenen, kendisi de bir göçmen olan Emmanuel I. Tsalikoğlu'nun bir yazısında yer alan bir görüşe yer vermektedir. "*Zincidere Rumlarının konuştuğu dil Türkçe idi. Kayseri ve çevresindeki köylerde oturan Rumlar da Türkçe konuşurdu. Hem bizim köyün hem de Kayseri çevresindeki öteki köylerin yaşlılarından anadillerinin Rumca olduğunu, ancak tam bir kuşağın dilleri kesildiğinden bunun unutulduğunun duymuştum. Bir sonraki kuşak atalarından Rumcayı işitemediklerinden Türkçe konuşmaya başlamışlardı. Bu yüzyıllarca geriye giden ve bir kuşaktan ötekine geçirilen bir gelenektir. Dillerin kesilmesinin ne zaman gerçekleştiğini kimse bilmiyordu. Gelenek, kronolojiye ilişkin hiçbir şeyi korumaz, bir kestirim bile yapılamaz.*"

Balta, yaptığı bu aktarımın, 19. yüzyılda Türkçe konuşan Ortodoksların neden Rumca konuşmadıklarının değin nasıl düşünceler üretildiğine yönelik olarak bilgi verdiğini belirtmektedir (Balta, sf 19, 2019).

1728’de tamamlandığı belirtilmektedir. Manastır kilisesinin giriş kapısının üzerindeki yazıtta şu sözcüklere yer verilmektedir:

“Temelinden yenilendi tamir oldu, bu aziz ve mukerem manastır. Ol kıymetli İoannis O Prodromos ve ki anı, Sultan Ahmetin eyyamında ve vezir azametli İbrahim Paşa Hazretlerinin zamanında. Ve başpapaz dahi ol başrahip mitropolit Kaisery Kappodokianın Neofitos Efendi ve bu azametli mükerrer mitropolitin gayetten yardımı ve vergisi ile yapıldı meydana gelmiştir” (Yüksel, sf. 24, 2020).



Görsel 1: Zinçidere Agios Prodromos Manastır Kilisesi’nin 1845 yılında yapılmış gravürü (Açıkgöz, 2007)

1803 yılında Kayseri despotu Filiteos, Ortodoksluğa mensup milletin vekillerinden oluşan 150 kişilik bir grubu bir araya toplamış, manastırını yıkarak yeniden inşa etmeye karar kılmışlardır. Bu karardan sonra inşaatı Germir’den Hacı Dimitrios İkonomos, Tavlusun’dan Haçi Avraam Esenoğlu, Endürlük’ten Hacı İonnis Satiroğlu ve Zinçidere’den Hacı İsaías Mavrapulos adlarındaki dört kişiye ve iki kişiden oluşan bir komisyona havale etmişlerdir. Meclis içerisinde yer alan Germisli Hacı Bodos Ağa Cebecoğlu ve Mahdum Hacı Anton ile Zinçidereli Andrea

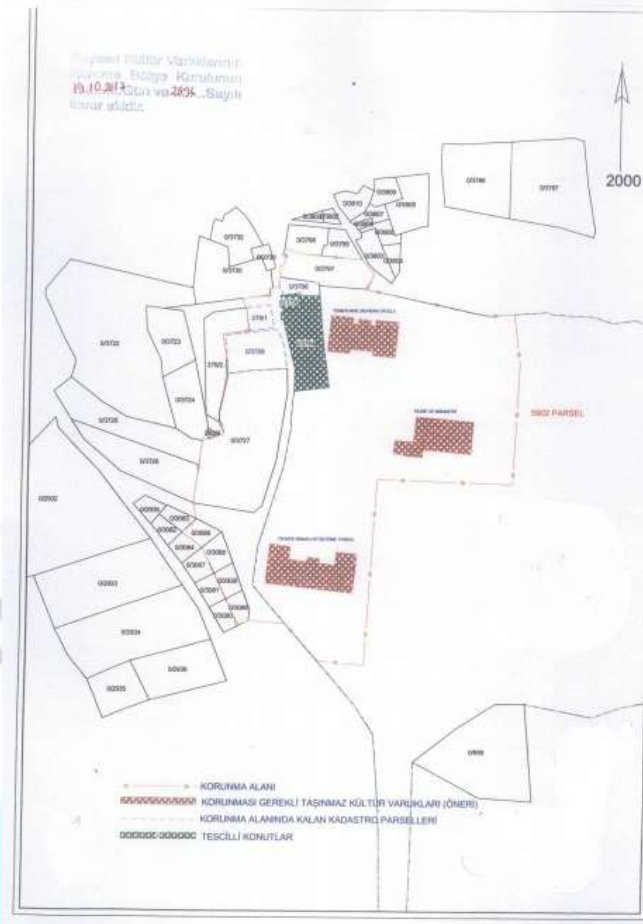
Dayı Karabacakoğlu da bir iane defteri açılarak para toplama işinde gevlendirilmişlerdir. Manastırın yeniden inşa planının Zincidereli kalfa Anastas ve Hacı Komsa hazırlamış, eski bina 1803 yılının 06 Temmuz gününde yıkılarak, aynı ayın 16’sında temel taşı yerine konulmuştur. İnşaat sırasında ücretli ve ücretsiz olmak üzere 2000’e yakın kadın ve erkek işçi çalışmıştır. Yapımda kullanılan taşlar Mahsenli Bahçe’den çıkartılmıştır. Manastır atısı 15 Eylül’de kapatılmış, yapım süreci 1804 yılının Mayıs ayına kadar 66 gün sürmüştür çatı altı direk üzerine konulmuş, 11 kubbe 32 günden tamamlanırken; büyük kubbe 11 günde tamamlanmıştır (Yüksel, sf.24-25, 2020).

3. BULGULAR

3.1. Vaftizci Yahya Manastır Kilisesi - Agios İoannes Prodromos Kilisesi

Vaftizci Yahya Manastır Kilisesi ve güneyinde, bitişiğinde yer alan Aziz Haralambos Kilisesi, I. Komando Tugay Komutanlığı sorumluluğundaki General Vecihi Akın Kışlası’nda bulunmaktadır. Bu iki yapı ile birlikte manastır yerleşkesinde bulunan Ruhban Okulu ve Yetiştirme Yurdu (şekil-1) 5902 nolu parselde¹³; yer almaktadır.

13 Kayseri Kültür Varlıklarını Koruma Bölge Kurulu Müdürlüğü’yle kilise için hazırlanan Tescil Raporuna yönelik olarak yapılan yazışmaya Müdürlükten yanıt olarak 03.02.2021 tarihinde gönderilen yazıda;Vaftizci Yahya Manastır Kilisesi’nin ve Aziz Haralambos Kiliseciği’nin Kayseri ili Talas ilçesi Erciyes mahallesinde 5902 parselde bulunduğu ve Koruma Bölge Kurulunun 19.10.2017 tarih 2896 sayılı kararı ile tescil edildiği ve aynı karar ile yapı grubunun “I. Grup Korunması Gerekli Taşınmaz Kültür Varlığı” olarak tescillendiği belirtilmektedir.



Şekil-1: 5902 no'lu parselde yer alan “Vaftizci Yahya Kilisesi-Aziz Haralambos Şapeli”, “Ruhban Okulu” ve “Yetiştirme Yurdu”nun konumu (Kayseri Kültür Varlıklarını Koruma Bölge Kurulu Müdürlüğü 2896 sayılı tescil karar belgesinden alınmıştır)

Sultan III. Ahmet döneminde 1728 tarihinde yapıldığı bilinen, doğu batı doğrultusunda konumlandırılmış olan Vaftizci Yahya Manastır Kilisesi¹⁴ dikdörtgen bir plana sahip olan üç nefli, kubbeli bazilikedir. Yapının güney tarafında ise; 1840 yılında yapıldığı düşünülen Aziz Haralambos şapeli¹⁵ bulunmaktadır (Görsel-2).

14 Burada yer verilen Vaftizci Yahya Manastır Kilisesi ve Aziz Haralambos Kilisesiğinin bulunduğu I. Komando Tugay Komutanlığı, Genelkurmay Başkanlığı'ndan alınan 16 Kasım 2018 tarihli izin ile ziyaret edilmiş ve burada yer alan görseller, Tugay Komutanlığı'nın bünyesinde bulunan fotofilm merkezi ile birlikte, sorumlu subayların gözetiminde çekilmiştir.

15 Bu bilgiler Kayseri Kültür Varlıklarını Koruma Bölge Kurulu Müdürlüğü 2017 tarihli “Tescil Fişi”nde yer almaktadır.



Görsel 2: Vaftizci Yahya Manastır Kilisesi ve Aziz Haralambos Şapeli
(Bülent Ayberk ve Komd.Tug.K..ılığı Foto Film Merkezi - 2019)

3.1.1. Narteks

Yapıya, Kayseri kiliselerinin girişlerinde genel olarak görülen dikdörtgen bir plana sahip olan (Açıkgöz ve Ahunbay, sf. 30, 2008) batı cephesindeki narteksten girilmektedir. Kesme taşların kullanıldığı narteks, kırma çatı ile kapatılırken, iç oylumda beşik tonoz kullanıldığı görülmektedir. Bu üst örtü, kilisenin batı duvarından yaklaşık beş metre uzaklıktaki taşıyıcı sütunların üzerine otururken (Görsel-3); güneyindeki Aziz Haralambos kiliseciğinin duvarından kuzeye doğru yaklaşık olarak 20 metre uzunluğuna sahiptir (Görsel-4).

Narteksi örten tonozun destek kemerleri, kare kesitli sekiz adet taşıyıcı üzerine oturmaktadır. Zemine doğrudan oturtulan bu taşıyıcıların başlıklarını, iki kademedan oluşan silmeler, çepeçevre dönmektedir. Taşıyıcılardaki açılmaları önlemek amacıyla, destek kemerlerinin alt bitiş noktalarından karşılıklı olarak, tonoz gergileri uzatılmıştır. Bu tonoz gergilerinin uçları Aziz Haralambos şapelinin cephesinde kullanılan gergilerde farklı olarak duvar içine gizlenmiştir. Kemerlerin ve taşıyıcıların iç yüzlerinde bulunan kare biçimli oyuntular, ahşap ya da metal gereç kullanılarak üretilmiş strüktürlerin bu boşluklara sabitlendiğini göstermektedir. Bu izlerden yola çıkılarak, çoğu kilisede bugün de karşılaştığımız üzere; narteks bölümünün bir zamanlar, kapalı bir oylum (mekan) olduğu öne sürülebilir. Benzer biçimde narteksin duvarlarında da oyuntular bulunmakta, bu izler de yapının kullanıldığı dönemde bu taş olan yüzeyler üzerinde çeşitli ikonaların sergilenebilmesi için ahşap yüzeyler ya da konstrüksiyonlar

oluşturulduğunu düşündürmektedir. Taş kaplı olan gerçek zemin kaplamasında yapının temelinin havalandırılması için gerekli olan bir adet boşluk bulunmakta ve bu boşluğun üzeri perçin kullanılarak dövme demirden yapılmış parmaklık bulunmaktadır (Ek-1).



Görsel 3: Narteksten güney yönüne doğru bakış
(Bülent Ayberk ve Komd.Tug.K..ılığ Foto Film Merkezi – 2019)



Görsel 4: Narteks'ten kuzey yönüne bakış
(Bülent Ayberk ve Komd.Tug.K..ılığ Foto Film Merkezi – 2019)

Beşik tonozun altında, çatı örtüsünün koruyuculuğunu kaybetmesi nedeniyle yağmur sularının oluşturduğu yoğun bir tuz kristalleşmesi görülmektedir. Bu durum buradaki taşların dokusunu

ve rengini yitirmesine neden olmuştur. Beşik tonozun kuzey tarafında havalandırma bacaları bulunmakta (Ek-2) ve narteks bölümünün çatısına dışarıdan bakıldığında bu menfezleri çevreleyen kare biçimli bacalar görülebilmektedir (Ek-3). Giriş kapısının üzerinde iki adet mermer yazıt bulunmaktadır (Görsel-5).



Görsel 5: Kilisenin ana giriş kapısı (Bülent Ayberk ve Komd.Tug.K..ılığ Foto Film Merkezi – 2019)

Yapının madeni kapısı, orijinal hali ile günümüze kadar bozulmadan ulaşmıştır. Yapıldığı dönemin tüm üretim ayrıntılarını üzerinde taşıyan kapının (Görsel-6), yüzeyini kaplayan dövülerek biçimlendirilen sac, dört adet yatay parçadan oluşmaktadır. Bu sacı, kapının ahşap iç yapısına bağlayan kare başlı dövme demir çiviler, yüzeyde görülmektedir. Kapının ön yüzünde perçinlenmiş durumda dekoratif kilit ağzı bulunmaktadır. Sac, kapının köşelerinde kıvrılarak, kapının cumbalarını da kaplamaktadır (Ek-4). Kapının arka yüzünde ahşap latalar görülmektedir. Burada dövme sacla yüzeyi bezenen çift dilli kilit bulunmaktadır. Kilit, çalışır durumdadır ve yapının güvenliğinin sağlanması için var olan bu kilit kullanılmaktadır (Ek-5).



Görsel-6

(Bülent Ayberk ve Komd.Tug.K..ılığı Foto Film Merkezi – 2019)

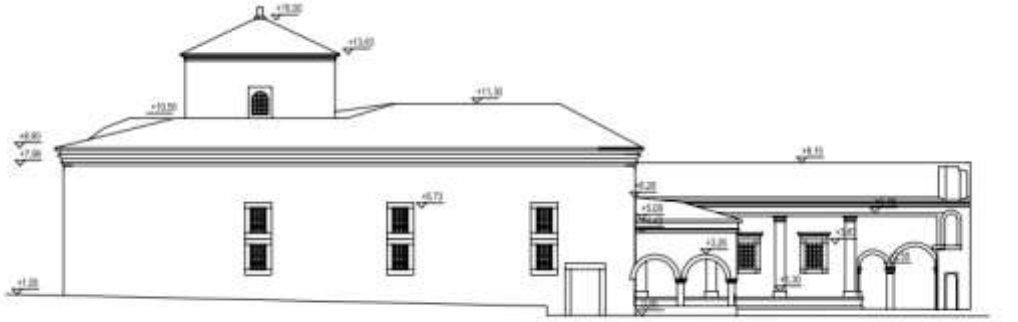
Batıdaki giriş kapısından naosa girilmekte ve genelde kiliselerde giriş kapısının üzerinde yer alan galeri katı burada bulunmamaktadır. Kilisenin kuzey ve güney cephelerinde iki giriş daha yer almakta, kuzeyde bulunan bu giriş kapısının üzerinde bir yazıt daha (Görsel-7) bulunmaktadır.



Görsel-7: Kilisenin kuzey cephesindeki giriş kapısı ve üzerinde bulunan yazıt

(Bülent Ayberk ve Komd.Tug.K..ılığı Foto Film Merkezi – 2019)

Vaftizci Yahya kilisesinin güney batı köşesine 1840 yılında Aziz Haralambos Kiliseciği yapılmıştır. Her iki yapı arasında üslup farkı kolaylıkla ayırt edilebilmektedir (Şekil-2). 19. yüzyılın sonlarına doğru, Kayseri kiliselerinde Batılı üslubun etkileri gözlemlenmeye başlamakta; bu nedenle klasik canlandırma üslubunun, baskın olduğu kilise cepheleri görülmekle birlikte Kayseri kiliseleri, çoğunlukla bezemenin iç oylumda yoğunlaştığı, dış cephenin ise yalın bir görünüme sahip olduğu yapılardır (Açıkgöz ve Ahunbay, sf 34, 2008). Çan kulesinin kalıntılarının Aziz Haralambos Şapelinin yapının kuzey batı bölümünde olması ve bu yapının manastır kilisesine bitişik olması nedeniyle şapele burada yer verilmiştir.



Şekil-2:Yapının kuzey cephesinin görünümü (Açıkgöz, 2007)

Buraya 1864 yılında Zincidereli Uzun Kosmo tarafından 13 metre yüksekliğine 78 cm genişliğinde bir kütleyle sahip olan bir çan kulesi yapılmıştır (Görsel-8), (Ek-6). Kulede bulunan çanın İzmir'den getirildiği söylenmektedir (Özbek ve Arslan, sf.1208, 2008). Günümüzde bu çan kulesine ait beden duvarının yaklaşık olarak 1 metre yüksekliğinde bir bölümü kalmıştır (Görsel-9).



Görsel-8: Çan kulesinin 1959 yılına ait görünümü
(Açıkgöz, 2007)



Görsel-9: Çan kulesinin kalıntıları

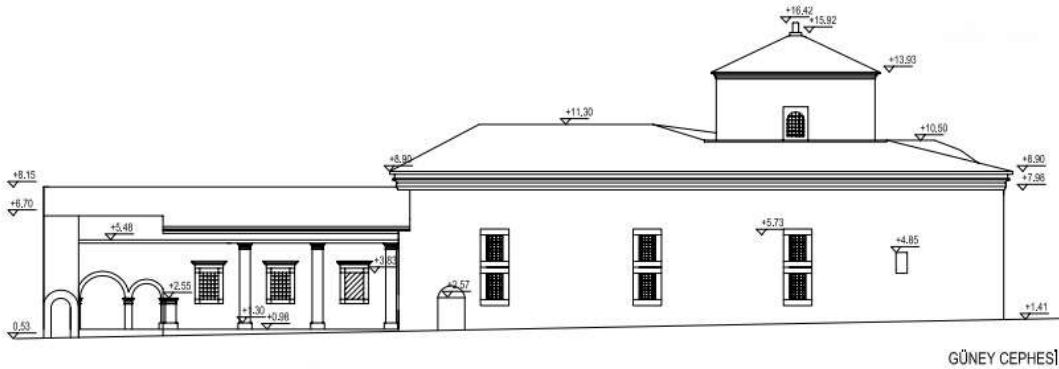
(Bülent Ayberk ve Komd.Tug.K..ılığı Foto Film Merkezi – 2019)

Kiliseciğin batı cephesinde önceden var olan orta giriş kapısının örülerek kapatıldığı görülmektedir (Ek-7). Ayrıca bu cephede bulunan diğer dikdörtgen biçimli pencere açıklığını, biçimsel olarak yapıdaki diğer pencerelerin üslubundan farklı olması; sonradan gereksinimler doğrultusunda açıldığını düşündürmektedir (Görsel-10). Öte yandan şapelin iç mekanından bu pencere incelendiğinde kuzey cephesinden güney cephesi duvarına kadar uzanan gergi lama demirinin iç mekanda bu pencerenin önünden kesintiye uğramadan geçtiği görülmektedir (Görsel-27). Ancak güney cephesindeki gergi demirinin dışarıya çıktığı noktada bulunan taşlardaki malzeme kaybı, burada amaçlanan dayanımı azaltacak duruma ulaşmıştır.



Görsel 10: Aziz Haralambos şapeli batı ve güney cephesinin görünümü
(Bülent Ayberk ve Komd.Tug.K..ılığı Foto Film Merkezi – 2019)

Kiliseciğin (Şapelin) güney batı köşesinde, burada daha önceden var olan bir yapının günümüzde yalnızca izleri görülmektedir (Görsel-10), (Şekil-3). Ancak eski fotoğraflar yardımıyla, bu yapının görünümü hakkında bilgi edinilebilmektedir.



Şekil-3: Vaftizci Yahya Kilisesi ve Aziz Haralambos şapelinin güney cephesinin görünümü
(Açıkgöz, 2007)

Günümüzde var olmayan bu yapı, çatıyı çevreleyen parapet duvarının en üst kotundan başlamaktadır. Yapıya ilişkin eski tarihli görsellere (Görsel-8), (Ek-6) bakıldığında; bu yapının doğu cephesinde üç adet kemere sahip olduğu görülmektedir. Günümüzde kiliseciğin güney cephesinde ilk kemerin başladığı bingiler (Görsel-11) görülebilmektedir.

Bugün bu cephede bulunan kemerlerin arasını kapatan ahşap doğramaların; zemine, sonradan örüldüğü görülebilen taş sekinin üzerine oturtulduğu, taşların dokusundan ve renk farklılığından anlaşılabilir. Vaftizci Yahya Kilisesinin ve Aziz Haralambos şapelinin tüm cephelerinde derz açılmaları ve derz boşalmaları görülmekle birlikte şapelin özellikle batı ve güney duvarlarında, bu olumsuzluk çok daha dikkat çekici bir boyuta ulaştığı gözlemlenmektedir.



Görsel-11: Şapelin güney duvarında bulunan, kemerlerin üzerine oturduğu bingiler
(Bülent Ayberk ve Komd.Tug.K..ılığ Foto Film Merkezi – 2019)

Kiliseciğin güney cephesinde biri kör yüzey halinde olmak üzere üç adet pencere açıklığı bulunmakta iken; (Şekil-3), doğu cephesinde ise bir adet pencere yer almaktadır (Görsel-12). Yapının cephesinde, tonoz gergilerini destekleyen (Ek-8) ve ayrıca yapıyı köşelerden güçlendirmek amacıyla yararlanılan ‘kuşaklama’ denilen yöntemin (Vardar, sf.12, 1994) uygulanması amacıyla kullanılan ucu lokmalı gergi demirleri ve bunların içinden dikey olarak geçerek, gergiyi duvara sabitleyen kılıç demirleri dikkat çekmektedir (Ek-9). Beşik çatının hemen altında ise bir adet oval aydınlık penceresi bulunmaktadır. Burada güneşi ve ışınlarını betimleyen merkezi düzenlemeye sahip bir demir şebeke yer almaktadır (Ek-10).

İoannes Prodromos Kilisesi’nin -daha önce güney cephesinde bulunduğu belirtilen, kemerli giriş kapısı da buradan görülebilmektedir.



Görsel-12: Aziz Haralambos şapelinin doğu cephesi
(Bülent Ayberk ve Komd.Tug.K..ılığı Foto Film Merkezi – 2019)

Yapının doğu ve cephesindeki pencerelerin üzerinde diğer cephelerde kullanılanlardan farklı olarak hafifletme kemerleri bulunmaktadır. Tüm yapının cephesi boyunca saçığın ve silmenin altında konumlanan gri tonda, hatılı belirten bir taş dizisi dönmektedir.

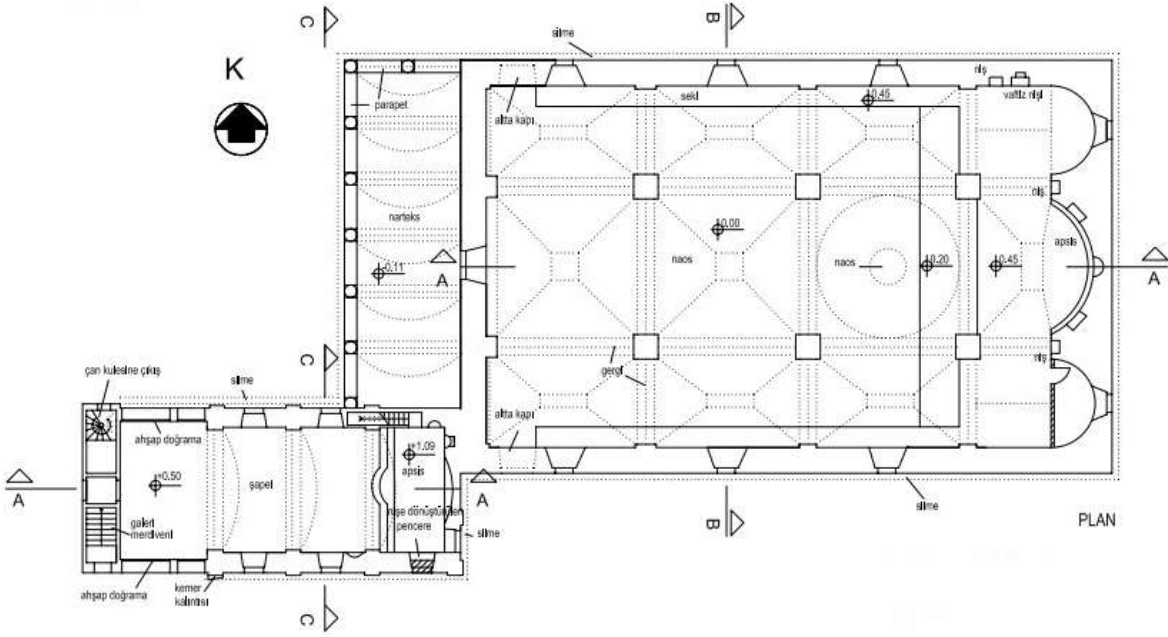
Her iki yapıda da çatı örtüsünü taşların arasından yağmur ya da kar sularının sızmasını önlemek amacıyla yapı kimyasalı kullanılarak önlem alınmıştır. Kilisenin saçak altında ve özellikle çatıda yoğun bitkilenme görülmektedir (Görsel-13). Yapı için tehlikeli olan bu türden bir oluşumda; bitkilerin kökleri taş örgüsü içine girerek, burada mekanik çatlaklara ve kopmalara neden olmakta aynı zamanda ortamı nemli tutarak diğer bozunma türlerini de hızlandırmaktadır (Ali, D.Ö., Dal, M. Sf. 116, 2012).



Görsel-13: Vaftizci Yahya Kilisesinin güney ve doğu cephelerinin görünümü
(Bülent Ayberk ve Komd.Tug.K.ılığı Foto Film Merkezi – 2018)

3.1.2. Naos

Naos, kuzey ve güney tarafında sıralanan üçer adet taşıyıcılar dizisi ile yan neflerden ayrılmaktadır. Orta nefin doğu yönüne doğru olan ikinci ve üçüncü ayaklar arasında pandantifler üzerine oturtulan kasnaklı bir kubbe bulunmakta iken; diğer bölümlerde aynalı tonozlar kullanılarak, üst örtü oluşturulmuştur (Şekil-4). Yapının üst örtüsünü taşıyan kemerler kare kesitli taşıyıcı sütunlar üzerine oturmaktadır. 19. yüzyıl Kayseri kiliselerinin çoğunda, yan nefler beşik tonoz, orta nefin bemanın önündeki birimi kubbe ile örtülmüştür. Darsiyak Kilisesi tamamen, Talas Taksiarhis ve Zincidere Manastır Kiliselerinde ise yan nefler aynalı tonoz örtülüdür (Açıkgöz, Ahunbay, sf. 32, 2008). Ancak, Vaftizci Yahya Kilisesi'nin kasnaklı kubbesi, kendisini dış cephede saran duvarlarla bölgedeki diğer kiliselerden farklılaşmaktadır (Açıkgöz, sf. 153, 2007).



Şekil-4: Vaftizci Yahya Kilisesinin ve Aziz Haralambos şapelinin plan kesitleri
(Açıkgöz, 2007)

Naosun (Görsel-14) doğu tarafında, iki basamakla çıkılan, bir zamanlar ikonastasion'un¹⁶ bulunduğu bema, ana apsis ve kuzey apsis ve güney apsis bulunmaktadır. Doğu duvarının içine yarım daire olarak yapılmış olan ana apsis, dış cephede, düz duvar olarak bırakılmıştır (Görsel-15). Apsis din adamlarının oturması için yapılan bir synthronona ve katedra¹⁷ya sahiptir; (Görsel-16) Ayrıca ana apsisin üzerine örten yarım kubbe, üst örtüde bir ara kesitte aynalı tonoz ile birleşmektedir. Güney apsis, sonradan yapılan bir duvar ile kapatılmıştır (Şekil-4), (Ek-11). Bunun nedeni büyük olasılıkla, sonradan yeniden işlevlendirilen bu mekanda¹⁸ yeni

16 İkonastasion: Ortodoks kiliselerinde ikonlar, "İkonastasis" üzerinde yer alır. İkonastastis, Tanrı'nın konutu olarak bilinen ana sunak (Bema) ile cemaatin toplandığı sahını birbirinden ayıran bir bölmedir. İkonastastis, maddi dünya ile tinsel alem arasında bir set olmayıp, her iki alem arasındaki sınırı simgeleyen bir niteliğe sahiptir. İkonalarla kaplı olan ikonastastisin üç kapısı olup, bu kapılar, yeryüzü krallığı ile göksel krallık arasındaki sınırdan bulduklarından, yeryüzünden gökyüzü krallığını geçişi de temsil ederler (Akkaya, 115, 2014).

17 Apsiste, din adamlarının oturması için yapılan basamakların en üstündeki koltuk (Acara, sf. 189, 1998)

18 Kilisenin iç oylumu komandalara hizmet vermesi amacıyla bir dönem astsubay yetiştirme yurdunun yemekhanesi olarak kullanıldığı 2018 yılında buraya yapılan ziyaret sırasında kendileri ile konuşulan subaylar tarafından belirtilmiştir. Kilisenin narteks duvarı üzerinde yer alan açıklama plaketine; 1955 yılında yapının, seferi gereç deposu olarak kullanıldığı; 1972 yılında hava indirme tugayının General Vecihi Akın Kışlasına

gereksinimlere uygun bir alan yaratmak olmalıdır. Buradan içeriye girildiğinde yapısal bir müdahale görülmemekle birlikte içeride yer alan aydınlık penceresinin bulunduğu doğu duvarından sonradan örülen bu duvara doğru üç adet yuvarlak gövdeli kalasın uzatılarak, desteklendiği görülmektedir (Ek-13).

Kare kesitli bu taşıyıcıların, kemerlerle birleştiği üst bölümündeki silme kuşakları ve taşıyıcıların köşelerine dekoratif amaçla yapılmış bulunan zemine kadar inen köşebentler, ahşap latalar kullanılarak, oluşturulmuş ve üstlerine sıva çekilmiştir. Bu biçim verme tekniği beden duvarlarında bulunan pilastrlarda da kullanılmıştır. Zemine yakın bölümde dökülen sıvalar nedeniyle bu ahşap latalar görülebilmektedir. Güney taraftaki yan nefte bulunan ikinci taşıyıcının kuzey tarafı ve tam karşısında bulunan pilastrda bu profillerin koptuğu görülmekle (Ek-14) birlikte bemaya en yakın konumda bulunan güney taraftaki taşıyıcı da bu dekoratif öge, orijinal biçimi ile görülmektedir (Görsel-14).



Görsel-14 Ana nefin ve apsisin görünümü

(Bülent Ayberk ve Komd.Tug.K..ılığ Foto Film Merkezi – 2019)

taşınmasının ardından yapının, levazım deposu işlevi gördüğü belirtilmektedir. 2002 yılına gelindiğinde ise; bu depoların boşaltılarak restorasyon çalışmalarının başlatıldığı belirtilmektedir. Öte yandan Açıkgöz'ün 2007 tarihli tezinde yer alan bir görsel, bu oylumun sergileme amacıyla kullanıldığını göstermektedir (Ek-12). Açıkgöz ve Ahunbay tarafından 2008 yılında kaleme alınan bir makalede ise bu oylumun askeriye'nin toplantı salonu olarak kullanıldığından söz etmektedir (sf 35, 2008).

Kubbede dört adet aydınlık penceresi ve aralarına da yüzeylerinde dini betimlerin olduğu anlaşılan kör yüzeyler yerleştirilmiştir (Görsel-16). Bu sahte kubbe, yukarıda da değinildiği üzere; yalnızca iç mekandan görülebilmektedir; Kayseri’deki bütünlükleri fazla bozulmadan bugüne ulaşan kiliseler ve günümüzde artık varolmayan kiliselerin eski fotoğraflarına bakıldığında, kubbelerin çoğunun yüksek kasnaklı olarak yapıldığı görülmektedir (Açıkgöz, Ahunbay, sf. 32, 2008). Bu kilisede de kullanılan bu yüksek kasnaklı kubbe, cephede kare bir plana sahip, piramit bir çatı ile örtülü olan bir kulenin içinde yer almaktadır (Görsel-15).



Görsel-15: Kasnaklı kubbeyi çevreleyen aydınlık kulesi
(Bülent Ayberk ve Komd.Tug.K..ılığ Foto Film Merkezi – 2019)

Kubbenin merkezinde Pantokrator İsa¹⁹ betimi yer alırken; kubbe kasnağında özellikle doğu tarafındaki aydınlık penceresinin tam altında bir figür bulunduğu görülmektedir (Görsel-16). Ayrıca kasnağın iç yüzeyine başka figürlerin de çizilmiş durumdadır. Kaynaklarda kubbe kasnağında Meryem ve havarilerin betimlendiği belirtilmektedir (Özbek ve Arslan, sf.1208, 2008). Açıkgöz’ün de belirttiği üzere bu Ortodoks ikonografisine ait olan figürler, kiremit renkli zemin üzerine daha çok koyu tonlar kullanılarak betimlenmiştir (Açıkgöz, sf. 107, 2007). Öte

19 Pantokrator: Hz. İsa’nın bir sıfatı olarak Pantokrator sözcüğüne, Yeni Ahit’in Grekçe ana metninde rastlanmaktadır (Korinthos’lulara İkinci Mektup 6;18). Pantokrator, Yahya İncili’nde (Yahya 10; 30-38,12;45) ve Koleselilere Mektup’ta (1;5) geçtiği üzere, insan gözleri tarafından görülmemesi gereken, Baba’nın Oğul ile bir görünüş halinde birleştirilmesinden; kısacası, “Baba’nın tahtında oturan dünya hakimi” düşüncesinden ortaya çıkmıştır (Yener, sf.76, 2015).

yandan bu figürler çok belirsiz olmakla beraber, tamamen kaybolmamış; var olan bazı betimler, dikkatli bakıldığında algılanabilmektedir (Ek-15).



Görsel-16: Kasnaklı kubbenin ve Pantokrator İsa betiminin görünümü
(Bülent Ayberk ve Komd.Tug.K..ılığ Foto Film Merkezi – 2019)

Kasnaklı kubbenin dışında, bir diğer strüktürel üst örtü birimi olan aynalı tonozların kaplamalarının büyük ölçüde dökülmüş olması nedeniyle, yapımında kullanılan taşların dizilim biçimi görülebilir duruma gelmiştir (Görsel-17). Bununla birlikte görece iyi durumunu korumuş olan tonozların üzerinde kullanılan bezemeler, bu strüktürel örtünün nasıl bezendiği ilgili fikir vermektedir. İki tonozun ayna bölümüne, porfir taş dokusu olabileceği düşünülen bezemeler ve ortasında bulunan bitkisel desen görülebilmektedir (Görsel-18).



Görsel-17: Aynalı tonozun kaplamasında gözlemlenen dökülme
(Bülent Ayberk ve Komd.Tug.K..ılığ Foto Film Merkezi – 2019)

Tonozların, kemerlerle birleştiği etek bölümünde iki kademeli silme kuşakları, dört yüzeyi de dönmektedir. Yapıda tonozların ve kubbedeki yüzeyler üzerinde renkler bulunmakta iken; diğer tüm taşıyıcılar beyaz renk ile boyalıdır. İç duvarlardaki boya dökülmesi sonucunda ortaya çıkan bu bezemeler, duvarların sonradan boyandığını göstermektedir. Öte yandan bu yapısal öğelerde yoğun bir yosunlaşma görülmektedir.



Görsel-18

(Bülent Ayberk ve Komd.Tug.K..ılığ Foto Film Merkezi – 2019)

Kuzey ve güney duvarlarında taşıyıcı kemerler, iç mekanda fark edilebilecek biçimde öne çıkarılırken; dış cepheden görülememektedir (Ek-16). Her bir kemerin içinde üstüste konumlandırılmış pencereler ve aydınlık pencereleri yer almaktadır Bu pencerelerin çevresinde mavi renk kullanılarak yapılmış sıva üstü kalem işi bitkisel motif şeritleri nadiren günümüze kadar gelebilmiştir ve bugün görebildiklerimiz iç mekanda kullanılan bezemeler üzerine fikir vermektedir (Görsel-19).



Görsel-19: Kemerli pencerenin çevresini süsleyen sıvaüstü kalemişi bezemeler
(Bülent Ayberk ve Komd.Tug.K..ılığ Foto Film Merkezi – 2019)

Kilisenin, sal taşından yapılmış döşemeleri günümüze kadar gelebilmiştir (Görsel-20). Bölge kiliseleri için örnek olarak görülen bu zemin döşemesinde (Açıkgöz, sf.106, 2007), zeminden gelen nem nedeniyle bölgesel olarak oluşmuş renk değişimleri ve tuz kristalleşmesi gözlemlenmektedir.

Öte yandan bir dönem askeri yemekhane olarak kullanılan oylumun ısıtılması için duvarlara kalorifer boruları döşenmiş ve ısıtıcılar, bağlantı öğeleri aracılığı ile duvarlara yerleştirilmiştir.



Görsel-20: Zeminde kullanılan doğal taşa görülen renk değişimleri ve ısıtma donanımı
(Bülent Ayberk ve Komd.Tug.K..ılığı Foto Film Merkezi – 2019)

3.2. Aziz Haralambos Kiliseciği (Şapeli) İç Mekanı

Şapelin tek nefli dikdörtgen planı, (Şekil-4) Bizans döneminden itibaren sıklıkla kullanılan bir plan türü olup; çoğunlukla şapellerde veya büyük boyutlu kiliselere eklenen paraklessionlarda tercih edilen bir plan tipidir. Anadolu'daki çoğunlukla ufak boyutlu kiliselerde tercih edilmiştir. Bu planın²⁰ bir örneği de Aziz Haralambos²¹ Kilisesi'dir (Mimiroğlu, sf. 159, 2019).

Bu şapelin Vaftizci Yahya Kilisesi ile olan üslup farkı, hemen farkedilmektedir. Bunun başlıca nedeni bu şapelin yapıldığı dönemdir. 19. yüzyılın sonlarına doğru, Kayseri kiliselerinde yerel üslupların azaldığı ve yapıların Batılı karaktere büründüğü izlenmektedir. Bu gelişim, en olgun

20 Niğde'de bulunan Uluğaç Kilise 2 ile Tırhan Kilise 1'de de benzer planın uygulandığı görülmektedir. Tek nefli dikdörtgen planlı kiliselerden Konya'daki tek örnek Sille'deki Tepe Şapeli'dir. Ayrıca Karadeniz Bölgesi'ndeki Tirebolu Panagia Kilisesi, Yolağzı Kilisesi, Sümela St. Barbara Şapeli, Fandak Köyü Kilisesi'nde de bu plan tipinin uygulandığı görülmektedir (Mimiroğlu, sf 159, 2019).

21 Anadolu'da Manisa'da yaşamış ve Piskoposluk yapmış olan Aziz Haralambos, Roma İmparatoru Septimus Severus'un (M.S. 193-210) kararname üzerine, Hristiyanlara karşı başlattığı zulümler sırasında, inancından vazgeçmediği için hapis edilerek, işkence cezasına çarptırılmış ve kafası kesilerek idam edilmiştir. Özellikle Yunanistan'da halkın gözünde büyük bir üne sahiptir ve saygı ile anılır (Yılmaz, sf, 216, 1993).

halini, gerek bölgedeki yapıların tipolojisinden farklı olan haç planının kullanılmasında ve gerekse klasik canlandırmaların ağırlıklı olduğu cephelerde (Görsel-12), (Ek-8) kendisini göstermeye başlamıştır (Açıkgöz ve Ahunbay, sf. 34, 2008).

Kilisenin Aziz Pandelemion adına yapıldığı ve yeraltında bir ayazması²² olduğu belirtilmektedir. Burada, akıl sağlığı sorunu olan hastaların ve başka türdeki rahatsızlıkları olan kişilerin sağaltımı yapıldığı bilinmektedir (Özbek ve Arslan, sf 1208, 2008). Manastırın bulunduğu yerleşke, Türk Silahlı Kuvvetlerinin yetki alanına girene kadar; buranın sağaltım amaçlı olarak kullanıldığı ve Kayseri dışından da getirilen akıl hastalarının bir gece yeraltındaki bu odada bekletilerek iyileştirilmelerinin amaçlandığı belirtilmektedir (Yüksel, 23, 2020). Yapı günümüzde kütüphane olarak kullanılmaktadır.



Görsel-21: Tek nefli şapelin doğu duvarına doğru bakış
(Bülent Ayberk ve Komd.Tug.K..ılığ Foto Film Merkezi – 2019)

Tek nefli olan şapelde beşik tonoz örtü kullanılmıştır (Görsel-21). Destek kemerleri klasik bir üsluptaki başlık taşıyan pilastr başlıklarının üzerine oturmakta bu başlıkların hemen üstünden,

²² Ayazmalar (hagiasma), kutsal kabul edilen ve şifalı olduğuna inanılan ya da sonradan kutsanan su kaynakları üzerine inşa edilmiş yapılardır. Genellikle bir kiliseyle birlikte inşa edilmiş yapılar olmakla birlikte, bağımsız olarak planlanmış örnekleri de bulunmaktadır. Küçük boyutlu ve basit planlı yapılardır. Kaynak suyunun kullanımı için yapılmış havuz ya da tekne mekânın ana öğesidir (Öztaşkın, sf.301, 2020).

karşı duvara doğru uzanan tonoz gergileri bulunmaktadır. Bu gergilerin kılıç demirleri yapının cephesinden görülmektedir (Ek-8),(Ek-9). Destek kemerlerinin ortasındaki kilit taşları öne çıkarılarak, belirgin hale getirilmiştir. İç oylumda tonoz bugün beyaz boya ile örtülü iken iç duvarlarda taş kaplamasının kendi dokusu görülmektedir (Görsel-22). Doğu duvarındaki apsisin hemen üzerinde oval bir aydınlık penceresi bulunmaktadır. Bu duvarda bulunan apsisin genişliği duvar içerisinde kalmakta; dış cephede görülmemektedir (Görsel-12) Bemaya üç basamakla çıkılmaktadır (Ek-17). Bemanın kuzey tarafındaki duvarda bulunan kapıdan merdiven ile yukarıda bulunan bugün depo olarak kullanılan mekana çıkılmaktadır (Görsel-23). Bu merdiven de duvar kalınlığı içine yerleştirilmiş, iç mekandan merdivenin kullanımı için ek alan alınmamıştır.



Görsel-22 (Bülent Ayberk ve Komd.Tug.K..ılığ Foto Film Merkezi – 2019)



Görsel-23 (Bülent Ayberk ve Komd.Tug.K..ılığ Foto Film Merkezi – 2019)

Şapelin Batı yönünde bir galeri (Görsel-24), ve hemen altında tam ortada bir adet kapı bulunmaktadır. Bu kapıdan galerinin altındaki orta mekana geçilmektedir. Buradan güneydeki galeriye, kuzeydeki ise çan kulesine ve çatıya çıkışı sağlamaktadır²³ (Görsel-25).



Görsel-24: Şapelin Batı Yönüne Doğru Bakış

(Görsel, Koruma Bölge Kurulu'nun 19.10.2017 tarihli Tescil Fişi'nden alınmıştır.)

23 Burada söz edilen galerinin altındaki mekanlara girilmediği için buraya ilişkin tanımlamalar, Kayseri Kültür Varlıklarını Koruma Bölge Kurulunun 19.10.2017 tarih 2896 sayılı kararı ile tescil ettiğini belgeleyen tescil fişindeki anlatımdan yararlanılmıştır.



Görsel-25 (Bülent Ayberk ve Komd.Tug.K..ılığı Foto Film Merkezi – 2019)

İç mekanda yapının güney cephesinde depoya çıkan bir merdiven bulunmaktadır. Duvar kalınlığının içine yerleştirilen bu merdiven, pencerelerdeki içinde yer aldığı kemerlerin zemine kadar indirilmesi ile oluşturulmuştur (Görsel-26). Buradan, yukarı bulunan ve bugün depo olarak kullanılan oyluma taş basamaklar ile çıkılmaktadır (Ek-18). Bu deponun içine aydınlığın ulaşabilmesi için tonoz eteğinde, şapeli giriş kapısının üzerinde bir adet pencere açıklığı bulunmaktadır (Görsel-27).



Görsel-26 (Bülent Ayberk ve Komd.Tug.K..ılığı Foto Film Merkezi – 2019)



Görsel-27 (Bülent Ayberk ve Komd.Tug.K..ılığı Foto Film Merkezi – 2019)

4.DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Milli Mücadele Döneminde Anadolu'nun Yunanistan tarafından işgal edilmesi, Anadolu'da yerleşik Türk soylu Ortodokslar arasında büyük bir rahatsızlık oluşturmuş ve kendilerine biçilmek istenen Rum kimliğine karşı çıkmışlardır Bu süreç içerisinde Papa Eftim'in ortaya çıkması, Yunanistan'ın ve Fener Patrikhanesi'nin Anadolu coğrafyasındaki tüm Ortodoksları kendi bağılısı gibi gören anlayışa büyük bir darbe vurmuştur. Ancak bir yandan da unutmamak gerekir ki, uzun yıllardan beri Türk Ortodokslarının bağımsız bir kilise kurma istemleri ve bu konuda Osmanlı Hükümetine yaptıkları girişimler, aslında Papa Eftim'in kişiliğinde somutlaşan bu savaşımın uzun yıllara yayılan bir süreç içinde kökleşmiş toplumsal alt yapısını oluşturmaktadır. Papa Eftim'in hem Kayseri Kurultayı öncesinde hem de Türk Ortodoks Patrikhanesinin kurulmasının ardından yazdığı ve büyük etki uyandıran bildiriler ve ortaya koyduğu tavır, bugün dikkatle izlemesi ve okunması gereken; önemli, varsıl bir birikim olarak karşımıza çıkarmaktadır.

Türk Ortodokslar, konum olarak çok anlamlı bir noktada düzenledikleri kurultay ile bağımsız kilise için adımlarını atmışlardır. Kurultay süresince yayınlanan "Anadolu'da Ortodoksluk Sadası" gazetesi, hem kurultayda alınan kararları ve görüşleri yansıtırken; aynı zamanda Batı hristiyan dünyasında gündeme getirilen, Türklerin Anadolu'daki hıristiyan topluluklara zulüm ettiği yönünde asılsız görüşlere yanıt vermiştir. Öte yandan, gazete, Türk Ortodokslarının, Mustafa Kemal Paşa önderliğinde yürütülen Türk ulusal savaşımına (mücadelesine) olan

inançlarını ve desteklerini göstermek bakımından önemi bir propaganda aracı olarak, işlev görmüştür. Lozan antlaşmasının ardından gerçekleşen mübadele, bu yurtsever topluluğun Anadolu topraklarını terk etmesine neden olmuş; böylece hem Türk dünyası hem de Anadolu coğrafyasının varıl kültürü önemli bir topluluğu yitirmiştir.

Türk Ortodokslarının torunlarının, ataları tarafından ulusal bir kilisenin temellerinin attıkları bu yapıyı, sonraki yıllarda ziyaret etmiş olmaları, bu kilisenin ne denli önemli bir simge olduğunu göstermektedir.

Türk tarihi açısından çok önemli olan bu kurultayın düzenlendiği Zincidere Manastır yerleşkesinden günümüzde çok az sayıda yapı ulaşmıştır. Bunlardan biri de Vaftizci Yahya Manastır Kilisesi ve Aziz Haralambos Şapelidir. Günümüzde manastır kilisesi ve şapel, I. Komando Tugayı'nın sınırları içinde yer almaktadır. Bu nedenle bu yapıların, Kayseri sınırları içerisinde bulunan; yıkılan ve sonradan zarar gören çoğu kilise yapısından daha avantajlı bir konumda olduğu rahatlıkla söylenebilir. Her ne kadar zaman içinde farklı gereksinimler için kullanılmış ise de; bu süreç içinde yapıyı bozacak hiçbir yapısal bir müdahalede bulunulmadığı da görülmektedir. 2002 yılında başlanan restorasyon süreci nedeniyle boşaltılan kilisenin ilk durumuna ait yapısal ayrıntılar, günümüze kadar ulaşmıştır.

Eski yapıların zamanla işlevlerini ve kullanıcılarını yitirmiş olması korunmalarındaki en önemli sorunlardan biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu nedenle böyle yapıların korunmasındaki en önemli etken, yapıyı bozacak eklentiler ve müdahaleler yapılmadan yeni işlevler ile yaşatılmalarıdır. Bu bağlam içinde değerlendirildiğinde; kilise, günümüzde TSK mülkiyetinde bulunması nedeniyle ilk durumunu korumuştur. Ancak yapısal bazı sorunların varlığını sürdürmekte olduğu da gözlemlenmektedir. Hem İoannes Prodromos manastır kilisesine hem de Aziz Haralambos Kilisesi'nin cephelerinde ve çatı örtüsünde yoğun bir bitkilenme olduğu görülmektedir. Bu durum özellikle doğal taşlarla kullanılarak yapılmış olan çatı örtüsünde ve saçak altındaki silmelerde yoğunlaşmakla birlikte cepheyi oluşturan doğal taşların derzlerinde az görülmektedir. Her iki yapının tüm cephelerinde ve kilisenin narteks bölümünün örten beşik tonozda yoğun tuz kristalleşmesi sorunu dikkat çekmektedir. İç mekanda, kemerlerde ve aynalı tonozlarda yosunlaşma görülmektedir. Bu durum yapının taşıyıcı öğelerine zarar vermekte olduğu gibi aynı zamanda bir zamanlar iç mekanı süsleyen bezemelerin ve ikonografik betimlemeler zamanla kaybolmasına neden olmuştur. Ancak çok az kalan bu bezemelerden yapılan çıkarım ile kilise iç mekanında kullanılan bezemeler üzerine biraz olsun fikir sahibi

olunabilmektedir. Elde kalan bu örneklerin korunması için en azından üstlerine akrilik gereçle bir koruma yüzeyi oluşturulmalıdır. Yapıt, önemli bir dini mimarlık örneği olarak bütünüyle korunmalı ve olanak olduğu ölçüde kültürel amaçlar için kullanılmalıdır.

Dünyanın pek çok coğrafyasına yayılmış Türk topluluklarının farklı dinleri benimsemiş oldukları bilinmektedir. Litvanya'nın Trakai kentinde ve Kırım'da varlıklarını sürdüren Museviliğin Karailik mezhebini benimsemiş olan Karay Türkleri ve Moldova-Gagauz Özerk Cumhuriyeti başta olmak üzere, Kreşin Tatarları ve Çuvaşlar gibi Ortodoks mezhebinden hristiyan Türkler, Türk dünyasının toplumsal ve kültürel varlığı içinde yerlerini almaktadırlar. Hıristiyanlığı benimsemiş Türk topluluklarının özelinde konuşmak gerekirse; bu topluluklar ya Fener Rum Patrikhanesine ya da Moskova Patrikhanesine bağlıdırlar. Türk basınında ülkemize karşı Yunanistan ve Rusya tarafından gerçekleştirilmeye çalışılan Ortodoks kuşatmadan sürekli söz edilmektedir. Bugün Karaköy'de konumu bulunan Türk Ortodoks Patrikhanesi'nin bu coğrafyalardaki Ortodoks Türkler üzerinde egemen konuma gelmesi Türk dünyasını kısır çekişmelerin içinde bölünmekten koruyacağı gibi, ülkemizi daha güçlü kılacaktır.

Bu nedenle başta gerçekleştirilmesi gereken girişimlerden biri de, Türk Ortodokslarının geride bıraktıkları taşınmaz kültür varlıklarına sahip çıkmak olacaktır. Vaftizci Yahya Kilisesinin özenle korunması, hatta bir müzeye çevrilerek, Türk tarihindeki önemini vurgulanması hem Türk Ortodokslarının tarihinin unutulmamasını sağlayacak, hem de Papa Eftim'in aziz anısını yüceltmek anlamına gelecektir.

KAYNAKÇA

Acara, M., Bizans Ortodoks Kilisesinde Liturji ve Liturjik Eserler, Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi, 1998

Açıkgöz Ş. G., *Kayseri ve Çevresindeki 19. Yüzyıl Kiliseleri ve Korunmaları İçin Öneriler*, Doktora Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü. İstanbul, 2007.

Açıkgöz Ş. G., Ahunbay, Z., 19. yüzyıl Kayseri Kiliseleri İçin Koruma Önerileri , itüdergisi/a, Eylül, 2008.

Ahmed Cevdet Paşa, *Kıyas-ı Enbiya ve Tevarih-i Hulefa'dan Peygamberler Tarihi*, Çamlıca Kitap, İstanbul, 2012.

- Akkaya, T., *Ortodoks İkonaları*, Arkeoloji ve Sanat Yayınları, İstanbul, 2014.
- Arslan, E., Kurtuluş Savaşında Yunan-Fener Patrikhanesi Birlikteliğine Karşı Örgütlü Bir Yaklaşım Türk Ortodoks Kilisesi, Ankara Üniversitesi Türk İnkılap Tarihi Enstitüsü, Atatürk Yolu Dergisi, 1995
- Atalay, B., Türk Ortodoksların/Karamanlıların Türk Millî Mücadelesine Destekleri ve Maruz Kaldıkları Mübadelenin Türk Kamuoyuna Yansımaları, History Studies International Journal of History, Şubat, 2014
- Balcıoğlu, M. ve Ulsan, Ş., Türk Ortodoksları ve Millî Mücadele Döneminde Türk Ortodoks Patrikhanesinin Kurulması, Askeri Tarih Bülteni, (Tarih belirtilmemiş).
- Balta, E., *Karamanlı Yazınsal Mirasının Ocaklarında Madencilik*, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, 2019.
- Baş, M., *Toplumsal Olgu Olarak İslam, Yahudilik Ve Hıristiyanlıkta Mabet*, Uluslararası Cami Sempozyumu (Sosyo-Kültürel Açından), 539-560, Malatya, 2018
- Benlisoy, F., Benlisoy, S., *Türk Milliyetçiliğinde Katedilmemiş Bir Yol Hristiyan Türkler ve Papa Eftim*, İstos Yayın, İstanbul, 2016.
- Biçici, M., Papa Eftim ve Milli Mücadeledeki Önemi, Gaziantep University Journal of Social Sciences, 2017
- Cihangir, E., *Papa Eftim'in Muhtıraları ve Bağımsız Türk Ortodoks Patrikhanesi*, Turan Yayıncılık, İstanbul, 1996.
- Çetin, E., *Toplum Bütünleşmemizde Bağımsız Türk Ortodoks Patrikhanesi*, Kumsaati Yayınları, İstanbul, 2004
- Ergene, T., *İstiklal Harbinde Türk Ortodoksları*, İ.P. Neşriyat Servisi, İstanbul, 1951.
- Ekincikli, M., *Türk Ortodoksları*, Siyasal Kitabevi, İstanbul, 1998.
- Güllü, R. E., Yunanistan'ın Anadolu İşgali Ve Sonrasında Anglikan Kilisesi İle İstanbul Rum Ortodoks Patrikhanesi Arasındaki İlişkiler (1919-1923), Avrasya İncelemeleri Dergisi, Ekim, 20.10. 2016
- Mert, Ö., *Türk Ortodoksları*, Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi Enstitüsü, İzmir, 2005.
- Mimiroğlu, İ.M., *Datça Hızırşah Kilisesi*, İstam Dergisi, 2019
- Öcal, D. A., Dal. M., *Doğal Taşlardaki Bozunmalar*, Mimarlık Vakfı İktisadi İşletmesi, İstanbul, 2012
- Özbek, Y., Arslan, C., *Kayseri Taşınmaz Kültür Varlıkları Envanteri Cilt: III*, Kayseri Belediyesi Kültür Yayınları, Ankara, 2008.

Özkan, S., *Kayseri’de Türk Ortodoks Kilise Kongresinin Toplanması ve Anadolu’da Ortodoksluk Sadası Gazetesi*, Erciyes Üniversitesi, Kayseri Yöresi Tarih Araştırmaları Merkezi (KAYTAM) Yayını, Kayseri, 2003.

Özkan S., *Anadolu’da Ortodoksluk Sadası*, III. Kayseri ve Yöresi Tarih Sempozyumu, 363-378 Kayseri, 2000.

Öztaşkın G. K., Erken Bizans Dönemi Mimarisinde Az Bilinen Bir Düzenleme: Thalassidionlar, Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 2020.

Pekak, S., Kappadokia Bölgesi Osmanlı Dönemi Kiliseleri: Örnekler, Sorunlar, Öneriler, METU Journal of the Faculty of Architecture, Şubat, 13, 2, 2009.

Şahin, M.S., *Fener Patrikhanesi ve Türkiye*, Ötüken Neşriyat, İstanbul, 1996.

Tükel, U., Arsal, S.Y., *Sözden İmgeye Batı Sanatında İkonografi*, Kabalcı Yayıncılık, İstanbul, 2014.

Vardar, K. F., *İstanbul’da 18. Yy. Osmanlı Mimarisinde Maden İşinin Kullanım Alanları, Teknik ve Süsleme Özellikleri*, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 1994.

Yener, A., *Antalya İkonaları*, Arkeoloji ve Sanat Yayınları, Ankara, 2015.

Yüksel, H., Kayseri’de İlk Matbaanın Hikayesi ve Vaftizci Yahya Kilisesi’nin Kayseri Açısından Önemi, Şehir Kültür Sanat, 2020.

Yılmaz, N., *Ayasofya Müzesi’ndeki İkonalar Kataloğu Cilt II*, Kültür Bakanlığı Yayınları, Ankara, 1993.

URL-1 (Kaynak: <https://tarihiKayseri.blogspot.com/2016/01/1959-da-zinciderede-ki-manastir.html> erişim: 23.01.2021 saat: 22.18)

EK GÖRSELLER



Ek - 1

(Bülent Ayberk ve Komd.Tug.K.ılığı Foto Film Merkezi – 2019)



Ek -2

(Bülent Ayberk ve Komd.Tug.K.ılığı Foto Film Merkezi – 2019)



Ek -3

(Bülent Ayberk ve Komd.Tug.K.ılığı Foto Film Merkezi – 2019)



Ek - 4

(Bülent Ayberk ve Komd.Tug.K.ılığı Foto Film Merkezi – 2019)



Ek - 5

(Bülent Ayberk ve Komd.Tug.K.ılığı Foto Film Merkezi – 2019)



Ek - 6

Aziz Haralambos Kilisesinin Kuzey-Batı Köşesinde Yer Alan Çan Kulesi

(URL-1)



Ek - 7

Aziz Haralambos şapelinin batı cephesindeki sonradan kapatılan giriş kapısı – elips biçimli pencerenin tam altında bulunmaktadır.

(Bülent Ayberk ve Komd.Tug.K.ılığı Foto Film Merkezi – 2019)



Ek - 8

Aziz Haralambos şapelinin cephesindeki klasik üsluptaki öğeler ve lokmal ı gergi demirleri ve kılıç demirleri

(Bülent Ayberk ve Komd.Tug.K.ılığı Foto Film Merkezi – 2019)



Ek - 9

Aziz Haralambos şapelinin cephesinde kullanılan lokmalı gergi demirleri ve kılıç demirleri
(Bülent Ayberk ve Komd.Tug.K.ılığı Foto Film Merkezi – 2019)



Ek - 10

Aziz Haralambos şapelinin doğu duvarında bulunan aydınlık penceresi ve burada kullanılan demir işçiliği
(Bülent Ayberk ve Komd.Tug.K.ılığı Foto Film Merkezi – 2019)



Ek - 11

Güney apsisin sonradan örülen duvarla kapatılarak yeni bir mekan oluşturulması
(Bülent Ayberk ve Komd.Tug.Kılığı Foto Film Merkezi – 2019)



Ek - 12

Vaftizci Yahya Kilisesinin iç mekanın sergileme amaçlı olarak kullanılması
(Açıkgöz, 2007)



Ek - 13

Doğu duvarına yerleştirilerek, ek duvarın sabitlenmesi için kullanılan ağaç destekler
(Bülent Ayberk ve Komd.Tug.K.ılığı Foto Film Merkezi – 2019)



Ek - 14

(Bülent Ayberk ve Komd.Tug.K.ılığı Foto Film Merkezi – 2019)



Ek - 15

Kubbe kasağında bulunan dini figürlere ait betimler, dikkatli bakıldığında görülebilmektedir.

(Bülent Ayberk ve Komd.Tug.K.ılığı Foto Film Merkezi – 2019)



Ek - 16

(Bülent Ayberk ve Komd.Tug.K.ılığı Foto Film Merkezi – 2019)



Ek - 17

Bemaya çıkan basamaklar

(Bülent Ayberk ve Komd.Tug.K.ılığı Foto Film Merkezi – 2019)



Ek - 18

(Bülent Ayberk ve Komd.Tug.K.ılığı Foto Film Merkezi – 2019)

KÜLTÜR BOZUMU BAĞLAMINDA MARKA AKTİVİZMİ VE YIKICI REKLAMLAR: H&M-SHE'S A LADY REKLAM FİLMİ ÖRNEĞİ

Arş. Gör. Aydan ÜNLÜKAYA¹

¹ İstanbul Gelişim Üniversitesi, İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi, Reklamcılık Bölümü, ORCID ID: 0000-0002-5645-6192

ÖZET

Bu çalışma marka aktivizmi gerçekleştiren markaların destekledikleri değerler ile kurumsal davranışları arasındaki çelişkinin yıkıcı reklamlar aracılığıyla nasıl ortaya çıkartıldığına odaklanmaktadır. Çalışma kapsamında ilk olarak reklam ve kültür ilişkisi bağlamında kültür endüstrisi kavramı açıklanmıştır. İkinci bölümde kültür bozumu hareketi ve yıkıcı reklam kavramları örneklerle birlikte tanımlanmıştır. Çalışmanın üçüncü bölümünde marka aktivizmi üzerinde durulmuştur. Çalışmanın son bölümünde ise marka aktivizmi örneği kapsamında değerlendirilebilen H&M markasının She's a Lady reklam filmine yönelik gerçekleştirilen yıkıcı reklam uygulaması incelenmiştir. Alanyazın incelendiğinde kültür bozumu ve yıkıcı reklamlar üzerine sınırlı sayıda çalışma bulunduğu görülmüştür. Kültür bozumu hareketi kapsamında yıkıcı reklamların ele alındığı çalışmaların azlığı ve konunun marka aktivizmi açısından ele alınmaması sebebiyle bu çalışmanın alanyazına katkı sağlayacağı öngörülmektedir. Çalışmanın sonucuna göre H&M markasının 2016 yılında yayınladığı "She's a Lady" reklam filmi ile toplumsal cinsiyet eşitsizliğine karşı aktivist bir duruş sergilediği, ancak kendi fabrikalarında çalışan kadınlara yönelik yaptığı kötü muamele ile desteklediği bu görüş arasında bir çelişki olduğu görülmüştür. Markanın bu çelişkili davranışı reklam filminin kültür bozumu hareketi kapsamında ele alınmasına ve orijinal reklam metninin reklam yıkıcıları tarafından bozuma uğratılmasına sebep olmuştur. Bu durum markanın itibarını olumsuz yönde etkilemiştir. Bu bağlamda, aktivist markaların destekledikleri görüş ile kurumsal davranışları arasında bir uyum olması gerektiği söylenilebilmektedir. Özellikle son yıllarda sosyal medya platformlarındaki kullanıcı sayısındaki artış markaların bu konuda daha dikkatli hareket etmesini gerektirmektedir. Aktivistlerin daha kolay bir şekilde eylemlerini sürdürebilmesine olanak sağlayan bu platformlar, yıkıcı reklamlarında daha kolay yayılabilmesine imkân tanımaktadır. Ayrıca dijital bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmelerle birlikte kişiler bireysel olarak reklamları bozuma uğratabilmekte ve bu yıkıcı reklamlar anında gerçek aktivistler arasında yayılabilmektedir. Bu kapsamda, bireysel ve toplumsal iyileşmenin savunulduğu değerlerin markalar tarafından daha fazla kazanç amacıyla kullanılmaması gerektiği söylenilebilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Kültür, Reklam, Kültür Bozumu, Yıkıcı Reklam, Marka Aktivizmi

1. GİRİŞ

Bir kişi veya kuruluş tarafından kaynağı belli olacak şekilde medyatik araçlardan zaman ve yer satın alarak gerçekleştirilen ve hedef kitleyi ikna etmeye yönelik bir mal, hizmet ya da fikrin duyurulması ifade eden reklamlar, içinde buldukları toplumun kültürel öğelerini kullanmakla birlikte bazen de o kültürel öğeleri değiştirebilme gücüne sahiptir. Reklamlar kişilere devamlı olarak ürünün kullanılmasıyla birlikte gelecek olan mutluluğu vaat etmektedir. Bu doğrultuda reklamlar kişileri sürekli tüketime yönlendirmektedir. Bunu yaparken ise kültürel öğeleri - kültürün dilini, değerlerini, mitlerini, imgelerini vs.- kullanmaktadır.

Reklamların tüketim toplumunu yaratmada en etkili iletişim araçlarından biri olarak görülmesi tüketim karşıtı kişilerin ve grupların reklamları hedef almasına sebep olmuştur. Bu kapsamda reklamlar, kişilerin beğeni seviyelerini en aza indirgeyerek onları edilgen bir tüketici konumuna getirmesi, metalara sahip olmakla mutlu olmak arasında kurduğu güçlü bağ ile sürekli tüketime yönlendirmesi, kişilere sunduğu gelecek vaadiyle sürekli eksiklik hissini aşılması gibi hem kişilere hem de topluma verdiği zararlar açısından eleştirilmektedir. Bu doğrultuda tüketim karşıtı gruplar tarafından yeni hareketler ortaya çıkmıştır. Bu hareketlerden biri olan kültür bozumu hareketi özellikle gerçekleştirdiği yıkıcı reklam uygulamalarıyla dikkat çekmektedir.

Literatür incelendiğinde kültür bozumu bağlamında yıkıcı reklamların ele alındığı sınırlı sayıda çalışma olduğu ve konunun marka aktivizmi kapsamında ele alınmadığı görülmektedir. Kültür bozumu hareketi kapsamında yıkıcı reklamların ele alındığı çalışmaların azlığı ve konunun marka aktivizmi açısından ele alınmaması bu çalışmanın önemini göstermektedir. Bu çalışma marka aktivizmi gerçekleştiren markaların reklamlar aracılığıyla desteklediği değerler ile kurumsal davranışı arasındaki çelişkinin yıkıcı reklamlar aracılığıyla nasıl ortaya çıkarıldığına odaklanmaktadır.

Çalışma kapsamında ilk olarak reklam ve kültür ilişkisi bağlamında kültür endüstrisi kavramı açıklanmıştır. İkinci kısımda bir yapı bozumu hareketi olarak tanımlan kültür bozumu hareketi ve yıkıcı reklam kavramları tanımlanmış ve Adbusters Medya Vakfı'nın internet sitesinde yer alan Nike ve Absolut Vodka markalarına yönelik yapılan yıkıcı reklam uygulamaları incelenmiştir. Çalışmanın üçüncü bölümünde marka aktivizmi kavramı üzerinde durulmuştur. Çalışmanın son bölümünde ise marka aktivizmi örneği kapsamında değerlendirilebilen H&M-She's a Lady reklam filmine yönelik gerçekleştirilen yıkıcı reklam uygulaması incelenmiştir.

2. KÜLTÜR BOZUMU BAĞLAMINDA MARKA AKTİVİZMİ VE YIKICI REKLAMLAR: H&M-SHE'S A LADY REKLAM FİLMİ ÖRNEĞİ

2.1.Kültür / Reklam İlişkisi ve Kültür Endüstrisi

Kültür; "toplumun bir üyesi olarak insanın elde ettiği bilgiyi, inancı, san'atı, yasayı, ahlakı, alışkanlığı ve öteki gelenek ve göreneklerle ilgili yetenekleri içeren karmaşık bir bütün" şeklinde tanımlanabilmektedir (İslamoğlu ve Altunışık, 2017: 177). Bir toplumun kültürü; kültürün içeriğini oluşturan düşünce, değer ve inançlar gibi maddi olmayan ve bu içeriği temsil eden nesne, teknoloji veya simge gibi maddi yönlerden oluşmaktadır (Giddens, 2000: 22). Bir başka tanımlamaya göre kültür; sosyal bir grup içerisinde yer alan kişilerin paylaştıkları ortak anlamları ifade etmektedir. Bu ortak anlamlar; ortak duygusal tepkileri, tipik bilgi ve inançları ve karakteristik davranış kalıplarını içermektedir. Kültür kişilerin hayat tarzlarına tesir etmekte, hayat tarzları da tüketim kalıplarını etkilemektedir (Peter ve Olson, 2008'den akt.; Koç, 2016: 395, 396).

Kişilerin belirli bir toplumun üyesi olarak geldikleri dünyada o toplumun kendisine özel ve onu diğer toplumlardan farklılaştıran değerleri, normları ve inançların bütününe ifade eden kültür ve bu kültürün içerisinde kendi içinde ortak özelliklere sahip alt kültür grupları kişiliklerin oluşumunda etkilidir. Kişilerin neye, niçin ihtiyacı olacağı ve bu ihtiyacı nasıl giderebileceği noktasında kültür en temel belirleyicidir (Elden, 2018: 424, 425). Kültürün tüketim kalıplarını etkilemesi, reklamlarında kültüre göre şekillenmesini sağlamıştır.

“Kaynağı belli olacak şekilde bir kişi ya da kuruluş tarafından herhangi bir mal, hizmet ya da fikri duyuran, ilgili mal, hizmet ve fikre yönelik hedef kitleyi bilgilendirerek veya ikna ederek hedef kitlede istenen yönde davranış değişikliği yapmayı amaçlayan, yer ya da zaman satın alınarak yapılan bedeli ödenmiş iletişim biçimi” (Tosun vd., 2018: 36) şeklinde tanımlanabilen reklamın, nihai hedefine ulaşabilmesi için toplumun kültürel değerlerine uygun olarak yapılması gerekmektedir. Reklam, söz konusu kültürel değerleri bazen doğrudan içinde barındırırken bazen de bu kültürel değerleri değişime uğratmaktadır. Ancak bu değişimi yaparken dahi içinde bulunduğu toplumun kültürel kodlarını kullanmaktadır (Tosun vd., 2018: 410). Kitle iletişim araçları aracılığıyla hedef kitleye iletilen reklam mesajları bu kültürel değerleri bir yandan kullanırken öte yandan egemen ideolojinin çıkarları doğrultusunda yeniden inşa ettiği anlamları aktararak kültürel değerlerin değişmesini sağlayabilmektedir.

Kitle iletişim araçları, klasik Marksist terimlerle, kapitalizmin hâkim olduğu toplumlarda egemen sınıfın sahipliğinde olan bir üretim aracıdır. Bu görüşe göre medyatik araçlar egemenliği elinde bulunduran sınıfın düşüncelerini ve dünya görüşlerini yaymakta ve alternatif fikirleri reddetmekte ya da etkisiz hale getirmektedir (Chandler, 1995). Bu bağlamda kitle iletişim araçları aracılığıyla egemen ideolojinin üretimi, yayılımı ve yeniden üretimi konusu Frankfurt Okulu tarafından incelenmiştir. Bu eleştirel okulun düşünürlerinin asıl çalıştıkları konular; iktidar ve medya tarafından gündelik yaşam pratiklerimizin estetize edilmesi, kültürün etkisi, ticarileştirilmesi, tek tipleştirilmesi ve kişinin toplumsal yaşam içinde yabancılaştırılması gibi konulardır.

Eleştirel teoriyle bağdaştırılan bir kavram olan “kültür endüstrisi”, Frankfurt Okulu düşünürlerinden Theodor Adorno ve Marx Horkheimer tarafından yazılan “Aydınlanmanın Diyalektiği” kitabında ilk defa ortaya atılmıştır. Onlara göre, kültür endüstrisi bireyin yaşantısının her bir alanını metalaştırmaktadır. Bu sayede egemen ideoloji, toplumsal bellekte yeniden inşa edilmektedir. Kültür endüstrisi kuramı, kitle kültürünün bireyi “edilgen bir tüketici” haline getirdiğini iddia etmektedir. Böylelikle birey hayatın her bir alanında tüketim gerçekleştirmektedir (Kara, 2014: 51).

The Culture Studies Reader kitabının “The Culture Industry – Enlightenment As Mass Deception” bölümünde Adorno ve Horkheimer (2001), kültürün metalaşmasından, kendisinin bir endüstri olmasından, etrafımızda gördüğümüz her şeyin -yapıların, sanatın, kültürün vs.-aynılaşmasından bahsetmektedir. İzlediğimiz filmler, dinlediğimiz radyo kanalları veya okuduğumuz dergiler bir bütün olarak tektipleştirici bir sistem yaratmaktadır. Çünkü eğer bireyler toplu olarak hareket ederlerse ve beğeni düzeyleri en aza indirilirse, onlara herhangi bir düşünceyi empoze etmek ya da onların eylemlerini kontrol etmek daha kolay olacaktır. Bu bağlamda kültürel ürünler, aynı şekilde estetize edilmekte ve standartlaştırılmaktadır. Dolayısıyla endüstrileşmeyle birlikte özellikle bireyler, gündelik hayatın sıkıcılığından

kaçarken hep aynı şekilde üretilen ürünlere yönelmekte ve bu sayede ortak bir bilinç yaratılmaktadır. Böylelikle egemen ideoloji kitle kültürüne bu ürünlerle benimsettirilmektedir. Bu durum en çok da medyatik ürünler aracılığıyla bireylere iletilmektedir.

Teknolojinin gelişmesinin her bir evresinde kişiler teknolojik ürünlere büyük ilgi göstermektedir. Sosyal bir varlık olan kişiler özellikle de iletişim teknolojilerinin gelişimini yakından takip etmiş ve her zaman bu araçları hayatlarının içine almaya çalışmışlardır. Kişilere daha sosyal olabilme imkânı tanıyan bu araçlar ise her geçen gün daha çok dünyayı sarmaktadır. İletişim araçları, kişilerin bireysel olarak hareket etmesini engelleyerek onları kitleleştirilmektedir. Bu bağlamda, medyatik ürünler kitle kültürünü yaratmakta ve egemen ideolojiyi bu kitlenin bilincine yerleştirmektedir.

Adorno ve Horkheimer'a göre reklamlar ve kültür endüstrisi birbiriyle son derece bağlantılıdır. Çünkü bu endüstri, tüketicileri devamlı olarak ürünlerini satın almaya zorlamaktadır (Tekinalp ve Uzun, 2019: 173). Kitle bilinciyle hareket eden kişilerin reklamlar aracılığıyla ikna olması daha kolay olmaktadır. Bu bağlamda reklamlar bu kitleyi sürekli tüketime yönlendirmektedir.

2.2.Kültür Bozumu Hareketi Bağlamında Yıkıcı Reklamlar

Tüketim toplumunun gittikçe büyüdüğü günümüz dünyasında tüketim karşıtı birçok yeni hareket ortaya çıkmıştır. Bu hareketlerden biri de kültür bozumudur. Tüketim toplumunun büyümesine ve kapitalizme yönelik olarak yapılan eleştirilerden biri olan ve kavramsallaştırılan kültür bozumu (culture jamming) hareketi; “köklerini punk, hippy, durumsalcılık, sürrealizm, dadaizm, anarşizmden alan ve başlıca amacı yaygın kültürel yapıya meydan okumak olan, yıllardır süregelen diğer sosyal eylemci kişi ve grupların, düşünce ve eylemlerinin bir potada eridiği bir tür doğrudan eylem biçimi” şeklinde tanımlanmaktadır. (Anderson, 2004: 120'den akt.; Göztaş ve Sevingül, 2018: 78). Wettergren (2005: 42) kültür bozumunu, “baskın söylemlerin merkezi sembollerini hedef alan, söylemleri yapı bozuma uğratan ve sembolleri alternatif bağlamlarda yeniden tanıtan sembolik bir protesto biçimi” olarak tanımlamaktadır. Lievrouw ise bu hareketi, “popüler kültürün eğlence, reklamcılık, sanat ve müzik, edebiyat ve sinema gibi unsurlarını ödünç al(ma), bunları yorumla(ma) ve yıkmaya çalış(ma)” şeklinde ifade etmektedir (Lievrouw, 2016: 28'den akt.; Yakışır ve Bilgin, 2019: 342). Bir tür yeraltı reklamları olarak tanımlanabilecek kültür bozumunun (Demir, 2020: 191), günümüzde kitle iletişim araçları vasıtasıyla gelen mesajlara maruz kalan kişilerin farkındalık seviyelerinin artırılmasına yönelik çabaları ifade ettiği söylenilebilmektedir (Göztaş ve Sevingül, 2018: 78).

Kültür bozumu hareketi, farklı sosyal hareketlerle ilişkilendirilmekte, kişilerin sosyal, kültürel ve ekonomik dogmalar hakkında eleştirel düşünmesine olanak tanımakta ve sürekli genişleyen bir taktik çeşitliliği sağlamaktadır (Ciurel, 2020: 27). Bir yapı sökümü çabasını ifade eden kültür bozumu hareketleri sistemli bir yönetim ve plan içinde olmayan reaksiyonel çalışmalardır. Bu hareket esas itibarıyla tüketim toplumunu daha çok körükleyen iyi-yapılandırılmış markalara yönelik çalışmalar gerçekleştirmektedir. Bu çalışmalarda informal bir jargon kullanılmaktadır (Demir, 2020: 191).

Kavram ilk olarak 1984'te bir müzik grubu olan Negativland tarafından kullanılmıştır (Göztaş ve Sevingül, 2018: 78). Kale Lasn tarafından yazılan Kültür Bozumu (2004) isimli eser ise bu hareket için bir temel oluşturmuştur. Lasn bu eserinde, tüketimin Amerikan kültürünü nasıl

yozaştırdığını, medyanın kişileri nasıl aşırı tüketime yönlendirdiğini, çevreye nasıl zarar verildiğini vs. çarpıcı bir şekilde aktarmakta ve kültür bozumu hareketiyle bir farkındalık yaratılmaya çalışıldığından bahsetmektedir. Bu noktada herkesi bu harekete davet etmektedir. Bu eserde Lasn özellikle reklamların egemen sınıfın ideolojisine hizmet ettiğinden ve bu doğrultuda en bilinen markalara karşı yıkıcı reklam uygulamalarını duyurmak amacıyla Adbusters Medya Vakfı'nı, Adbusters Dergisi'ni ve internet üzerinde Kültür Bozumu Merkezi'ni nasıl kurduğundan bahsetmektedir (s.36).

Kültür bozumu hareketi bağlamında gerçekleştirilen yıkıcı reklamlar ise reklamlarla dalga geçen uygulamaları ifade etmekte ve İngilizce “subvert” (yıkıcı) ve “advertising” (reklamcılık) sözcüklerinin birleştirilmesiyle türetilmiş “subvertising” sözcüğünün Türkçe karşılığını tanımlamaktadır. Kelime ayrıca Türkçede “bozucu” veya “karşı” reklam olarak çevrilmiştir (Bakır ve Çelik, 2013: 52). Yıkıcı reklamlardaki temel fikir, reklam mesajlarının marka, ürün ya da fikir hakkında yorumu ya da parodiye dönüştürülmesidir (Nelson vd., 2020: 5). Bu bağlamda yıkıcı reklamlar, izleyicilerin medya içeriğindeki reklam mesajlarını eleştirel bir şekilde değerlendirmesine olanak sağlamaktadır.

Yıkıcı reklamlar; “firmalar tarafından üretilen reklamların gücünü, reklam içerisinde yer alan biçim ve içerik unsurlarının üzerinde değişiklik yapılarak sosyal mesajlarla akıllıca birleştirilmesi ya da bozulması yoluyla kendisine karşı kullanılmasına verilen iletişim taktiğinin ortak adı” şeklinde tanımlanabilmektedir (Bakır ve Çelik, 2013: 52). Bu doğrultuda yıkıcı reklamların, markaların reklam mesajlarında hedef kitleye aktarılan büyüğü görselliği ve reklam iletilerine yüklenen anlamları yıkarak tam tersi yönde bir anlam çıkarttığı ve tüketim toplumunu dönüştürmeyi hedeflediği söylenilebilmektedir (Goldblatt 2004: 141'den akt.; Bakır ve Çelik, 2013: 52). Kültür bozumu ile yıkıcı reklamlar birbirlerine karıştırılan iki kavramdır. Ancak yıkıcı reklamlar kültür bozumu hareketlerinin altında yer alan bir aktivizm biçimidir.

Yıkıcı reklamlar yaparak kültür bozumu hareketinin fark edilmesinde en çok dikkat çeken eylemlerin Adbusters tarafından yapıldığı söylenilebilmektedir. Türkçe karşılığı reklam avcıları olan Adbusters'lar kendilerini “bilgi çağının yeni sosyal aktivist hareketini ilerletmek isteyen sanatçılar, aktivistler, yazarlar, şakacılar, öğrenciler, eğitimciler ve girişimcilerden oluşan küresel bir ağ” şeklinde tanımlamaktadır (<https://en.wikipedia.org/wiki/Adbusters>). İlk olarak Adbusters Medya Vakfı tarafından 1989 senesinde kurulan bu aktivist hareket, eylemlerini Adbusters Dergisi etrafında organize etmektedir. Ticari bir kar kaygısı duymayan derginin asıl amacı, sürekli kar elde etme amacı güden küresel teşebbüslerin ekonomiye ve çevreye verdikleri hasarlara eleştiri getirmektedir (Demir, 2020: 191). Bu doğrultuda reklam avcıları, dünyada yaşanan problemlerin altında yatan sebepleri reklamları yıkarak topluma göstermektedir (Tuna, 2013: 184).

Kapitalist sistemin benimsettiği sürekli satın alma eylemlerine karşı bir aktivizm gerçekleştiren Adbusters Medya Vakfı, dergi yayıncılığı ve internet sayfası aracılığıyla yıkıcı reklamları yaymakta, karşıt makaleler yayımlamakta, bağışlar elde etmekte ve aktivitelerini bu mecralardan duyurmaktadır. Böylece kuruluş, reklamlar aracılığıyla kar elde eden yayın organlarının ve kuruluşların hâkim ideolojiye karşı göze alamadığı bir tutumla bilgi akışını sağlayarak kişileri katılımcı olmaya davet etmekte ve toplumda bir farkındalık sağlamaya çalışmaktadır (Yavuz, 2007: 70'ten akt.; Bakır ve Çelik, 2013: 54). Kuruluşun en önemli

eylemleri arasında “Wall Street’i İşgal Et”, “Hiçbir Şey Satın Almama Günü”, “TV Kapatma Haftası” gibi kampanyalar bulunmaktadır (<https://www.adbusters.org/about-us>). Özellikle dergide yer alan büyük markaların reklamlarına yönelik yapılan yıkıcı reklamlar oldukça dikkat çekmektedir. Nike, Absolut Vodka, Apple, McDonalds, Calvin Klein gibi dünyaca ünlü markalara yönelik birçok yıkıcı reklam kuruluşun internet sayfasında ve dergisinde yayınlanmaktadır. Bu reklamlardan biri Görsel 1 ve Görsel 2’de gösterilen Nike reklamlarıdır. Görsel 1’de Nike’ın üretim sürecinde işçilerin yaşadıkları acıları bir kişinin yanığına Nike’ın logosu şeklinde yara izi ile verilerek; Görsel 2’de ise yine Nike’ın üretim sürecinde işçilerin aldığı ücret ve ayakkabının satış fiyatının bir ayakkabı üzerine “Nike \$250-Sweatshop (çalışma şartları kötü işyeri) 83¢” yazılarak markanın yıkıma uğratıldığı görülmektedir.



Görsel 1. Nike Markasına Yönelik Tasarlanan Yıkıcı Reklam Uygulaması 1, (Spoof Ads).



Görsel 2. Nike Markasına Yönelik Tasarlanan Yıkıcı Reklam Uygulaması 2, (Spoof Ads).

Nike’ta çalışan işçilerin yoğun çalışma saatleri ve düşük ücret ile emeklerinin sömürüldüğünü gösteren bu yıkıcı reklam uygulamalarında, marka adının ve logosunun açıkça ifşa edildiği görülmektedir. Adbusters tarafından tasarlanan Absolut Vodka posterleri ise bir diğer yıkıcı reklam örneğidir.



Görsel 3. Absolut Vodka Markasına Yönelik Tasarlanan Yıkıcı Reklam Uygulamaları 1, (Spoof Ads).



Görsel 4. Absolut Vodka Markasına Yönelik Tasarlanan Yıkıcı Reklam Uygulamaları 2, (Spoof Ads).

Görsel 3 ve Görsel 4’te toplam 6 adet farklı yıkıcı reklam uygulaması görülmektedir. Bu posterlerin hepsinde Absolut Vodka markasına ait şişeyi birebir yansıtabilecek çarpıcı görseller ve markanın adını temsilen “Absolut” ve “Absolute” kelimelerinin kullanıldığı görülmektedir. Bu posterlerde yer alan görseller özellikle alkole bağlı trafik kazaları, alkolizm, erken yaşta alkol tüketimi, iktidarsızlık, ölüm gibi alkol kullanımıyla birlikte kişilerin başlarına gelen kötü durumları yansıtmaktadır. Bu görsellerde markaya ait şişe; intihar halatı, serum, kırık şişe, vefat eden birinin ayağına asılan kart gibi görsellerle ifşa edilmiştir. Ayrıca afişlerde yer alan “Absolute Hangover”, “Absolut Coma”, “Absolute On Ice” gibi ifadelerle marka adı ifşa edilmektedir. Bu doğrultuda, Absolut Vodka markasının kendisine ait öğelerinin kullanılmasıyla tam tersi yönde bir mesaj vererek kişilerin bilinçlenmesi amaçlanmaktadır.

Adbusters dışında tüketim karşıtlığını destekleyen birçok kuruluş bulunmaktadır. Örneğin RT:Mark bağımlılık yapan reklamları ele alan anti-tüketimci bir kuruluştur. Kuruluş, “Barbie Kurtuluş Örgütü” (Barbie Liberation Organization) ile oldukça dikkat çekmiştir. Bu kapsamda, Barbie bebeklerini konuşarak bu oyuncakların çocuklara nasıl zarar verdiği anlatılmış ve çeşitli kültür bozumu uygulamaları gerçekleştirilmiştir. Kültür bozumu hareketi kapsamında yıkıcı reklam çalışmaları gerçekleştiren “Billboard Kurtuluş Cephesi” (Billboard Liberation

Front) ise geniş kitlelere seslenebilmek için çalışmalarını ilan panolarında sergilemektedir. Bu amaçla kuruluş, büyük markaların bilindik reklam mesajlarını kullanarak eleştirel mesajları bu panolarda sergilemektedir (Demir, 2020: 191, 192).

Türkçe alanyazın incelendiği zaman kültür bozumu hareketi üzerine sadece 1 adet makale ve 4 adet tez çalışmasının yapıldığı görülmektedir. Bakır ve Çelik'in (2013) kültür bozumu hareketini ele aldıkları makale çalışmasında, öncelikle bu hareketi kavramsal olarak inceledikleri ve bu hareketin içerisinde yer alan yıkıcı reklam uygulamalarını örneklerle birlikte açıkladıkları görülmektedir. Söz konusu çalışmada, yıkıcı reklamlar içerik analizi yöntemiyle incelenmiş ve bu reklamlar unsurları, konuları ve taktikleri kapsamında değerlendirilmiştir. Ünsay (2014) yapmış olduğu tez çalışmasında Türkiye'deki capslerin bir dijital aktivizm ve sistem karşıtı muhalefet alanı olup olmadığını sorgulamış ve sosyal medya ortamında yer alan capsleri göstergebilimsel açıdan incelemiştir. Araştırmada elde edilen bulgulara göre, kültür bozumu yoluyla yapılan capslerin güçlü birer eleştiri aracı ve dijital aktivizm eylemi özelliği taşıyabildiği gözlemlenmiştir. Özer (2019) internet ortamından elde ettiği kültür bozumu çalışmalarını içerik analizi yöntemi ile incelediği tez çalışmasında, içerdikleri mesajlara göre beş ayrı kategori altında irdelediği Türkiye'de oluşmuş kültür bozumu çalışmalarının tüketim toplumu karşıtlığındaki yansımalarını incelemiştir. Söz konusu araştırmanın bulgularına göre Türkiye'de hazırlanmış kültür bozumu çalışmalarının çoğunun politik unsurlara karşı oluştuğu görülmüştür. Yıldız'ın (2020) yapmış olduğu tez çalışmasının bulgularına göre, kültür bozumu öğrenme-öğretme sürecinde sosyokültürel içerik, eleştirel yaklaşım, diyaloga bağlı süreç ve yaratıcı üretim olanaklarının ön plana çıktığı görülmektedir. Tuna (2013) ise yapmış olduğu tez çalışmasında, tüketicilerin markalara karşı tasarladıkları çalışmaları saptayarak farkındalık yaratma çabalarında tüketicilerin dikkatini çekmek amacıyla hazırlanan yıkıcı reklamları içerik analizi yöntemiyle incelemiştir.

Literatürde kültür bozumu bağlamında yıkıcı reklamların ele alındığı sınırlı sayıda çalışma bulunmaktadır. Buna ek olarak, konunun marka aktivizmi kapsamında ele alındığı bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu kapsamda çalışmada, kültür bozumu bağlamında yıkıcı reklamlar ile marka aktivizmi ilişkilendirilerek aktivist markaların reklamlar aracılığıyla destekledikleri değerler ile kurumsal davranışı arasındaki çelişkinin yıkıcı reklamlar ile nasıl ortaya çıkartıldığı üzerinde durulacaktır.

2.3.Marka Aktivizmi

Marka kavramı en genel anlamda; "bir isim, terim, işaret, sembol ya da diğer göstergelerin bir satıcının ürününü diğerlerinden ayırt edici olması" şeklinde tanımlanmaktadır. Fakat günümüz koşullarında markanın sadece bir isim, sembol veya işaret olduğu düşüncesi yerini markanın üretici ve tüketici arasındaki iletişimin anlamı konumuna bırakmıştır. Dolayısıyla markalar artık üretici için değil tüketici için bir anlam ifade etmektedir (Tosun, 2017: 3). Marka iletişimi ile marka hedef kitleye iletilmektedir. Marka iletişiminin temel amaçları marka farkındalığı (tanıma ve hatırlama ile) yaratmak, marka tutumu, marka imajı ve marka sadakati oluşturmak (Tosun, 2017: 9) olarak sıralansa da nihai hedef, tüketicilerin devamlı olarak satıcının ürününü satın almasını sağlamaktır. Dolayısıyla marka yaratmanın asıl amacının metalara bazı anlamlar yükleyerek ve onları diğerlerinden farklılaştırarak tüketicilerin satın alma eylemine geçmesini sağlamak olduğu söylenilebilmektedir. Bu doğrultuda, en başka reklamlar aracılığıyla

tüketicilerin zihninde markanın konumlandırılabilmesi için birçok strateji geliştirilmektedir. Markalar hedef kitlelerini reklamlar aracılığıyla ürün kullanımına ikna etmeyi amaçlamaktadır. Bunu yaparken kendi markasına atfettiği birtakım anlamları ürün kullanımıyla tüketicilere geçeceğini söylemektedir. Bir başka deyişle, kişiler marka kullanımıyla markaya yüklenen anlamın kendisine transfer olacağı düşüncesiyle satın alma eylemini gerçekleştirmektedir.

John Berger, reklamlara eleştirel bir bakış açısı sunduğu *Görme Biçimleri* (2020) isimli eserinde şöyle der: “Reklamın dayandığı temel huzursuzluk şu korkudan doğar: Hiçbir şeyin yoksa sen de bir hiç olursun” (s.143). Reklamlar aracılığıyla markalara atfedilen belirli anlamları kendisine geçirerek statü atlayacağına inanan kişiler devamlı olarak metalara sahip olma düşüncesiyle kamçılanmakta ve böylelikle tüketim toplumu büyüyerek varlığını sürdürmektedir. Reklamlar kişilere metalara sahip oldukça toplumda varlık kazanacağı düşüncesini aşmaktadır. Bunu yaparken de kişilere devamlı olarak kendilerini eksik hissetmeleri sağlanmaktadır. Ürünün satın alınmasıyla kısımlanacak durumuna gelerek tamamlanacağına inanan kişiler satın alma eylemi gerçekleştirmekte, ancak reklam tekrardan başka bir ürünle onların karşısına çıkarak eksik ben’i yeniden tüketicilere hissettirmektedir. Bu durumda tüketiciler süregelen bir eksiklik hissetme duygusu içerisinde yaşamaya itilmekte ve bu durum onları daha fazla tüketime yönlendirmektedir.

Özellikle postmodern dönemde, gösterişçi tüketim çoğalmış, hakikatin yerini alan imajların yaratılmasıyla hipergerçeklik ön plana çıkmıştır. Bu doğrultuda, insanların imajların gerçek anlamlarından bağımsız olarak hipergerçekliğin kurulduğu bir dünyada yaşadıkları ve kendilerini bu gerçek olmayan imajlarla ifade ettikleri söylenebilmektedir (Batı, 2015: 223’ten akt.; Tosun vd., 2018: 405). Postmodern reklamlar tüketiciler ile arasında bir bağ kurabilmek ve onları bu hipergerçek dünyaya dahil edebilmek için hikayeler yaratmaya ve bu hikayelerle yeni anlamlar üretmeye başlamıştır. Böylelikle tüketiciler ürünün faydacı işlevinden çok sembolik anlamlarını kendilerine yüklemek için bu markaları tercih etmektedir.

Tüketim toplumun yükselişiyle birlikte toplumdaki kişilerin hayat standartları arasındaki uçurum artmış ve bu durum özellikle eşitsizlikler içerisinde yaşayan birçok kişi için problem haline gelmiştir. Bu bağlamda, tüketimin verdiği zararları gün yüzüne çıkartmak amacıyla çeşitli eylemler gerçekleştirilmeye başlanmıştır. “Minimalist tüketimi savunarak tüketim çılgınlığına karşı duruş sergileyen, daha genel şekilde tüketim kültürü olarak adlandırılan oluşuma genel olarak; ‘yeni bir toplumsal hareket tarzı’ aktivizm (eylemcilik)” (Yalın, 2020: 16) şeklinde ifade edilmektedir. Bir başka tanıma göre “aktivizm; toplumu daha iyileştirmek arzusuyla çevreci reformları veya toplumsal bilinci destekleyen ve sosyal, politik veya ekonomik bireysel çıkarlara gem vuran çabaları içermektedir” (<http://en.wikipedia.org>’dan akt.; Yalın, 2020: 16).

Marka aktivizmi ise bir şirketin ya da markanın sosyal, kültürel, çevresel, toplumsal cinsiyet gibi konular hakkında destek vermesi ve bu desteğini pazarlama ve reklam iletişiminde göstermesi anlamına gelmektedir (Shetty, Venkataramaiah, Anand, 2019: 165). Ancak marka aktivizmi yapılırken dikkat edilmesi gerekmektedir. Çünkü bir marka toplumun daha iyi olması adına aktivistliğini yaptığı konu ile eylemleri arasında bir çelişki yaşarsa bu durum onların itibarını etkileyecektir. Bu nedenle marka kendisinin yaptığı bir davranış konusunda sırf hedef kitlesinin desteğini alabilmek adına aktivistlik yapmamalıdır. Markaların yaptıkları eylemlerin

sahteliği ortaya çıkarsa yıkıcı reklamların hedef noktası haline gelmekle karşı karşıya gelebilmektedirler.

2.4. Bir Marka Aktivizmi Çalışması Olan H&M-She's A Lady Reklam Filmine Yönelik Gerçekleştirilen Yıkıcı Reklam Örneği

H&M markasının 2016 yılında Sonbahar Sezonu için başlattığı “She's a Lady”²⁴ reklam filmi marka aktivizmi kapsamında değerlendirilebilmektedir. H&M bu reklam filmi ile toplumsal cinsiyet eşitsizliği karşısında bir duruş sergilemiş ve toplumsal açıdan kadınlara yüklenen güzellik basmakalıplarını eleştirmiştir. Söz konusu reklam filminde stereotipleşmiş beden ölçülerinin dışında olan her bedene, vücut tipine, yaşa, etnik kökene ve farklı cinsel yönelimlere sahip olan kadınlar yer almaktadır. Reklam filminde en çok kadınların kendilerine olan güveni vurgulanmaktadır. Bu sayede reklam kadınlığa atfedilen birçok toplumsal rolü reddederek feminist bir bakış açısını sergilemektedir. Reklam filmi yayınladığı tarihten bu yana YouTube’da 4.806.627 kez görüntülenmiştir. Ayrıca bu reklam filmi sosyal medya hesaplarında viral hale gelmiş ve kampanya oldukça başarılı olmuştur.

H&M bir taraftan kadınların tektipleştirilmesine eleştirel bir mesajla yaklaşırken diğer taraftan sonbahar serisini reklam filminde yer alan tüm kadınlara giydirerek aslında yeni koleksiyonunu tanıtmaktadır. Böylece marka farklı tüketici kitlelerine seslenebilmektedir. Dolayısıyla bu markanın daha fazla ürün satışı yapabilmek için bu kampanyayı gerçekleştirdiği ve tüketim kültürünü kişilere aşılama çalıştığı söylenilebilmektedir.

Reklam filmi birçok yorumcu tarafından başarılı bulunsa da, markanın reklam metninde verdiği mesajla yaptığı eylemlerin birbiriyle uyuşmadığı görülmüştür. Asia Floor Wage Alliance (AFWA) tarafından yapılan bir araştırmaya göre markanın Hindistan ve Kamboçya’da yer alan fabrikalarında çalışan kadınların çoğu hamile kaldıklarında işten çıkartıldıklarını ve cinsel tacizin yaygın olduğunu dile getirmişlerdir. Ayrıca araştırmanın bulgularına göre bu fabrikalarda çalışan işçilerin düşük ücretler karşılığında çalıştığı, zorla fazla mesai yaptıkları vs. gibi problemlerle karşılaştıkları ve emeklerinin sömürüldüğü görülmüştür (Bhalla, 2016). H&M’in “She's a Lady” reklam filmi bu araştırmadan sadece aylar sonra yapılmıştır. Bu bağlamda reklam filminde verilen mesajla markanın kendi bünyesinde çalışan kadınlara uyguladığı muamelenin çelişkili olduğu görülmektedir. Bu durum kültür bozumu hareketi kapsamında ele alınmış ve markanın reklam filmi yıkıcılar tarafından bozuma uğratılmıştır. Söz konusu yıkıcı reklam Görsel 5’te verilmiştir.

²⁴ H&M, (2016), “H&M Autumn Season 2016: She's a Lady”, Erişim Linki: <https://www.youtube.com/watch?v=8-RY6fWVr0Q>, Erişim Tarihi: 16.04.2021



Görsel 5. H&M "She's a Lady" Reklam Filmine Yönelik Gerçekleştirilen Yıkıcı Reklam Uygulaması, (Guzman, 2016).

“She’s a Lady” reklam filmine yönelik gerçekleştirilen bu yıkıcı reklamda, solda orijinal reklam filminin en başındaki karesinden bir görüntü ve sağda markanın Kamboçya’daki fabrikasında çalışan eşofman işçilerinin yer aldığı bir görüntü verilmiştir. Her iki görselin ortasında H&M markasının adı ve görselin orta-üst kısmında “SHE’S A LADY” yazdığı görülmektedir. Dolayısıyla orijinal reklam filminde yer alan öğelerin -marka adı-reklam sloganı- yıkıcı reklam uygulamasında açıkça ifşa edildiği görülmektedir. Bu yıkıcı reklam, H&M’in bir yandan kadınların toplumsal açıdan güçlendirilmesini desteklediğini gösterirken diğer yandan kendi fabrikalarında çalışan kadınlara yönelik gerçekleştirdiği kötü muameleyi gün yüzüne çıkartmayı amaçlamaktadır. Bu bağlamda yıkıcı reklam, antifeminist bir duruş sergileyen markanın feminist söylemlerin yer aldığı reklam filmindeki çelişkiyi ortaya koymaktadır. Bu sayede markanın hedef kitesinde yönelik bir farkındalık yaratılmaya çalışılmıştır.

H&M, moda için uygun kıyafetlerin uygun bir fiyata sahip olunabileceği fikrini savunan bir markadır. Bu iş modelini sürdürebilmeleri, emeğin ucuz olduğu ve işçi haklarının daha gelişmiş ülkelere göre farklı yapılandırıldığı bir ülkede çalışan bu kadınlar sayesinde (Guzman, 2016). Bu doğrultuda marka, bu kadınların emeğini sömürmekte ve her ne kadar reklam metninde eşitliği ve özgürlüğü savunsa da kendisi için çalışan kadınlara karşı aynı duruşu sergilememektedir.

H&M, marka aktivizmi kapsamında toplumsal bir meseleyi ele alarak -toplumsal cinsiyet eşitsizliği- aktivist bir duruş sergilemiştir. Ancak eğer bir marka bir fikri savunuyorsa, kendi davranışı da bu fikirle zıt düşmemelidir. Bu doğrultuda marka, kadınların toplumsal açıdan eşitliğini ve özgürlüğünü savunan bir reklam filmi tasarlayacak aktivist bir görüşe sahipse markanın kendi fabrikalarında çalışan kadınlara da aynı tavrı göstermesi gerektiği söylenilebilmektedir.

3. SONUÇ

Tüketim toplumunun oluşmasında ve varlığını sürdürmesinde en etkili araçlardan biri olan reklamlar kişilere kendilerini sürekli eksik hissettirerek onları tüketime yönlendirmektedir. Özellikle son yıllarda kişilerin gündelik hayat pratiklerinin her bir alanını kuşatmış olan reklam mesajları tüketim çılgınlığının en had safhaya ulaşmasına sebep olmuştur. Her bir reklam mesajı kişilere ürünün kullanımıyla birlikte gelecek olan mutluluk vaadini sunmaktadır. Ancak

kişi ürünü kullandığında bu sefer karşısına yeni bir reklam mesajı -mutluluk vaadi- çıkmakta ve böylelikle kişinin sürekli kendisi eksik hissetmesi sağlanmaktadır. Reklamlarda yaratılan bu hipergerçek dünyaya bir türlü ulaşamayan kişilerin psikolojileri olumsuz yönde etkilenebilmektedir. Bu tüketim çılgınlığı sadece kişilerin psikolojilerini etkilemekle kalmamakta, aynı zamanda çevreye zarar vermekte, doğal yaşam kaynaklarının bilinçsizce tüketilmesine ve kültürel değerlerin yozlaşmasına neden olmaktadır. Bu doğrultuda, özellikle son yıllarda anti-tüketimci bazı kişi ve gruplar aşırı tüketimin yarattığı olumsuzlukları gün yüzüne çıkartmak ve kişilerin bu konu hakkındaki farkındalık seviyelerini yükseltmek amacıyla yeni hareketler ortaya çıkarmışlardır. Bu hareketlerden biri de kültür bozumudur.

Bir kültürde yer alan baskın söylemleri yapı bozumuna uğratarak karşıt anlamları inşa eden kültür bozumu hareketleri kapsamında tüketim toplumunu körükleyen, bireysel ve toplumsal açıdan olumsuz etkiler yaratan reklamlar bozuma uğratılmaktadır. Yıkıcı reklamlar olarak tanımlanan bu reklamlarda markaların reklamlarında yer alan bazı öğeler karşıt şekilde değiştirilmekte, bazıları ise aynı kalmaktadır. Böylelikle orijinal reklam metni bozuma uğramakta ve marka adı, logosu, görseli vs. ifşalanmaktadır.

Dünya genelinde okuryazarlık düzeyindeki yükselişle birlikte kişilerin bireysel veya toplumsal meselelere yönelik farkındalığı artmıştır. Bu kapsamda kişiler toplumsal iyileşmenin sağlanabilmesi için bazı görüşler etrafında toplanmış ve bu görüşleri destekleyen eylemler gerçekleştirmeye başlamıştır. Markalarda hedef kitleleri ellerinde tutabilmek ya da yeni kitlelere ulaşabilmek adına bu eylemlerden bazılarını destekleyerek marka aktivizmi gerçekleştirmeye başlamıştır. Bu bağlamda markalar desteklerini pazarlama ve reklam iletişimlerinde göstermeye başlamışlardır. Fakat sadece hedef kitlesini elinde tutabilmek adına kendi kurumsal davranışlarıyla örtüşmeyen görüşleri destekleyen markalar reklam yıkıcılarının hedefi haline gelmiştir.

Bu çalışma kapsamında H&M'in 2016 yılında yaptığı "She's a Lady" reklam filmi örneği incelenmiştir. Söz konusu reklam filminde kadınların eşitliği, özgürlüğü gibi konular ele alınmakta ve marka toplumsal cinsiyet eşitsizliğine karşıt bir görüşü desteklemektedir. Ancak bu reklam filmi yayınlanmadan önce yapılan bir araştırma, markanın kendi fabrikalarında çalışan kadınların düşük ücretle ve fazladan mesai yaparak emeklerinin sömürüldüğünü, cinsel taciz olaylarının sıklıkla yaşandığını, hamile kadınların işten çıkartıldığını ve işten çıkartılmamak için kadınların kötü şartlarda kürtaj olduklarını ortaya çıkartmıştır. Buradan hareketle, markanın bu araştırmadan birkaç ay sonra yayınladığı "She's a Lady" reklam filminin bu araştırmanın yarattığı olumsuz itibarı düzeltmek için yapıldığı söylenilebilir. Ayrıca bu çalışmanın sonucuna göre bir marka aktivizmi olarak değerlendirilebilen bu reklam metninde feminist değerler savunulmasına rağmen markanın kendi fabrikalarında çalışan kadınlara kötü muamele göstererek çelişkili davrandığı görülmektedir. Bu kapsamda markanın yarattığı bu çelişkili davranış reklam yıkıcılar tarafından ele alınmış ve markanın hedef kitlesini bilinçlendirmek amacıyla "She's a Lady" reklamı bozuma uğratılmıştır.

Dijital bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan hızlı gelişmeler ile sosyal medya platformları gündelik hayatın içerisinde sıklıkla kullanılmaya başlanmıştır. Dünyayı birbirine bağlayan bu sosyal ağlar kişilere kendi medyalarını yaratabilme, içerik üretebilme ve bu içerikleri paylaşabilme imkanı sağlamıştır. Bu kapsamda herhangi bir konuda aktivist olan kişiler

kolaylıkla kendi görüşleri etrafında toplanan gruplarla iletişime geçerek eylemlerini sürdürebilmektedir. Aynı zamanda kişiler bu teknoloji sayesinde kolaylıkla bireysel olarak reklamları bozuma uğratabilmekte ve bu yıkıcı reklamlar anında yayılabilmektedir. Dolayısıyla anti-tüketimcilerin hedefinde olan reklamlar ve reklamları yapılan markalar kolay, maliyetsiz ve hızlı bir şekilde bozuma uğrayabilmektedir. Bu nedenle bireysel ve toplumsal iyileşmenin savunulduğu çeşitli değerler markalar tarafından daha fazla kazanç amacıyla kullanılmamalıdır. Çünkü bir marka desteklediği görüşle kendi eylemleri arasında çelişkiye düşerse gerçek aktivistler tarafından hedef alınacak ve itibarı zedeleneyecektir.

Kültür bozumu hareketi bağlamında özellikle sosyal medya platformlarında birçok yıkıcı reklam uygulaması yer alsa da alanyazında bu konu üzerine çok az sayıda çalışma yer almaktadır. Bu doğrultuda konu üzerine yapılan çalışmaların azlığı ve konunun marka aktivizmi kapsamında daha önce ele alınmaması bu çalışmanın önemini göstermektedir. Bundan sonra yapılacak olan çalışmalarda, kişilerin aktivist markalara yönelik gerçekleştirilen yıkıcı reklam uygulamalarına karşı tutumları nicel bir araştırmayla ölçümlenebilir. Buna ek olarak, sosyal medya platformlarında bireysel olarak yapılan yıkıcı reklam uygulamalarının kişilerin satın alma eylemlerine yönelik etkisi incelenebilir.

KAYNAKÇA

- Adorno, T., & Horkheimer, M. (2001). The Culture Industry – Enlightenment as mass deception. S. During içinde, *The Culture Studies Reader* (s. 31-41). Taylor & Francis e-Library.
- Bakır, U., & Çelik, M. (2013). Tüketim Toplumuna Eleştirel Bir Yaklaşım: Kültür Bozumu Ve Yıkıcı Reklamlar. *Selçuk İletişim*, 46-63.
- Berger, J. (2020). *Görme Biçimleri*. (Y. Salman, Çev.) İstanbul: Metis Yayınları.
- Bhalla, N. (2016, 05 22). *H&M says working to improve labor conditions in India, Cambodia factories*. 04 24, 2021 tarihinde Reuters: <https://www.reuters.com/article/us-india-cambodia-hennes-mauritz-idUSKCN0YC0SD> adresinden alındı
- Chandler, D. (1995). Marxist Media Theory. <http://visual-memory.co.uk/daniel/Documents/marxism/marxism03.html#Top> adresinden alındı
- Ciurel, D. (2020). Culture Jamming: Perspectives By Incongruity And Polemical Intertextuality. *Professional Communication and Translation Studies*, 26-30.
- Demir, S. T. (2020). Tüketimcilik Karşıtı Küresel İnsiyatif Ve Manifestolar: Gerekler, Gerekçeler, Gerçeklikler. *Birey ve Toplum Sosyal Bilimler Dergisi*, 185-205.
- Elden, M. (2018). *Reklam ve Reklamcılık*. İstanbul: Say Yayınları.
- Giddens, A. (2000). *Sosyoloji*. Ayraç Yayınları.

- Göztaş, A., & Sevingül, N. T. (2018). Kriz Dönemi İletişim Stratejisi Olarak Yıkıcı Reklam; Kfc Örneği. *Akdeniz İletişim Dergisi*, 75-118.
- Guzman, K. (2016, 10 21). *Culture Jam*. 04 24, 2021 tarihinde Kaitlyn Guzman's Portfolio: <https://blogs.ubc.ca/kaitlynguzman/2016/10/21/culture-jam/> adresinden alındı
- İslamoğlu, A. H., & Altunışık, R. (2017). *Tüketici Davranışları*. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Kara, T. (2014). Kültür Endüstrisi Kavramı Çerçevesinde Medya Ürünleri: Eleştirel Yaklaşım. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication - TOJDAC*, 4(51-60). 11 1, 2020 tarihinde <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/138391> adresinden alındı
- Koç, E. (2016). *Tüketici Davranışı ve Pazarlama Stratejileri: Global ve Yerel Yaklaşım*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Lasn, K. (2004). *Kültür Bozumu*. (C. Pekman, & A. Ilgaz, Çev.) İstanbul: Bağımsız Yayınlar.
- Nelson, M. R., Powell, R., Ferguson, G. M., & Tian, K. (2020). Using Subvertising to Build Families' Persuasion Knowledge in Jamaica. *Journal of Advertising*, 1-18.
- Özer, S. H. (2019). *Tüketim Karşıtlığı Olarak Kültür Bozumu Hareketi: Türkiye'deki Kültür Bozumu Hareketi Uygulamalarının İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Shetty, A. S., Venkataramaiah, N. B., & Anand, K. (2019). Brand activism and millennials: an empirical investigation into the perception of millennials towards brand activism. *Problems and Perspectives in Management*, 4(17), 163-175.
- Spoof Ads*. (tarih yok). 04 20, 2021 tarihinde Adbusters: <https://www.adbusters.org/spoof-ads> adresinden alındı
- Tekinalp, Ş., & Uzun, R. (2019). *İletişim Araştırmaları ve Kuramları*. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Tosun, N. B. (2017). *Marka Yönetimi*. İstanbul: Beta Basım A.Ş.
- Tosun, N. B., Uraltaş, N. T., Nas, A., Özkaya, B., Güdüm, S., Ertürk, B., . . . Kiçir, İ. (2018). *Reklam Yönetimi*. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Tuna, N. (2013). *Tüketim Toplumuna Bir Meydan Okuyuş Olarak Kültür Bozumu Hareketi: Yıkıcı Reklam Uygulamalarına Yönelik Bir İnceleme*. Yüksek Lisans Tezi, Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Ünsay, Y. (2014). *Türkiye'de Kültür Bozumu ve Dijital Aktivizmin Yeni Mecrası: Capsler*. Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Wettergren, Å. (2005). Moving and Jamming – Implications for Social Movement Theory. (Doktora Tezi, Karlstad University, Routledge). 03 29, 2021 tarihinde <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:5303/FULLTEXT01.pdf> adresinden alındı

- Yakışır, G., & Bilgin, V. (2019). Dini Gruplar, Medya ve Propaganda: Türkiye'deki Dört Dini Grup Üzerine Göstergibilimsel Bir Çözümleme. *Uludağ Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 337-369.
- Yalın, A. (2020). Aktivist Reklamlar. Ö. U. Yurttaş içinde, *Reklam Perspektifleri* (s. 1-35). Ankara: Nobel.
- Yıldız, N. (2020). *Kültür Bozumu Öğrenme-Öğretme Süreci Üzerine Bir Durum Çalışması*. Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eskişehir.



SOSYAL MEDYADA YÜRÜTÜLEN SİYASAL KAMPANYALARDA KULLANILAN İLETİŞİM STRATEJİLERİ: ANKARA BÜYÜKŞEHİR BELEDİYE BAŞKAN ADAYI MANSUR YAVAŞ'IN KAMPANYASININ İNCELENMESİ

Kübra ŞANLI ¹

¹ Şırnak Üniversitesi, Şırnak Meslek Yüksekokulu, ORCID ID: 0000-0001-7057-0250

ÖZET

Bu çalışmada 2019 yerel seçimlerinde Ankara Büyükşehir Belediye Başkan Adayı olan Mansur Yavaş'ın siyasal kampanyasında kullandığı seçim stratejileri incelenmiştir. İnceleme, seçim kampanyalarının yürütüldüğü Aralık 2018- Mart 2019 tarihleri arasındaki üç aylık dönemdeki; YouTube üzerinden yapılan kampanyaları içermektedir. Çalışma, seçim kampanyaları konusunda uzman olan Öykü Ajans'ın yöneticisi Necati Özkan'ın kullandığı dört seçim stratejisi üzerinden yapılmıştır. Bu stratejiler; Necati Özkan'ın seçim kampanyalarında kullandığı ikna et, sevdik, tanıt ve sandığa git olarak belirlenmiştir. Çalışmanın literatür kısmında siyasal iletişim kavramı ve iletişim teknolojilerinin gelişmesi ile birlikte hedef kitlelerine daha hızlı bir şekilde ulaşabilmek isteyen siyasal partiler ve siyasal liderlerin siyasal iletişimde sosyal medya kullanımını incelenmiştir. Çalışmanın araştırma kısmında ise Mansur YAVAŞ'ın 2019 yerel seçimlerinde YouTube üzerinden yürüttüğü kampanyalar; belirlenen dört kategori olan ikna et, sevdik, tanıt ve sandığa git üzerinden analiz edilmiştir. Kampanyaların incelenmesinde içerik analizi yöntemi kullanılmıştır.

Çalışmanın temel bulguları şunlardır: Yavaş, 2019 yerel seçimlerinde YouTube üzerinden yürüttüğü seçim kampanyalarında; eğitim, sağlık, tarım, tasarruf, şeffaflık, ulaşım, engelli, kadın ve çocuklar için yapılacak projeleri ikna etme stratejileri kategorisinde, biz dili, pozitif dil, rozetsiz yönetim, herkese eşit hizmet ve tarafsız yönetimi sevdikme stratejileri kategorisinde, dijital medya kullanımı, reklam filmleri, seçim şarkısı, sloganlar, afişler, saha çalışmaları, esnaf ziyaretleri ve mitingleri tanıtma stratejileri kategorisinde, Ankara İçin El Ele Yürek Yüreğe, Hadi Ankara Sandık Başına Görev Başına ve Bir Şehir Tek Yürek şeklinde belirlenen söylemleri de sandığa götür kategorisi kapsamında halka sunmuştur.

Anahtar Kelimeler: Siyasal iletişim, siyasal kampanya, Youtube, seçim stratejileri, Mansur Yavaş

GİRİŞ

İletişim insanoğlunun var olduğu andan itibaren gerçekleşmeye başlamıştır. İlerleyen zamanla birlikte iletişim şekli değişmiş, artan insan nüfusunun birbirleriyle rahat bir şekilde iletişim kurabilip, olaylardan haberdar olabilmeleri amacıyla kitle iletişim araçları ortaya çıkmıştır. İlk aşamalarda kitle iletişim araçları posta, telgraf, telefon, faks iken gelişen teknoloji ile birlikte bu yenilikleri radyo, gazete ve televizyon takip etmiştir. İnsanların sosyalleşip, vatandaşlık bilincinin daha ileri seviyeye taşınabilmesi ve ülkelerin siyasal, sosyal, ekonomik açıdan

gelişebilmelerinde kitle iletişim araçlarının katkısı çok büyük olmuştur. Kitle iletişim araçları siyasal partiler ve siyasal liderlerin seçmenlere ulaşmasında da kolaylık sağlamıştır. Siyasal liderler ve siyasal partiler kitle iletişim araçları olmadan seçmene ulaşmak, mesajlarını iletmek ve seçmenle iletişime geçmenin çok zor olacağını bilmektedirler. Bundan dolayı seçmene hitap edebilmek, yeni seçmenler kazanıp, onu destekleyen seçmenin sabit kalmasını sağlamak, seçimlerde başarılı olarak iktidara gelebilmek ya da iktidarda kalabilmek, rakiplerinin hatalarını çok iyi gözlemleyerek bu durumu onların aleyhinde kullanabilmek için kitle iletişim araçlarını kullanmaktadırlar. Kısacası kitle iletişim araçları siyasal parti ve siyasal liderlerin hedeflerine ulaşabilmelerini sağlamaktadır. Kitle iletişim aracı olarak kabul edilen İnternet ile birlikte siyasal yaşamda da devrim sayılabilecek gelişmeler yaşanmıştır. Sosyal medya olarak adlandırılan Facebook, Twitter ve YouTube gibi ağlarla kitleler birbirleriyle çok daha kolay ve hızlı bir şekilde iletişime geçerek iletişime yeni bir boyut kazandırmışlardır. Günümüzde siyasetçiler özellikle genç seçmenler arasında tanınmaları için sosyal medyayı aktif olarak kullanmak zorundadırlar. Siyasal partiler ve siyasal liderler rakiplerinden farklılaşmak ve kampanyalarının, çalışmalarının niteliklerini ön plana çıkararak olumlu marka imajlarını oluşturabilmek için interneti ve sosyal medyayı aktif olarak kullanmak zorundadırlar. Aynı pazarda yer alan diğer siyasi partiler ve siyasal liderlere göre farklılığın gösterilmesi ve ayırt edilebilirlik amacıyla faaliyetlerde bulunulur. Nihayetinde aynı tüketici bağlılığı gibi siyasal partiler ve siyasal liderler de seçmen sadakati yaratabilmek amacıyla rakiplerini, pazarı ve diğer değişkenleri sağlıklı bir şekilde analiz ederek stratejilerini bu yönde oluşturmak zorundadırlar.

1. Siyasal İletişim Kavramının Tanımı Ve Süreci

Siyasal iletişim kavramına geçmeden önce siyaset ve ilgili bazı tanımlara değinmekte fayda görülmektedir. Siyaset; tarihi süreç içinde toplumların oluşumundaki en önemli kurumlardan birisidir. Siyasal yapı; eğitim, iktisat, din, aile, kültür, medya ve din gibi kavramlarını yani sosyal hayatın pek çok boyutunu etkilemektedir. Bu anlamda siyasetin olmadığı bir toplum düşünülemez. Siyaset kişilerin özel ve kamusal alandaki hayatlarını direkt ilgilendiren bir kurumdur ve kişilerin kendi başlarına yaşamak yerine toplum içinde beraberce hayatlarını sürdürmelerinin sebebi yalnız başına hayatta kalamamalarındandır. Bir arada beraber yaşamının bazı kuralları ve siyasal güç ilişkileri kapsamında gerçekleştirilebileceğini de unutmamak gerekir (Akarçay, 2009:73).

Siyasal iletişim kavramı, öznesi siyaset olan her çeşit iletişimi göstermektedir. Burada genel bir tanım yapılmakla birlikte günümüzde çağdaş siyaset anlayışının iki önemli özelliği vurgulanmaktadır. Bunlardan ilki siyaset alanına giren problemlerin ve bu alanda rol alan kişilerin sayısının yükselmesiyle siyasi alanın genişlemesi ve çeşitli medya araçları sayesinde halkın nabzının yoklanması bakımından kamuoyunun ağırlığının giderek artması ve siyasal iletişim alanının genişlemesidir (Wolton, 1991, 51)

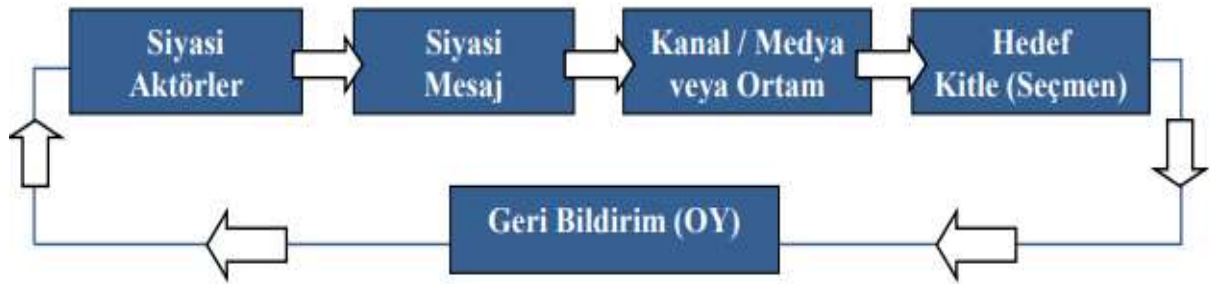
Siyasal iletişimde, hedeflenen seçmen ile doğru bir iletişim kurmanın en önemli noktası seçmenin özelliklerinin iyi anlaşılabilmesidir. Kullanılan dil, siyasal iletişim sürecinde en önemli araçtır. Hedef seçmene hitap etmeyecek, anlaşılmayacak bir dil kullanıldığında elbette ki tutarlı ve doğru sonuçların elde edilmesi de zor olacaktır. Siyasal iletişimde kullanılan dilin ne şekilde kullanıldığı, seçmen nezdindeki benimsenmişliği seçimlerin neticelerine de doğrudan etki edecektir. Bilhassa genel seçimlerde gerçekleştirilen siyasal iletişim

faaliyetlerinde siyasi aktörler tarafından hem yatay hem de dikey ayrıştırmaların yapılması şarttır. Bunun nedeni, ise tüm seçmenlere hitap edebilecek bir üst dilin oluşturulmasıdır. Yatayda; bölgesel siyasal iletişim dili kullanılırken, dikeyde ise alt iletişim dilleri meydana getirilmelidir (Bostancı, 2015: 27).

Yaşın (2006: 633)'a göre siyasal iletişim ve demokrasi anlayışında iki temel yaklaşım bulunmaktadır. Bunlar eleştirel ve ana damar (ana akım) olarak belirtilmektedir. Söz konusu ana akımda faaliyetler; ulus devlet, kapitalist üretim ilişkileri ve bu açıdan siyasi kurumların ele alınmasıdır. Eleştirel kuramda ise var olan hakimiyet ve güç ilişkileri kapsamında siyasal iletişim sürecinin ne şekilde organize edildiği ortaya çıkarılmaya çalışılır. Siyasal sistem ve halk arasındaki bağın kitle iletişim araçları vasıtasıyla gerçekleşmesi ve kitle iletişim araçları içinde toplumsal beklentilerin eşit olmaması bugünün demokrasilerin noksanlıklarından biridir.

Görsel 1'de siyasal iletişim süreci ve unsurları yer almaktadır. Siyasal iletişim süreci, buna göre genel olarak iletişim süreciyle benzer özellikler taşımaktadır. Siyasal iletişim sürecini farklı kılan ise ortaya siyasi neticelerin çıkmasıdır. Siyasal iletişim süreci unsurları aynı genel iletişim sürecine benzer. Bu unsurlar aşağıdaki şekilde açıkça görülmektedir (Taşmurat, 2019: 65-66).

Görsel 1: Genel Siyasal İletişim Süreci



Kaynak: (Taşmurat, 2019: 65-66).

“Siyasal iletişim, yasama, yürütme ve yargı işlemlerini gerçekleştirecek olan siyasi aktörler (partiler, hükümetler, siyasi liderler vb.) ile vatandaşlar (yönetilen) arasındaki bir enformasyon akışı” olarak tanımlanmaktadır (Yaşın, 2006, s. 633). İletişimin siyasal bir boyut kazanması aşamasında, siyaset bu sürece dâhil olduğundan dolayı mesajı gönderen kişiden çok mesajın içeriğine odaklanılır (Tokgöz, 2010, s. 84). Bundan dolayı siyasal iletişim süreci siyasal içerikli mesajların tasarlanıp, aktarılması için gerçekleştirilen bir süreç olarak değerlendirilebilir. Bu iletişim süreci özellikle siyasal kampanya süreci içerisinde siyasal liderler tarafından profesyonel bir şekilde yürütülmek istenmektedir. Bu kampanyaların gerçekleştirilmesinin amacı, kitle iletişim araçlarının vasıtasıyla oy verme işlemlerini gerçekleştirecek olan vatandaşları partiler ya da adaylar hakkında bilgilendirerek, olumlu imaj oluşumunu sağlayarak, parti ya da adaya vatandaşlar tarafından oy verilmesini sağlamaktır. Seçimler, demokrasinin yapı taşıdır ve siyasal iletişim kampanyaları özellikle seçim dönemlerinde siyasal parti ve siyasal liderler tarafından en yoğun şekilde yürütülmektedir. Bu süreç içerisinde seçmenin desteğini kazanarak, sağlanan destek ve olumlu imajın sürdürülerek, devam etmesi ancak sistemli bir şekilde gerçekleştirilen iletişim çalışmaları ile mümkün olmaktadır. Siyasal

kampanyalar, seçmenlerin oy verme davranışında bulunurken neleri göz önünde bulundurduklarını düşünerek planlanmaktadır ve yürütülen seçim kampanyaları da bu unsurlar dikkate alınarak gerçekleştirilmektedir (Demir, 2018, s. 80-81). Siyasal iletişim sürecindeki gerçekleştiren unsurlardan siyasi aktörlere örnek olarak; hükümetler, siyasi partiler, yerel yönetimler, meclis, sivil toplum örgütleri veya baskı grupları verilebilir. Siyasi aktörler seçmenlerin desteğini kazanıp, onları ikna edebilmek için mesajlarını kitle iletişim araçlarını kullanarak iletir. Siyasal mesajlar, yazılı ve görsel basın, internet ve yüz yüze iletişim teknikleri ile seçmene ulaştırılmaktadır. Bu iletişim süreci sonrasında direkt bir şekilde veya dolaylı olarak hedef kitleden geri bildirim alınır ve iletişim süreci hedef kitleden gelen geri bildirimler aracılığıyla sürekli olarak revize edilir (Tokgöz, 2010).

Siyasal iletişim çalışmalarında “afişlerden, şarkılardan, sloganlardan, adayların ve rakiplerin televizyon konuşmalarından, sosyal medyadan, gazete ilanlarından ve yüz yüze iletişim” gibi pek çok unsurdan yararlanılmaktadır (Çağlar & Özkır, 2015, s. 8). Kullanılan bu unsurlar, siyasi aktörlerin belirledikleri seçim stratejilerine göre farklılık gösterebilmektedir.

Siyasal iletişim sürecinin amacı propagandadır. Propagandada retoriğe dayanan tek taraflı bir iletişim mevcuttur. Siyasal iletişim sürecinin iletişim sürecine benzer unsurlar taşıdığı belirtilmiştir ve buna göre genel iletişim süreci içinde bulunan verici, alıcı, kanal, mesaj ve geri besleme elemanlı neredeyse aynı şekilde siyasal iletişim sürecinde de mevcuttur. Genel iletişim süreci ve siyasal iletişim süreci arasındaki en önemli fark; genel iletişim sürecinde geribildirim mutlaka olması gerekir fakat siyasal iletişim sürecinde geri bildirim olmazsa olmaz bir unsur değildir. İletişim her hâlükârda gerçekleşmektedir (Aziz, 2007:156).

2. ARAŞTIRMA

2.1. Mansur Yavaş'ın Özgeçmişi

Mansur Yavaş, 1955 yılında Ankara'nın Beypazarı ilçesinde dünyaya gelmiştir. İlk, orta ve lise öğrenimini Beypazarı'nda tamamlamış, 1979 yılında başladığı İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi'nden 1983 yılında mezun olmuştur. Askerliğini askeri savcı olarak bitiren Yavaş, Beypazarı'nda 13 yıl boyunca serbest avukatlık yapmıştır. Mansur Yavaş, 1989-1994 yıllarında Belediye Meclis üyeliği yaptıktan sonra, 1994 yılında MHP'den Beypazarı Belediye Başkan adayı olmuş, fakat seçilememiştir (<https://www.haberler.com/mansur-yavas/biyografisi/>).

18 Nisan 1999 seçimlerinde ise tekrar MHP'den aday olup, yüzde 51 oy alarak Beypazarı Belediye Başkanı olmuştur. Tarihî Beypazarı konaklarını restore etme ve binlerce yıllık Beypazarı tarihini koruma çalışmalarıyla da "2001 Yılı'nın En İyi Yerel Yöneticisi" ödülünü almıştır ve 24 Eylül 2004 tarihinde ise TÜSİAV tarafından "Yılın Belediye Başkanı" seçilmiştir.

Yavaş, 18 Nisan 2004 tarihinde gerçekleşen seçimlerde yüzde 55 oy oranı ile tekrar Beypazarı Belediye Başkanı seçilmiştir.

Mansur Yavaş, 29 Mart 2009 tarihinde gerçekleşen yerel seçimlerde MHP'den Ankara Büyükşehir Belediye Başkanlığı için aday olmuş, fakat rakipleri İbrahim Melih Gökçek ve Murat Karayalçın'ın ardından seçimi üçüncü sırada tamamlamıştır.

2014 yerel seçimlerinde partisi MHP tarafından tekrar aday gösterilmemesinden dolayı CHP'ye katılmış ve 21 Aralık 2013 tarihinde Cumhuriyet Halk Partisi Merkez Yönetim Kurulu kararıyla Cumhuriyet Halk Partisi üyeliğine kabul edilmiştir. Yavaş daha sonra, CHP tarafından 2014 Türkiye yerel seçimlerinde Ankara Büyükşehir Belediye Başkan Adayı ilan edilmiştir fakat 30 Mart 2014 tarihinde yapılan seçimlerde seçimi yine kaybetmiştir.

Mansur Yavaş, 17 Nisan 2016 tarihinde CHP'den istifa etmiştir.

Mansur Yavaş, 18 Aralık 2018 tarihinde 2019 Türkiye yerel seçimlerinde CHP'nin Ankara Büyükşehir Belediye Başkan adayı olarak belirlenmiştir. 31 Mart 2019'da yapılan yerel seçimlerde, Ankara'da oyların yüzde 50,93'ünü almıştır. Seçim sonuçlarına yapılan itiraz sürecinin tamamlanmasının ardından 8 Nisan 2019 tarihinde YSK'dan mazbatasını alarak Ankara Büyükşehir Belediye Başkanlığı görevine başlamıştır.

Yavaş; 9 Aralık 2020 tarihinde Uluslararası Şeffaflık Derneği tarafından "9 Aralık Dünya Yolsuzlukla Mücadele Günü" kapsamında "2020 Şeffaflık Ödüllüne" layık görülmüştür.

2.2. Araştırmanın Amacı Ve Önemi

Araştırmanın amacı, 2000'li yıllardan itibaren önemi ve kullanımı hızla artmaya başlayan sosyal ağların siyasal partiler ve siyasal liderler tarafından seçim kampanyaları süresince nasıl kullanıldıklarını incelemektir.

Bu çalışma, şimdiye kadar Mansur YAVAŞ'ın sosyal medya üzerinden yürüttüğü siyasal kampanya ve çalışmalarının belirlenen dört strateji üzerinden ilk defa incelenmesi açısından özgün bir çalışmadır.

2.3. Araştırmanın Evren Ve Örneklemi

Araştırmanın evreni, 2019 yerel seçimlerinde YouTube üzerinden belediye başkan adaylarının yürüttüğü kampanyalardır. Araştırmanın örnekleme ise, Ankara Büyükşehir Belediye Başkan Adayı Mansur YAVAŞ'ın Aralık 2018- Mart 2019 tarihleri arasında YouTube üzerinden yürüttüğü seçim kampanyalarıdır.

2.4. Araştırmanın Yöntemi

Çalışmada nicel veri toplama tekniklerinden biri olan içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. İçerik analizi yöntemi özellikle sosyal bilimlerde alanında araştırmalar yapan çalışmacılar tarafından tercih edilmektedir. İçerik analizi yöntemi kullanıcıya çalışma yapmış olduğu metin ya da görselin sunduğu mesajlardan çıkarımlar yapma imkanı vermektedir (Büyüköztürk vd. 2014, s: 246-247).

İçerik analizinde incelenen veriler belirli başlıklar altında gruplandırılabilir. Bu sayede araştırmacı paylaşımları inceleyip yorumlarken, bu paylaşımları da belirlenen gruplar altında verebilmektedir. Belirlenen gruplardaki çalışmalar; YouTube'daki kampanyalar incelenerek

Necati Özkan'ın seçim kampanyalarında kullandığı dört kategori olan ikna et, sevdire, tanıt ve sandığa git üzerinden yapılmıştır.

2.5. Araştırmanın Bulguları

2019 yerel seçimlerinde Ankara Büyükşehir Belediye Başkan Adayı olan Mansur YAVAŞ'ın kullandığı iletişim stratejileri; ikna etme, tanıtma, sevdirmeye ve sandığa götürme kategorilerinde incelenmiştir.

İkna Etme Stratejileri

Mansur Yavaş ikna etme stratejilerinden biri olarak sunduğu eğitim projeleri kategorisinde; ücretsiz okul servisi, her okula hemşire, kitap, kırtasiye, yol yardımı, her okulda gıda kontrolü, rutin göz ve işitme kontrolleri, İngilizce eğitime destek, üniversite hazırlık hizmeti, Milli Kütüphane (İlk etap Ankara Üniversitesi, Gazi Üniversitesi); ulaşım projeleri kategorisinde öğrenciler için aylık abonman kartı projesi, akıllı taksit uygulaması, toplu taşıma, metro projesi, bisiklet yolu, metrobüs, altyapı çalışmaları, 24 saat ulaşım, yol projeleri (Genişletme); israfi önleme projesi kategorisinde belediye araçlarının sayısını azaltma; şeffaflık projesi kategorisinde belediyenin ölçülebilir ve denetlenebilir belediye olmasını sağlama; engelli, kadın ve çocuklar için sunulan ikna etme stratejisinde; 3-6 yaş arası çocuklar için Çocuk Gündüz Bakımevi, zor durumda kalan kadınlar için yeni " Kadın Sığınma Evi ve engelsiz, rahat bir yaşam için engelli rampaları, kılavuz çizimleri yapılacağı belirtilmiştir.

İkna Etme Stratejilerinden biri olarak; su sorununu çözme, musluklardan sürekli içilebilir sular projesini uygulamaya geçirme ve su indirimi yapılacağı belirtilmiştir. İşsizlik ve ekonomi sorunlarına çözüm bulunacağını, bu doğrultuda Tarım Akademisi kurulacağı, belediyenin kullanacağı tüm ürünlerin Ankara'nın çevresindeki köylerden alınarak Ankara'nın köylüsünün kazanacağı belirtilmiştir.

Uluslararası yarışmalar ve fuar alanları yapılacağı böylece Ankara'daki firmaların zenginleşip, bu durumun istihdamı arttıracacağı, halk ekme bükülerinin kalkacağı, bakkalların pek çoğunun belediye ile anlaşmalı olacağı, kart sistemi getirileceği ve kimsenin yardım aldığı bilinmeyeceği, sağlık hizmeti verileceği EYT'li vatandaşların sağlık yardımıyla faydalanabilmesi için belediye olarak ücretsiz destek verilir, süreç boyunca GSS Borçları karşılanacağı açıklanmıştır.

Başkent Mobil Projesi'nin uygulamaya gireceği ve bu projeye vatandaşların yollardaki sıkıntılar için acil bildiri butonuna tıklayıp, fotoğrafını çekerek başvuru oluşturulabileceği, dijital katılımın sağlanabileceği ve yine bu projeye kişilerin kullandıkları güzergahlarda herhangi bir problem olduğunda belediye tarafından önceden sms ile haber verilir, kişilerin başka güzergahları kullanmasını önerecekleri belirtilmiştir.

Yine bir başka projeleri olan Başak Projesi ile; köye ev yapmak isteyenlere (ister tek katlı, ister 2 katlı) ev projelerinin ücretsiz olarak verilir, zemin etütlerinin ücretsiz yapılacağı açıklanmıştır.

Tanıtma Stratejileri

Tanıtma stratejileri kapsamında; dijital medya kullanımı, reklam filmleri, seçim şarkıları, sloganlar, afişler, saha çalışmaları (halkla sokakta buluşma, esnaf ziyaretleri, vatandaşla iftar yapma) ve mitingler gerçekleştirilmiştir.

Sevdirme Stratejileri

Mansur Yavaş'ın yürüttüğü üç aylık seçim kampanyası süresince halkı kucaklayabilmek ve kutuplaşmayı önleyebilmek için sevdirme stratejileri kapsamında biz dili ve pozitif dil kullandığı, belediyede rozetsiz yönetimin hakim olacağı, herkese eşit hizmet verileceği, tarafsız yönetim uygulanacağı belirtilmiştir.

Sandığa Götürme Stratejileri

Ankara İçin El Ele Yürek Yüreğe, Hadi Ankara Sandık Başına Görev Başına ve Bir Şehir Tek Yürek şeklinde belirlenen söylemler de sandığa götürme stratejileri kapsamında üç aylık seçim kampanyasında vatandaşların seçim günü sandığa gidip oy kullanmaları için sıkça kullanılmıştır.

3. SONUÇLAR VE DEĞERLENDİRME

Yukarıda yer alan bulgular ışığında 2019 yerel seçimlerinde Ankara Büyükşehir Belediye Başkan Adayı olan Mansur YAVAŞ; seçmen tarafından tercih edilebilmek için ikna etme kategorisinde daha fazla çalışmalar yaparak, halkla buluşmalarında, kitle iletişim araçlarında sürekli olarak projelerinden bahsedip, bu projeler kapsamında istihdamın artacağını ve Ankara'nın daha güzel bir çehreye kavuşacağını belirtmiştir. Siyasi yaşamı uzun bir geçmişe dayandığı için halk tarafından tanındığından dolayı tanıtma stratejisi için çok zaman harcanmamıştır. Mansur YAVAŞ Millet İttifak'ı (Cumhuriyet Halk Partisi, İyi Parti, Saadet Partisi, Demokrat Parti) aday olduğu için Cumhur İttifakı'nı (Adalet ve Kalkınma Partisi, Milliyetçi Hareket Partisi) destekleyen seçmenin de desteğini alabilmek için daima pozitif dil kullanarak, biz dilini tercih etmesi durumunu da Aralık 2018- Mart 2019 tarihleri arasındaki üç aylık seçim kampanyası süresince ihmal etmemiştir.

4. GENEL DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Siyasal iletişim verinin, mesajın siyasetçiler ve seçmen arasında çeşitli kanallarla aktarılmasını belirtir. Siyasal iletişim süreci dinamiktir, interaktiftir. Bu interaktif ortamda bilgi çift yönlü akmaktadır. Hem siyasetçilerden seçmenlere, hem de seçmenlerden siyasetçilere doğru bir bilgi akışı mevcuttur. Siyasal iletişim süreci içinde ilk olarak iletişim taktiklerinin tasarlanması gerekmektedir. Tasarlanan stratejilerin seçim süreci içinde uygulamaya sokulması ikinci adımda gerçekleşmektedir. Son olarak kampanya yapılır ve eşzamanlı olarak da kampanya bitiminde siyasal iletişimin etkisi ölçülmektedir. Hedeflenen kitlenin ikna edilmesi, istenilen yönde oy vermesinin sağlanması siyasal iletişimde temel gayedir.

Bilgi ve iletişim teknolojileri günümüzde önemli gelişmeler göstermiş ve hayatın her aşamasında değişim ve dönüşümlerin yaşanmasına ortam hazırlamıştır. Bu gelişmelerin en önemlisi ise İnternet teknolojisinde yaşanan gelişmelerdir. Yaşanan değişim ve dönüşümler siyasi faaliyetleri de etkileyerek siyasal partiler ve siyasal liderler tarafından yürütülen seçim kampanyalarının da seyrini değiştirmiştir. Eskiden dünyanın herhangi bir yerinde yapılan siyasal seçimin diğer ülke ya da bölgelerde duyulması uzun bir zamanı alırken, günümüzde

kitle iletişim araçlarının etkisiyle seçim sonuçlarından anında haberdar olabilme fırsatı oluşmuştur. Yaşanan teknik gelişmeler bilginin daha kolay ve güvenilir kaynaklardan elde edilmesini sağlayarak kişilerin birbirleriyle daha kolay ve hızlı bir şekilde iletişim kurmasını, istedikleri konu hakkında araştırmalar yaparak bilgi edinebilmesini ve karşılıklı olarak düşünce ve davranışların etkilenmesine imkan sağlamıştır.

İnternet'in sosyal hayatımıza girip, sosyal ağların gelişmesi ile birlikte siyasal partiler ve siyasal liderler için 'online siyaset' veya 'dijital siyaset' olarak da adlandırılan bir dönem başlamıştır. Siyasal kampanyalarda ortaya çıkan bu yeni tarz siyaset yapma durumu 2008 yılında ABD'de yapılan Başkanlık seçimlerinde Barack Obama tarafından uygulanmış ve Demokrat Parti ve Barack Obama adına başarılı sonuçlar elde edilmesini sağlamıştır. 2008 yılında ABD'deki başkanlık seçimlerinde elde edilen başarılı sonuçlardan dolayı gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin siyasal liderleri sosyal medyanın gücünün farkına vararak, özellikle seçim zamanı yürütülen seçim kampanyalarını planlarken interneti ve sosyal medyayı kullanmaya daha ağırlık vermeye başlamışlardır. Özellikle genç seçmenlerin sosyal medyayı bilgi edinme, iletişim kurma açısından güvenilir buldukları için daha fazla tercih ettiklerinin farkına varan siyasal partiler ve siyasal liderler seçim kampanyalarını sosyal medyaya göre planlamaya başlamışlardır. Sosyal medya olarak tanımlanan Facebook, Twitter, YouTube gibi sosyal iletişim ağları 2004 yılından itibaren hayatımıza girmiştir. Kişiler birbirleriyle iletişim kurabilmek, bilgiyi anında paylaşabilmek ya da iletilen mesaja katkıda bulunmak gibi çeşitli imkanlara bu sosyal iletişim ağları sayesinde kavuşmuşlardır. Sosyal medya sunduğu bu fırsatlardan dolayı çok kısa bir süre içerisinde kişilerin yaşamında önemli bir unsur haline gelmiştir. Sosyal iletişim ağları aracılığıyla gerçekleştirilen seçim kampanyalarında siyasal partiler ve siyasal liderler seçmenlere karşı daha gerçekçi ve sözlerinde, eylemlerinde daha tutarlı davranmak zorundadırlar. Çünkü gelişen iletişim ve internet teknolojisi siyasal parti ve siyasal liderlerin seçim kampanyaları sırasında yaptıkları hareketlerin, kurdukları cümlelerin doğruluklarının araştırılmasını ve verdikleri sözlerin hangilerinin gerçekleştirildiğinin çok kolay bir şekilde öğrenilmesini sağlamaktadır. Ayrıca sosyal iletişim ağları aracılığı ile gerçekleştirilen seçim kampanyaları geleneksel medyaya göre çok daha hızlı ve maliyeti azdır. Sosyal medyayı geleneksel medyadan ayıran en belirgin farklar ise; merkeze bireyi alması, interaktif iletişim sağlaması ve bu araçlar üzerinde müdahale imkanını kısıtlamasıdır. Siyasal parti ve siyasal liderler seçim kampanyalarını yürütürken seçmenlerle daha hızlı ve kolay iletişim kurabilmek ve interaktiflik aracılığıyla katılım oranının yüksek olmasına imkan sağladığı için sosyal iletişim ağlarını kullanmaktadırlar. Sonuç olarak sosyal iletişim ağları, kitlelerin sosyalleşmelerinde gereksinim duydukları bilgiyi daha kolay elde etme imkanı sağlamakla birlikte, siyasal açıdan bilinçlenmelerine ve demokratik haklarını elde etme imkanı sağlamaktadır.

Araştırmanın amacı, 2000'li yıllardan itibaren önemi ve kullanımı hızla artmaya başlayan sosyal ağların siyasal partiler ve siyasal liderler tarafından seçim kampanyaları süresince nasıl kullanıldıklarını incelemektir. Araştırmanın evreni, 2019 yerel seçimlerinde YouTube üzerinden belediye başkan adaylarının yürüttüğü kampanyalardır. Araştırmanın örneklemini ise, Ankara Büyükşehir Belediye Başkan Adayı Mansur YAVAŞ'ın Aralık 2018- Mart 2019 tarihleri arasında YouTube üzerinden yürüttüğü seçim kampanyalarıdır.

Çalışmanın temel bulguları ise; Mansur YAVAŞ 2019 yerel seçimlerinde belirlenen dört stratejiden biri olan ikna et kategorisinde eğitim, ulaşım, alt yapı çalışmaları, şeffaflık, istihdam alanlarında yaşanan problemlere çözüm önerileri sunmuştur. Tanıtma kategorisinde ise uzun yıllara dayanan siyasi geçmişi olmasına rağmen özellikle genç seçmenlere daha hızlı ve direkt ulaşabilmek için sosyal medya kullanımını aktif olarak gerçekleştirmiş, afişler, reklam çalışmaları, sloganlar, seçim şarkıları hazırlamış ve halkla doğrudan iletişim kurabilmek için çok sık esnaf ziyaretleri yaparak sorunlarını dinleyip, mitingler düzenlemiştir. Sevdirme kategorisinde ise belediye yönetimi sırasında rozetsiz, partisiz bir belediye başkan adayı olacağını, herkesin eşit olacağını belirtmiş ve seçmenleri kucaklayabilmek için de daima pozitif dil kullanarak tartışmalardan kaçmaya çalışarak biz duygusunu inşa etmeye çalışmıştır. Son olarak sandığa götür kategorisinde ise demokratik haklarından biri olan oy kullanma eylemini gerçekleştirme isteğinde azalma olan seçmeni Ankara İçin El Ele Yürek Yüreğe, Hadi Ankara Sandık Başına Görev Başına ve Bir Şehir Tek Yürek şeklinde belirlenen sloganlarla birliktelik duygusu yaratmaya çalışarak, sandığa gidip oy kullanmak için teşvik etmeye çalışmıştır.

Bu araştırma bu alanda çalışmalar yapan profesyonel ve akademisyenlerin aynı adayın diğer sosyal ağlardaki kampanyalarını nasıl yürüttüğünü, diğer sosyal ağlara özgü kampanyalarının var olup olmadığına bakılarak, bu ağlardaki kampanyalar tasarlanırken rakiplerinin çalışmaları da incelenerek yapılacak diğer çalışmalara yön verebilir.

KAYNAKÇA

Kitap Örneği

- [1] Akarçay, E. (2009). *Siyaset ve Toplum*, Nadir Suğur (Editör), Sosyolojiye Giriş (ss.72-97). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, 2004.
- [2] Aziz, A., *Siyasal İletişim*, Nobel Yayın Dağıtım, 2003.
- [3] Aziz, A., *Siyasal İletişim*, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, 2007.
- [4] Bostancı, M., *Sosyal Medya ve Siyaset*, Palet Yayınları, Konya, 2015.

Makale Örneği

- [1] Taşmurat, T., Siyasal iletişim süreci ve siyasal mesaj stratejileri Nosyon: Uluslararası Toplum ve Kültür Çalışmaları Dergisi - Nosyon: International Journal of Society and Culture Studies 2019, 2, 64-79, 2019.
- [2] Yaşın, C., “Siyasal Kampanya Yönetiminde Bütüncül Yaklaşım”, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi(15), 631-650, 2006.

Yalnızca İnternet Ortamında Yer Alan Kaynaklar

- [1] <https://www.haberler.com/mansur-yavas/biyografisi/> (Erişim tarihi: 20.04.2021).

REKLAM AJANSLARININ DİJİTAL DÖNÜŞÜM ANALİZİ

Ercan Ulusoy

İstanbul Ticaret Üniversitesi

0000-0001-6781-5835

ÖZET

Şüphesiz günümüzde internet kullanımı oldukça fazladır. Özellikle gelişen altyapı çözümleri ve teknolojinin mobilizasyonu sağlanmasıyla birlikte internet kullanımı günlük bazda tahmin edilenin de çok üzerinde seyretmektedir. Ülkemizde hemen her bireyin internet kullanıcısı olduğu söylenebilir. İnternet kullanım oranı 2020 yılında 16-74 yaş grubundaki bireylerde %79,0 oldu. Bu oran, bir önceki yıl %75,3'tü. İnternet kullanım oranı cinsiyete göre incelendiğinde; bu oranın erkeklerde %84,7, kadınlarda %73,3 olduğu görüldü. İnternet kullanımının yoğun olması markaların interneti bir reklam unsuru olarak görmelerine yol açmıştır. Markalar, internet kullanıcılarına ulaşmak için reklam bütçelerinde internet reklamlarına da yer ayırmıştır. Birçok markanın internet reklam bütçesi diğer mecralara oranla daha fazla yer tutmaktadır. Bu nedenle reklam ajanslarının dijital dünyaya uygun reklam tasarımları oluşturması gerekmektedir. Markalar hedef kitlelerini alışverişe teşvik etmek amacıyla internetin iletişim diline uygun reklam çalışmaları gerçekleştirmelidir. Bu noktada reklam ajanslarının desteği de yadsınamayacak seviyede önem kazanmıştır. Reklam ajansları da bünyesindeki dijital kadroların sayısını arttırmış ve bu alandaki istihdam sirkülasyonunu doğru yönetmeye yoğunlaşmıştır.

Bu çalışma reklam ajanslarının dijital çözümler üretirken teknolojinin ve dijital dönüşüm trendlerinden hangi oranda yararlandığını incelemek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Türkiye'de reklam sektörünün gelişimi, reklam ajansı türleri ve reklam ajanslarının organizasyonel yapısı incelenecektir. İkinci bölümde ise, Türkiye'de dijital dönüşüm olgusunun gelişimine ve dijital dönüşüm kavramının reklam ajansları üzerindeki yansımalarına yer verilmiştir.

Türkiye'deki reklam ajanslarının dijital dönüşüm seviyelerini ölçmeye yönelik gerçekleştirilen araştırmada bulguların analiz edilerek ve bulgulara ilişkin çıkarım ve değerlendirmeler yapılarak çalışma sonlandırılacaktır. Bu bağlamda reklam ajanslarının dijital dönüşümüne bir bakış gerçekleştirilmiş olacaktır.

Anahtar Kelimeler : Reklamcılık, dijital dönüşüm, reklam ajansı

1. Giriş

İnsanlık tarihi kadar geçmişi olduğu varsayılan reklam, içinde bulunduğu her döneme ayak uydurmayı başarmıştır. Reklamın zaman içerisinde gelişip kendini yenilemesi veya evirmesi söz konusu olmaktadır. Sürekli bir gelişim ve yenilenme içerisinde olan sektörler reklam aracılığıyla hedef kitlesine ulaşma fırsatı bulmuşlardır. Reklamın önemi sadece ticari faaliyetler için değil; siyasi partiler, toplumsal fayda oluşturmak amacıyla kurulmuş dernekler ve insanın aktif rol aldığı hemen her yapılanmada ortaya çıkmıştır. Reklamın bu denli hayatın her alanında olması ve birçok değişkeni üzerinde barındırması onun profesyonel olarak uygulanmasını gerektirmiş ve böylece markaların reklam ihtiyaçlarını profesyonel olarak karşılamak amacıyla reklam ajansları kurulmuştur. Reklam ajansları da bulunduğu dönemin teknoloji ve diğer imkanlarını kullanarak markalara özel reklam uygulamaları geliştirmektedir.

Markaların dijital reklamlara olan ihtiyacı her geçen yıl katlanarak artmaktadır. Bu ihtiyacın giderilmesi noktasında markalar kendi bünyesinde dijital pazarlama kadrosu istihdam etmekte veya reklam ajanslarından hizmet almaktadır. Reklam ajansları markaların dijital platformlarında kullanılmak üzere içerik üretir ve markaların dijital dünyadaki reklam materyallerini(video, banner vb.) oluşturarak dijital reklam kampanyalarını planlar. Reklam ajansları markalara bu hizmetlerin yanı sıra dijital itibar yönetimi, arama motoru optimizasyonu, dijital kullanıcı deneyimi yönetimi gibi hizmetler de sunmaktadır.

Markalar bilinirliğini arttırmak ve satış hedeflerine ulaşmak için birçok kanalda reklam ve pazarlama stratejileri kurgulamaktadır. Bu stratejilerin büyük bir kısmı dijital medya kanallarını kapsamaktadır. (Facebook, google ads, twitter ads vb.) Son yıllarda reklam ajansları da bu yönde evrilmeye özen göstererek dijital pazarlama alanında yetkin kişileri kadrolarına dahil etme girişimlerinde bulunmuşlardır.

Günümüzde popülerliğini koruyan dijital reklamlar, reklam ajanslarının da dijital dönüşümünü başlatmıştır. Reklam ajanslarının dijital dönüşüm oranı ile dijital pazarlama çalışmalarının başarısı doğru orantılıdır.

Bu çalışmada yaygın gözlem yöntemi tercih edilmiştir. Bu yöntem çerçevesinde mülakat tekniği uygulanarak sonuçlar elde edilmiştir. Araştırmanın evreni İstanbul Ticaret Odası'na kayıtlı reklam ajansları ile sınırlandırılarak "basit rastlantısal" örnekleme sağlanmış, toplamda 10 adet reklam ajansında aktif olarak görev yapan dijital pazarlama uzmanları ile görüşme sağlanmıştır.

2. Reklam ajansı türleri

Reklam sektörünün gelişmesi ile birlikte reklam ajansları hizmetlerini çeşitli alanlara ayırarak organizasyon yapılarını şekillendirmiştir. Reklam verenler ajansın sunduğu hizmete ve kapasitesine göre reklam ajansı seçmek durumundadır.

2.1 Tam Hizmet Ajansı

Tam hizmet ajansları pazarlama iletişimi alanına giren hemen her disiplinin hizmetini sağlayabilecek kapasite ve yetkinliğe sahip ajanslardır. Oldukça geniş bir hizmet yelpazesine sahip olan tam hizmet ajanslarının faaliyetlerini aşağıdaki gibi sıralayabiliriz :

- Basın reklamları,
- Radyo reklamları,
- Televizyon reklamları,
- Sinema reklamları,
- Açık hava reklamları
- Fuar organizasyonları,
- Marka yönetimi,
- Kurumsal kimlik oluşturma,
- Web sitesi tasarımı,
- Mültivizyon gösterileri,
- Televizyon programları yapımı,
- Müşterinin iletişim stratejisini oluşturma ve oluşturulan bu stratejileri uygulamaya koyma halkla ilişkiler etkinlikleri, vb

Tam hizmet ajanslarının operasyonlarında iki farklı çalışma biçimiyle karşılaşmaktadır. Bunlardan ilki ajans içerisinde adeta farklı ajansların bulunduğu kümeler halinde çalışma biçimidir. Bu biçimde her küme bir veya birden fazla müşteri ile ilgilenmektedir. Diğer bir çalışma biçimi ise her disiplinin bölümlenmesiyle oluşturulmuştur. Ajans içerisindeki her alan (finans, müşteri ilişkileri, yaratıcı bölüm vb.) ayrı bir bölümdür ve ayrı yöneticilere sahiptir (Gülsoy, 1999).

2.2 Butik Ajans

Butik ajanslar genellikle yaratıcı işler şeklinde tanımlanan (kurumsal kimlik tasarımı, video prodüksiyon, vb.) üzerinde faaliyet göstermektedir. Butik ajanslar, hizmet yelpazesinin dar olduğu fakat yaratıcı yönünün kuvvetli olduğu ajans türüdür. “İngilizce literatürde butik ajanslar, “creative shop”, “hot-shop agency”, “creative boutique” gibi adlarla da anılmaktadır.” (Elden, Reklam ve Reklamcılık, 2013).

2.3 Modüler Hizmet Ajansları

Modüler hizmet ajansları daha çok proje bazlı reklam çalışmalarında görülmektedir. Bu tip ajanslar reklam filmi veya herhangi bir ortam için hazırlanan reklam çalışması için hemen

hemen ihtiyaç duyulan tüm noktaların tedarigi ile ilgili hizmet sağlayabilmektedir. Bu hizmetlere casting(Oyuncu sağlama) yaratıcı taraftaki hizmetler veya sözü geçen reklam çalışmasının içerisindeki herhangi bir hizmet dahil edilebilir (Elden, Reklam ve Reklamcılık, 2013).

2.3 Kurum İçi Ajanslar

Bazı kurumlar reklam çalışmaları üzerinde tam denetimi sağlayabilmek adına kendi yönetimlerine bağlı bir reklam ajansı ile çalışmak isteyebilirler. Bu nedenle reklam ajansını bir kurum içi departman olarak konumlandırırlar. Böyle bir çalışma içerisinde ilgili ajans sadece tek bir kuruma hizmet vermektedir. Bu uygulamanın kendi içerisinde artısı ve eksisi olmakla birlikte, reklam operasyonlarının büyüklüğüne göre bu olumlu ve olumsuz yönler şekillenmektedir.

2.4 Uzman Ajans

Özel olarak bir sektöre, hedef kitleye veya ortama odaklanmış reklam ajansları uzman ajans türüne örnektir. Uzman ajanslar odaklandıkları sektöre özel kadrolar oluşturmaktadır. Bu tip ajansların avantaj olarak tanımlanabilecek özellikleri, faaliyet alanı olarak hedefledikleri sektörü tüm hatlarıyla bilmeleri ve alanında uzman kadrolarla bu sektörlerde aktif rol oynamalarıdır. Halkla ilişkiler ajansı, prodüksiyon ajansı, doğrudan pazarlama ajansı gibi ajanslar uzman ajans türüne örnek olarak gösterilebilir. (Elden & Kocabaş, Reklamcılık-Kavramlar, Kararlar, Kurumlar, 2004).

Uzman ajanslar markalara uzmanlık gerektiren konularda proje bazlı ya da düzenli olarak hizmet vermektedir. Uzman ajanslar, markaların bünyesindeki personeller ile çözüme kavuşturamadığı noktalarda profesyonel hizmet alabileceği ajanslardır.

2.5 Rolodeks Ajans

Rolodeks kelimesi, İngilizce'deki "rolling" (yuvarlama) ile "index" (fihrist) kelimelerinin birleştirilmesinden oluşturulmuş "rolodex" kelimesidir. Fihrist sistemindeki yapıya benzer bir şekilde ajans içerisinde kadrolu ve tam zamanlı olarak çalışmayan kişilerin gerektiğinde ilgili görev için çalıştırılması modelidir. Bu ajans türü, serbest çalışma(freelance) biçimine benzemektedir.

3. Reklam Ajanslarının Organizasyonel Yapısı

Reklam ajanslarının organizasyonel yapısı incelendiğinde ajansların büyüklüğüne göre değişmekle beraber temel olarak şu şekilde sıralanabilir:

3.1 Yaratıcı Bölüm

Metin yazarları ve sanat yönetmenlerinin yer aldığı yaratıcı bölüm, bir reklam çalışmasının ortaya çıkması için gereken metin, görsel ve diğer materyalleri oluşturmakla görevlendirilen bir bölümdür. Metin yazarları reklam metinlerini oluştururken, sanat yönetmeni ve ekibi de ilgili

metnin görselleştirilmesi için çalışmaktadır (Taş & Şahım, 1996). Metin yazarı ve sanat yönetmenlerinin başlıca görevlerini aşağıdaki gibidir:

Reklam Yazarı: Yaratıcı fikrin oluşmasında ve yazılmasında aktif olarak bulunmaktadır. Strateji ve yaratıcı fikir oluşturma sürecinde görev alır. Sanat yönetmeni ile iş birliği yaparak, marka değerlerini öne çıkaracak şekilde, çeşitli mecralarda kullanılacak işlerin metinlerini yazar. Prodüksiyon aşamasında bulunup, brief'e uygun iş üretilmesinden, biten işin kalitesinden sorumludur. Ülke ve dünyadaki yarışmaları, sektörün performansını izler, özgün ve ödül kazandırıcı işler üretebilecek bilgi birikimine sahip olur.

Sanat Yönetmeni (Art Direktör): Reklam yazarıyla birlikte yaratıcı fikri oluşturur, yaratıcı işin görsel yönüyle ilgili sorumluluk alır. Görev ve sorumlulukları: Kreatif brief doğrultusunda, reklam yazarıyla birlikte yaratıcı çözümler hazırlar, marka değerlerini öne çıkaracak şekilde, görsel yönlendirme yapar. Yaratıcı işlerin prodüksiyon aşamasında bulunur, brief'e uygun iş üretilmesinden, biten işin kalitesinden sorumludur. Ülke ve dünyadaki yarışmaları, sektörün performansını izler, özgün ve ödül kazandırıcı işler üretebilecek bilgi birikimine sahip olur.

3.2 Prodüksiyon Bölümü

Tüm prodüksiyon işleri bu bölüm tarafından yürütülmektedir. Prodüksiyon bölümü bir reklam filminin ortaya çıkması için gereken, oyuncu, yönetmen, teknik ekipman vb. Gereksinimleri tedarik etmekle sorumludur. (Taş & Şahım, 1996). Prodüksiyon bölümünün görev ve sorumlulukları “İlgili firmalardan alınacak fiyat tekliflerinin aynı kriterlere göre hazırlanması için, şirketlerle bağlantıya geçmeden önce yaratıcı ekiple teknik özellikler ve detaylar üzerinde mutabakata varır. Onaylanan senaryonun gerektirdiği teknik ve sanatsal kapasitelere hâkim prodüksiyon şirketlerinden fiyat ister. Teklifleri, kalite, yaratıcılık, hız ve maliyet açılarından değerlendirir ve müşteriye öneri sunar. Uygun ve efektif yapım maliyetinden sorumludur. Müşterinin onayından sonra, senaryodaki metin, görüntü, oyuncuların tanım ve kostümleri, mekân, dekor, teknik malzeme, zamanlama vb. detayları kapsayan bir dosya hazırlayarak, üretimin bu doğrultuda yapılmasını sağlar. Film ve fotoğraf çekimleri sırasında sette bulunur. Brief'e uygun iş üretilmesini sağlar. Bu çalışmalar sırasında müşteri, müşteri temsilcisi ve yaratıcı ekip ile çok yakın iş birliği içinde çalışır. Üretimle ilgili faturaların doğru zamanlamayla müşteriye gönderilmesi ve tahsilat süreçlerinde ajanstaki finans bölümüyle koordineli çalışır. Prodüksiyonun farklı aşamalarında hizmet veren kişi ve kurumları tanır, yeni yetenekleri öğrenir ve üretilen işleri izler. Yaratıcı ekiple yakın iletişim içinde bulunarak, beklenen baskı, kâğıt ve renk kalitesini anlar. Kalite, fiyat ve hız açısından en uygun matbaayı seçer ve müşteriden onay alır. Basım sürecinin her aşamasında kaliteyi denetler. Basım teknikleri konusundaki gelişmeleri izler, sektöre hizmet veren kuruluşları tanımakla yükümlüdür.“ (Özkoyuncu, 2010).

3.3 Medya Satın Alma Bölümü

Ajans müşterisi için medya planlaması ve medyadan yer ve zaman satın alma işlemleri, medya satın alma bölümü tarafından gerçekleştirilmektedir. İlgili müşteri için uygun mecrayı da yine bu bölüm seçmektedir. (Taş & Şahım, 1996: 30). Medya bölümünün görev ve sorumlulukları başlıca, “Hizmet verilen markaların pazarlama ve iletişim stratejilerini öğrenir; ihtiyaçları

tanımlayan medya brief'ini alır, hedef kitleyi ve bütçeyi anlar; medya planlama ve satın almanın, markanın hedefleri doğrultusunda yapılmasını sağlar. Yıllık / dönemsel medya planlama ve satın alma stratejisini belirler; müşterinin medya bütçesinin efektif kullanımından, doğru mecra karması planlamaktan sorumludur. Müşterinin ajanstan beklediklerini, ajanstaki stratejik planlama sorumlularıyla birlikte, bir kez de kendi tanımlar ve debrief olarak adlandırılan bu çalışmayı müşteriye onaylatır. Medya bütçesini yönetir. Strateji aşamasında belirlenen mecraların hedef kitle bazında hangi dönemde, hangi yoğunlukta, hangi ulaşım maliyetiyle ve hangi satın alma avantajlarıyla var olacağına karar verir. Ajans ve müşterilerini temsilen mecra sorumlularıyla sürekli iletişim hâindedir. Yaratıcı çözüm önerileri geliştirir, müşteri onayından sonra, satın alma yapar. Tamamlanan müşteri kampanyaları ve rakiplerin durumuyla ilgili, karşılaştırmalı dönem raporu hazırlar, öneriler geliştirir. Dünyadaki gelişmeleri yakından izler, medya trendlerini takip eder” (Özkoyuncu, 2010).

3.4 Ulaşım / Trafik Bölümü

Reklam ajansındaki işlerin planlanması bu bölüm tarafından yapılmaktadır. Tüm hizmetlerin faturalandırılması yine bu bölüm tarafından gerçekleştirilerek, nihayete ulaştırılmaktadır. (Taş & Şahım, 1996).

3.5 İdari ve Mali İşler Bölümü

Ajansta bulunan çalışanlar ile müşteriler arasındaki muhasebe sürecinin yanı sıra ajansın muhasebe alanındaki yasal süreçlerini de yürüten bölümdür (Taş & Şahım, 1996).

3.6 İnsan Kaynakları Bölümü

Ajansın kurum içi insan kaynakları politikasını tespit ederek yürütmek ve işe alım işlemlerinin gerçekleşmesini sağlamak bu bölümün sorumluluğundadır. Çalışanların görev tanımlarını da insan kaynakları bölümü oluşturmaktadır. (Taş & Şahım, 1996).

3.7 Pazarlama ve Satış Geliştirme Bölümü

Bu bölümün temel faaliyetleri arasında sektörel yayınlarda ajansın yer almasının sağlamak, pazarlama, iletişim vb. konularda gerçekleştirilen etkinlik, kongre ve eğitim toplantılarına katılım sağlamak ve ajans için en faydalı kişi veya kurumlarla sponsorluk anlaşmaları yapmak gösterilebilir (Aktuğlu, Temel Eğinli, & Misci, 2007)

4. Reklam ajanslarının organizasyonel evrimi

2000’li yıllara gelindiğinde dünyada ve ülkemizde dijitalleşmenin etkisi daha fazla hissedilmeye başlanmıştır. İnternet teknolojisinin yaygınlaşması, hemen her bireyin bir cep telefonu sahibi olması modern dünyanın olmazsa olmazı haline gelmiştir. Bu durumda reklam verenler de kullanıcının zaman geçirdiği mecraları reklam alanı olarak tercih etmeye başlamıştır. Reklam sektörü bu değişime ayak uydurabilecek insan kaynağına ihtiyaç duymuş ve hızla dijital alanda gelişmeye yönelik çalışmalar başlamıştır. Üniversitelerin iletişim fakültelerinde de dijital pazarlamaya yönelik bölümler artırılmış ve reklam sektöründe dijital pazarlama uzmanlarının sayısı her geçen yıl artmıştır. Bu bağlamda reklam sektörü

dijitalleşmenin etkisi ile birlikte organizasyonel açıdan evrilmiş ve yeni ajans türleri doğmuştur. Yeni doğan ajans türleri şu şekilde sıralanabilir:

4.1 Mobil Pazarlama Ajansları: Mobil cihazlara ve mobil cihazlar üzerindeki kullanıcı davranışlarına odaklanan mobil pazarlama ajansları, markalara mobil olmak ve mobil dünyanın dinamiklerine ayak uydurmak için hizmet sağlar. Mobil pazarlama ajansları teknik bilgi ve ekipmanlarıyla bu markalara özel mobil çözümler geliştirirler.

Mobil pazarlama, reklam malzemelerinin tüketicilere mobil cihazlar üzerinden sunulmasıdır. Bu alanda kuruluşlara hizmet veren ajanslara da mobil pazarlama ajansları denir. Bu alanda mobil olmanın etkisi ön plandadır ve bu durum da son derece ileri düzeyde teknik bilgi, ekipman ve altyapı sahibi olmayı gerektirmektedir. “Bu pazarlama alanı, katılımcı kazanma oranı (acquisition rate), oyun reklamlar (advergaming), satış ortaklığı (affiliate marketing), hücre yayını (cell broadcast), tıkla ara (click-to-call), bin gösterim başı maliyet (cost per mile), WAP portalı ve bir dizi daha kavramı içermektedir.”

Mobil pazarlama kampanyaları diğer kampanyalarla eş zamanlı yürütüldüğünde oldukça etkili bir hale gelmektedir. Bu eşzamanlılık mobil kampanyaların etkinliğini daha çok arttırmakta ve kullanıcı ile reklam arasında bağ kurmayı kolaylaştırmaktadır. Örnek olarak kullanıcılara oyun olarak sunulan reklam çalışmaları gösterilebilir. Bu çalışmalarda kullanıcının sevdiği veya oynama ihtimalinin yüksek olduğu oyunların senaryosu ile reklam senaryosunu bağdaştırmak ve oyun dinamikleri ile reklam dinamiklerini benzetmek gibi noktalara temas edilmektedir. (Özkoyuncu, 2010)

Mobil pazarlama ajansları son dönemlerde reklam verenlerin ilgisini çekmektedir, sebebi ise her geçen gün artmaya devam eden mobil kullanıcı sayısı ve kullanıcıların mobil cihazlarda geçirdiği zamanın artmasıdır. Buna göre mobil pazarlama ajansları reklam verenlerin mobil dünyadaki hemen her ihtiyacını karşılayacak şekilde hizmet vermektedir.

4.2 Sosyal Medya Ajansları: Son yıllarda markalar için Sosyal medya ajanslarından hizmet almak sıkça gerçekleştirilen eylemlerden biridir. Sosyal medya platformlarının ülkemizde ve dünyadaki popülerliği markaları bu mecralarda kampanya oluşturmaya yöneltmiştir. (Özkoyuncu, 2010).

Sosyal medya platformlarının reklam verenler için sunduğu portallar sayesinde sosyal medya platformlarındaki kitlelere reklam ve tanıtım çalışmaları yapılabilmektedir. Sosyal medya ajansları, markaların mesajlarını sosyal medyanın dinamiklerine uygun bir şekilde sunarak sosyal medya platformlarındaki hedef kitlelerine ulaştırmaktadır. Günümüzde sosyal medya iletişimi markalar için olmazsa olmaz bir konudur. Bu nedenle birçok marka sosyal medya ajanslarından sosyal medya iletişimi, sosyal medya reklam yönetimi ve içerik pazarlama konusunda profesyonel hizmet almaktadır.

4.3 SEM ve SEO Ajansları: “Arama Motoru Pazarlaması anlamına gelen SEM (search engine marketing), bir internet sayfasının arama sonuçlarına ilan yerleştirerek bir siteye daha fazla trafik çekme sürecini içermektedir. Arama Motoru Optimizasyonu anlamına gelen SEO (Search Engine Optimization) ise bir web sitesinin serbest arama sonuçlarının sıralamasını daha üst sıralara taşıma sürecidir. Arama Motoru Pazarlaması hizmetleri veren firmalar SEM ajanslar;

Arama Motoru Optimizasyonu hizmetleri veren firmalar ise SEO ajanslar olarak adlandırılmaktadır.” (Özkoyuncu, 2010)

Markalar uzun vadede arama sonuçlarında ilk sıralarda yer almak için internet sitelerini google algoritmalarına uyumlu hale getirir ve özgün içerikler oluşturarak en üst sıraya yerleşmeyi hedefler. Arama motoru optimizasyonu ajansları da markalara bu hedeflerine ulaşmaları için profesyonel hizmet sunarlar.

5. Bulgular ve Değerlendirme

Reklam ajanslarının dijital dönüşüm analizi çalışması kapsamında reklam ajansları ile yapılan görüşmelerde çalışmanın sonundaki sorular iletilerek alınan cevaplar doğrultusunda aşağıdaki sonuçlar gözlemlenmiştir.

- Verilen cevaplar genel olarak incelendiğinde ilgili reklam ajanslarının iş süreçlerinde verilerden faydalanmaya çalıştığı gözlemlenmiştir.
- Cevapların geneli incelediğinde ajansların reklam ajanslarının dijital ve dijitalleşmeden haberdar olduğu ve küçük ya da büyük ölçekli çalışmalarla ajans içi dijital dönüşüm stratejileri geliştirdiği gözlemlenmiştir.
- Reklam ajanslarının veri bilimi özelinde çalışmalarının yetersiz olduğu ve geliştirilmesi gerektiği gözlemlenmiştir.
- Reklam ajanslarının cevapları incelendiğinde dijital dönüşüm çalışmalarının 3. parti hizmet ve uygulamalar üzerinden yürütüldüğü görülmüştür.
- Reklam ajanslarında bulunan personellerin dijital dönüşüm sürecindeki yetkinliğinin yetersiz olduğu ve çeşitli eğitimlerle bu durumun değiştirilmesi gerektiği gözlemlenmiştir.

Yukarıdaki sonuçlar incelendiğinde dijital reklamcılık dünyasında aktif olarak rol alan reklam ajanslarının dijital dönüşümünü henüz tamamlamadığı ve dijital dönüşümün genellikle üçüncü parti yazılımlar yoluyla sağlanmaya çalışıldığı gözlemlenmektedir. Reklam ajanslarının markalara dijital dünyada bilinirlik, pazar payı büyütme ve online itibar yönetimi konularında hizmet verdiği düşünüldüğünde ajanslarda dijitalleşmenin ve dijitalin gerekliliklerin diğer sektörlerden daha hızlı kavranıp uygulanması beklenmektedir.

Bu çalışma göstermiştir ki, reklam ajanslarının birçoğu dijital dönüşümünü üçüncü parti yazılımlar yoluyla gerçekleştirmiş, ancak etkili bir dijital dönüşüm stratejisi ortaya koyamamıştır. Dijital dönüşüm stratejisinin planlanması ve uygulanması için uzman kadrolar istihdam etme yolunun daha az tercih edildiği bu açığın ise mevcut dijital pazarlama departmanının dijital dönüşüm konusunda eğitilerek kapatılması tercih edilmiştir. Elbette bu yöntemin de avantaj ve dezavantajları bulunmaktadır.

Reklam ajanslarının dijital dönüşümü dolaylı olarak hedef sektörlerindeki markaları da etkilediğinden, reklam ajanslarının dijital dönüşümü ayrı bir önem arz etmektedir. Bu doğrultuda reklam ajanslarının dijital dönüşüm departmanları kurarak strateji ve uygulamalar geliştirmeleri daha faydalı bir yol olarak karşımıza çıkmaktadır.

Kaynakça

Aktuğlu, I. K., Temel Eğinli, A., & Misci, S. (2007). *Temel Kavramlarla Reklam Ajansı - Reklam Veren İlişkileri*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

Elden, M. (2013). *Reklam ve Reklamcılık*. Say Yayınları.

Elden, M., & Kocabaş, F. (2004). *Reklamcılık-Kavramlar, Kararlar, Kurumlar*. İstanbul: İletişim Yayınları.

Gülsoy, T. (1999). *Reklam Terimleri ve Kavramları Sözlüğü*. İstanbul: Adam Yayınları.

Özkoyuncu, F. (2010). *Ajanslarda Organizasyon ve Yönetim*. İstanbul: auzef.

Taş, O., & Şahim, T. (1996). *Reklamcılık ve Siyasal Reklamcılık*. Ankara: Aydoğdu Ofset.

<https://iabtr.org/>

<http://www.rv.org.tr/>

<https://mediacat.com/>

<http://www.rvd.org.tr/>

<https://hbrturkiye.com/>

“ELİF”İN ÜÇ ÖYKÜSÜ

KARACAOĞLAN, AHMET MUHİP DIRANAS VE BHAETTİN KARAKOÇ’UN “ELİF”
KONULU ŞİİRLERİ ÜZERİNE BİR İNCELEME

Selami ÇAKMAKCI*

ÖZET

Elif’in öyküsü Anadolu coğrafyasının en bilinen öykülerindedir. Elif, divan ve halk şiirinde çok işlenen bir motif olmakla beraber, modern Türk şiirinde de birçok şairin şiirine konu olmuştur. Karacaoğlan’ın “İncecikten bir kar yağar” dizeleriyle başlayan şiiri, Ahmet Muhip Dıranas’ın “Elif” ve Bahaettin Karakoç’un “Elif” adlı şiirleri Türk milletinin sembol şahsiyetlerinden olan Elif’i konu almaktadır. Duygu ve düşünce dünyası olarak benzerlikler taşıyan bu üç şiirde Elif; doğallık, güzellik, annelik, saflık, temizlik, masumiyet gibi özelliklerin yanında kültürel değerlerin de şahsında birleştiği sembol bir isimdir. Karacaoğlan’ın şiirinde Elif, bireysel planda ele alınan bir kadın olmakla birlikte Dıranas ve Karakoç’ta; daha çok toplumsal yönüyle değer kazanan bir kadındır. Elif, Karacaoğlan’da güzelliğin simgesiyken, Ahmet Muhip Dıranas ve Bahaettin Karakoç’ta millî ve manevî değerler dünyasını süsleyen bir varlık konumundadır.

Sevme kültürümüzü ve güzele bakışımızı yansıtan bu şiirlerde Elif’in ahlaki değerlerine ilişkin zengin bir içerik vardır. Ahmet Muhip Dıranas ve Bahaettin Karakoç’un halk şiiri geleneğinden motif olarak yararlanarak oluşturdukları “Elif” adlı şiirleri iki şairin poetik tutumunu da verir. Bu çalışmanın amacı, üç şiirde de idealize edilen Elif’in şahsında temsil edilen değerleri tespit etmek, Anadolu kadınının ruhsal ve fiziksel zenginliğine ayna tutmak, onun milletin varoluşuna ve kültürel sürekliliğe yaptığı katkıyı göstermektir.

Anahtar Kelimeler: Elif, kadın, güzellik, tabiat, kültür.

1. Giriş

Modern Türk şiirinin kaynaklarından biri de gelenektir. Şiirde gelenek sorunu, her şeyden önce kültürün devamlılığı için bir varoluş sorunudur. Dede Korkut, Yunus Emre, Karacaoğlan, Nasrettin Hoca, Ahi Evran, Köroğlu gibi isimler Türk kültür ve medeniyetinin devamlılığına önemli katkıları olmuş şahsiyetlerdir. Kültürün aynası olan Elif de divan şiirinden halk şiirine ve modern Türk şiirine kadar birçok şiire konu olmuştur.

Karacaoğlan, Türk halk şiirinin en bilinen şairidir. 16. yüzyılda yaşamış olan Karacaoğlan, kendisinden sonraki birçok halk şairi üzerinde etkili olmuştur. “*Karacaoğlan, âşıklık geleneğinin oluşmasında, bu gelenek içinde yetişen âşıkların şekillenmesinde geçmişten günümüze kalan tarihi ve kültürel mirasın yanı sıra önemli bir rol oynamıştır.*” (Artun, 2014: 366). Aşk, sevgiyi ve sevgilinin güzelliğini herkesten farklı terennüm etmesi, onu ölümsüz yapan özelliklerdir. Aşk, onun yaşam enerjisinin kaynağı olduğundan birçok şiirinin vazgeçilmez duygusudur. Bu özelliğinden dolayı bir “*âşk şairi*” olarak bilinmiştir. Anadolu’nun birçok il, ilçe ve köyünü dolaştığı bilinen Karaoğlan, özellikle Mersin’den Gaziantep’e kadar uzanan bölgede birçok öyküye konu olmuştur.

* Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Türkçe Eğitimi Bölümü.
selamicak23@hotmail.com

ORCID: 0000-0002-3350-0373

Ahmet Muhip Dıranas (1908-1980) Cumhuriyet dönemi Türk edebiyatı, Bahaettin Karakoç (1930-2018) ise günümüz Türk edebiyatı içerisinde değerlendirilen şairlerdir. Kendine özgü bir şiir dünyasına sahip Ahmet Muhip Dıranas, saf şiirin önemli isimlerindedir. Ahmet Muhip Dıranas'ın şiirinin kaynağında Baudelaire ve halk şiiri vardır. Mehmet Kaplan'a göre Dıranas, halk şiiri geleneğine bağlı kalan, hatta onu taklit eden hece akımını kendine göre değiştirerek, şahsi bir ifade tarzı vücuda getirmiştir. (1990: 84). “*Türk şiirinin beyaz kartalı*” olarak adlandırılan Bahaettin Karakoç'un şiirini besleyen kaynaklara bakıldığında ise, en başta halk şiiri gelir. Şiirlerindeki konulara bakıldığında tam bir “memleket edebiyatı” şairi görünümündedir. Mehmet Narlı, Bahaettin Karakoç'u “*milliyetçi muhafazakâr*” ve “*milliyetçi gelenekçi*” şiir çizgisinde görür. (2015: 44). Karacaoğlan gibi Ahmet Muhip Dıranas ve Bahaettin Karakoç da Anadolu kökenli şairlerdir. Dıranas'ın hayatında Sinop'un önemli bir yeri vardır. İstanbul'da doğan şair, dokuz yaşında ilk defa gördüğü Sinop'un zengin tabiatından hiç kopmamış ve ömrünün sonuna kadar belli aralıklarla bu şehirde yaşamıştır. (Ercilasun, 2014: 221). Şiirlerindeki tabiat teminin fazla yer almasında bu şehrin etkili olduğu söylenebilir. Bahaettin Karakoç ise Kahramanmaraş'ta doğup büyümüş, bu şehirdeki yerli ve millî değerler ekseninde bir yaşam sürmüştür.

Cumhuriyet dönemi Türk şiirinde öne çıkan konu ve temalardan biri de “memleket”tir. Cumhuriyetin ilk yıllarından itibaren kendini edebiyatta hissettiren memleket edebiyatı, Millî edebiyat hareketinin bir uzantısı sayılır. Memleket edebiyatı, “*sanat ve estetikte kendimize dönüş hareketidir. Bu kendimize dönüş dilde, vezinde, zevkte ve muhtevada kendini gösterir.*” (Çağın, 2010: 47-57). Bu edebiyatın geçmişi, Mehmet Emin Yurdakul'un yazdığı “Türkçe Şiirler” kitabındaki metinlere dayanır. Yurdakul, yeni bir çığırın habercisi olarak şiirleriyle büyük bir yankı uyandırır da estetik olarak cılız bir “ses”tir. Memleket edebiyatı içerisinde görülebilecek şiirler, Faruk Nafiz'in “Sanat” adlı şiiri ile estetik bütünlüğe kavuşur. Faruk Nafiz'in bu şiiri Cumhuriyetle birlikte “memleket edebiyatı” denilen bir anlayışın doğmasında etkili olur. Kemalettin Kamu'nun “Bingöl Çobanları”, Cahit Külebi'nin “Sivas Yollarında”, Bedri Rahmi'nin “Türküler Dolusu” adlı şiirleri bu anlayışın öne çıktığı örnek manzumelerdir. Bu şairler, şiirlerinde Türk kültür ve medeniyetine ait değerleri işlerken sanatı ihmal etmemeye özen göstermişlerdir. Farklı ideolojilere sahip şairlerin kaleminde, hamasî, mistik, sosyal problemler etrafında örülen memleket edebiyatı etkisini geniş bir yelpazede günümüze kadar sürdürür. Ahmet Kutsi Tecer, Arif Nihat Asya, Necati Cumalı, Orhan Şaik Gökyay, Ömer Bedrettin Uşaklı, Halide Nusret Zorlutuna, Zeki Ömer Defne gibi şairlerle devam eden memleket edebiyatı duyarlılığı Hisar topluluğu şairleri aracılığıyla 1980'lere kadar gelir. Niyazi Yıldırım Gençosmanoğlu, Bahaettin Karakoç, Yavuz Bülent Bakiler, Ali Akbaş, Dilaver Cebeci, Yahya Akengin gibi millî duyarlılık sahibi şairleri memleket edebiyatının günümüzdeki bir uzantısı olarak görmek mümkündür.

Çalışmada ele aldığımız Karacaoğlan'ın “*İncecikten bir kar yağar*” dizesiyle başlayan türküsü, Ahmet Muhip Dıranas'ın “Elif” ve Bahaettin Karakoç'un “Elif” adlı şiirlerinde; şairlerin sade Türkçe kullanmaları, Türk kültür ve medeniyetine ait motiflere yer vermeleri bakımından bir ruh akrabalığı yaşadıkları görülür. Karacaoğlan'ın şiiri bir yana bırakılırsa iki şairin -Karakoç ve Dıranas- “Elif” adlı şiirlerinde hem halk şiiri hem de memleket edebiyatı denilen kaynaktan beslendikleri görülür. Çünkü “*Türk şiirindeki memleket temasının, daha önceki dönemlerin birikiminden gelen önemli bir kaynağı mevcuttur. Bu kaynağın esasını ise halk şiiri teşkil eder.*” (Çetişli, 2006: 226). Modern Türk şiiri içerisinde yer alan Dıranas ve

Karakoç'un "elif" motifine yer vermeleri, gelenekle ilişkiyi koparmadıklarını gösterir. İki şairin "Elif" adlı şiirlerinin yazılmasında Karacaoğlan'ın şiiri etkili görünüyorsa da metinlerini kendi güçleriyle yazdıkları açıktır.

Bu üç şiirin ortak özelliklerinden biri de şairlerin ilham kaynağının "Elif" olmasıdır. Arap alfabesinin ilk harfi olan "elif", şekil olarak doğruluğu ve dürüstlüğü temsil eder. Elif, Allah'ın tekliğini de sezdirir. Medeniyetimiz ve kültürümüz doğruluğa çok önem verdiği için "Elif" ismine divan ve halk şiirinde çok yer verilmiştir. Divan şiirinde bir mazmun olarak kullanılan Elif, şekil bakımından sevgilinin fiziksel güzelliğini çağırıştırır. "*Edebiyatımızda umumiyetle elif, düzlüğü, dikliği ve inceliği itibarıyla sevgilinin boyu veya kendisidir. Aynı hususiyetlerden dolayı sevgili servi boyludur.*" (Çelebioğlu, 1986: 47). Elif, Türk milletinin birçok değerini kendisinde toplayan bir simgedir. Elif, Karacaoğlan'da sevginin, sevgilinin güzelliğinin simgesiyken Ahmet Muhip Dıranas'ta Anadolu'daki zorlu yaşam koşulları ile mücadelesinde "dağ" kadar zorlukları yenerek milletin geleceğini güvence altına alan kadındır. Bahaettin Karakoç'un Elif'i ise; millî ve manevi dünyamıza ait birçok değerini kendisinde birleştiği bir simgedir. Üç şiire hâkim olan pastoral dekorun bir "*pastoral senfoniye dönüştüğü(nü)*" (Yazıcı, 2012: 162) söylemek de mümkündür.

Karacaoğlan'ın bu çalışmada ele aldığımız şiiri, kaynaklarda türkü olarak geçmektedir. Beş dörtlükten oluşan bu türkü sekizli hece ölçüsüne sahiptir. Şiirdeki 4+4 şeklindeki durak ahengi sağlamakla birlikte, her dörtlüğün sonundaki tekrarlar ahenge büyük katkı sunar. Dıranas'ın "Elif" adlı şiiri, on ikili hece ölçüsüyle ve dörtlüklerle yazılmakla beraber belli bir durak bulunmamaktadır. Şair ahengi kafiyeye ve ölçüyle sağlar. Bahaettin Karakoç'un "Elif" şiiri ise yedi dizeyle kümelenen dört bölümden oluşur. Şiirde herhangi bir ölçü bulunmamakla beraber ahenk unsuru olarak kafiyeden yararlanıldığı görülür. Karacaoğlan'ın şiirindeki öz, Ahmet Muhip Dıranas'ın ve Bahaettin Karakoç'un şiirlerinde simgesel anlamda değişime uğrasa da "Elif" motifi, değişenin içinde değişmeyen olarak varlığını sürdürür. "*Gelenek olduğu gibi aktarılmaz, şairin duyarlığında yeni şekle sokularak, yeniden üretilerek, farklı bir bakış açısının ürünü olarak var kılınır.*" (Çetin, 2009: 17). Dıranas ve Karakoç, söz konusu şiirlerinde geçmişle şimdiyi bir bütün olarak gördükleri için "*geleneksel malzemeyi, düz, somut, bilinen bağlamından kopartarak dönüştürür ve değiştirir, yenileyerek, zenginleştirerek o geleneğin farklı bir ruh ve şekil içinde devamını sağlar(lar).*" (Çetin, 2009: 16). İki şair de gelenekle uyum halinde olmalarından dolayı "Elif" öznesine olumlu yaklaşmışlardır.

Bir şairi büyük yapan şey, herkesin aşına olduğu duygu ve düşünceleri kendine göre ifade etmesidir. Her üç şair de bu doğrultuda vücuda getirdikleri şiirleri ile özgün bir metin oluşturmuşlardır. "*Gerçek şairin dimağı, sayısız duygu düşünce kompleksleri, çeşitli ifade şekilleri ve imajları yakalayan ve bu unsurları yeni bir bileşik oluşturuncaya kadar muhafaza eden bir ortamdır.*" (Eliot, 2012: 176). Ahmet Muhip Dıranas, "Elif" adlı şiirinde duygu ve düşünceleri bir potada eriterek saf şiir örneği verirken; Bahaettin Karakoç, duygu ve düşüncenin iç içe olduğu bir "*kültür şiiri*" (Çetin, 2009: 9) örneği sunar.

2. Güzelliğin Sırrı Elif'in Öyküsü

Güzel ve güzellik, Karacaoğlan şiirinin birkaç önemli temasından biridir. "*Karacaoğlan'ın güzeller için söylediği şiirler bütün şiirleri içinde sayı bakımından önemli bir yekûn tutar. Ancak Karacaoğlan fizikî güzellikle beraber Türk toplum kabullerine göre kadının bir takım meziyetlere sahip olmasını da benimsemiş ve şiirlerinde bunları işlemiştir.*" (Günay,

1993: 47). Ömrü güzelleri sevmek ve onların güzelliğini haykırmakla geçen Karacaoğlan'ın, gönlünü kaptırdığı güzeller bir hayli fazladır. Şiirlerinde gayri müslim kadınlara olan sevdasını zaman zaman dile getirmekle birlikte; Ayşe (Eşe), Döndü, Fadime, Meryem, Şerife, Esmâ, Leyla, Zeliha, Emine isimli kadınlardan daha çok bahseder. Bu isimler, Türk milletinin en çok kullandığı kadın isimleri arasındadır. Karacaoğlan'ın şiirindeki önemli kadın figürlerinden biri de Elif'tir. Elif'in konu edildiği şiirlerin en bilineni; Karacaoğlan'ın, amcasının kızı Elif'e kavuşmadığı için yaktığı “*İncecikten bir kar yağar*” dizeleriyle başlayan türküdür. Rivayete göre yanında kaldığı amcası, kızı Elif'i Karacaoğlan'a vermek ister, ancak Elif onunla evlenmek istemez. (Karakas, 2014: 273). Karacaoğlan, şiirde Elif'ten ayrı kalmanın verdiği ızdırabı ve onun güzelliğini içten bir söyleyişle dile getirir. Şiirde “Elif”, metinde anlamın izinin sürüleceği sözcüktür. Her dizenin sonunda gerçekleşen “Elif Elif diye” şeklindeki tekrarlar ahengin en büyük kaynağı olduğu gibi aynı zamanda şairin aşk ve sevgiliye olan bağlılığının derinliğini göstermektedir. Şiirin genelinde kusursuz güzelliğe sahip bir sevgili imajı çizen şair, sevgilinin güzelliğini anlatırken ilham kaynağı tabiattır. Karacaoğlan'ın şiirinde “*doğal ve kusursuz güzelliği ile aşığı kendisine tutsak eden sevgili, mükemmel doğanın yansıtıcı aynası konumundadır. O, her haliyle, aşığın gerçekte gördüklerinin birleştiricisi ve yansıtıcısıdır. Bu bakımdan sevgiliye bakarak doğayı, doğaya bakarak da sevgiliyi görmek mümkündür.*” (Süme, 2014: 252). Bu bağlamda birçok şiirinde tabiatın güzellikleri ile sevgilinin güzellikleri iç içedir. Tabiattaki birçok varlıkta Elif'i gördüğü için onu tabiat unsurlarıyla birlikte tasvir eder. Ancak sevgiliye olan duyguların ifadesinde tabiattaki varlıklar bir araç konumundadır. Şiirde “kar”, “su”, “çiçek”, “ördek” gibi unsurlar Elif'in güzelliğini çağrıştıran ve güzellik bakımından benzetilen varlıklardır. “*Sevmek ve tabiat ile anlaşmak, diğer halk şairleri gibi Karacaoğlan'ın da eserlerini güzelleştiren iki unsurdur.*” (Kaplan, 1998: 44). Şiirde sevgili âdeta dört mevsimin kendisidir: Elif; kışın tozan bir kar, baharda güzel kokan bir çiçek ve yazın gölde yüzen bir ördektir. Çoğu şiirinde sevdiği kız için gurbete çıktığı görülen şair, burada yine sevdası yüzünden kış günü karlı dağlarda gezmektedir. Şair, Elif'e olan duygularını ve onun güzelliği karşısında yaşadığı heyecanı aşağıdaki dizelerde şöyle dile getirir:

*İncecikten bir kar yağar
Tozar Elif Elif diye
Deli gönül abdal olmuş
Gezer Elif Elif diye...*

*Elif'in uğru nakışlı
Yavru balaban bakışlı
Yayla çiçeği kokuşlu
Kokar Elif Elif diye*

*Elif kaşlarını çatar
Gamzesi sineme batar
Ak elleri kalem tutar
Yazar Elif Elif diye*

*Evlerinin önü çardak
Elif'in elinde bardak
Sanki yeşil başlı ördek
Yüzer Elif Elif diye*

*Karac'oğlan eğmelerin
Gönül vermez değmelerin
İliklemiş düğmelerin
Çözer Elif Elif diye*

Şair, yukarıdaki şiirin birinci dörtlüğünde Elif'e duyduğu özleminden ve ondan ayrı olmanın verdiği ızdıraptan bahseder. İkindide onun güzelliğindeki ayrıntıları dile getirirken, üçüncü dörtlükte ise vefasızlığından şikâyet eder. Dördüncüde Elif'in güzelliğini idealize ederken, en son dörtlükte ona kavuştuğu anların hayalini kurar.

Karacaoğlan, birçok şiirindeki gibi sevgiliye kavuşamamanın ızdırabı içerisinde. Şiire hâkim olan temel duygu aşktır. Elif ise şiirde aşkın öznesidir. Bu aşk dolayımında Elif'in güzelliği idealize edilir. Şair, şiire kendi aşk ızdırabını anlatarak başlar. Özlem, aşk ızdırabının büyümesine sebep olmuştur. Duyguların karşılıklı olmamasından dolayı yaşanan üzüntü şairin birçok şiirinin dekorunu belirler. "*Acı çekmek açık bir şekilde erkeğe özgü kahramanlık, sadakat, güç ve bir kadına bağlanmayı yücelten birey anlatısının bir parçasıdır.*" (Illouz, 2013: 211). Karacaoğlan, kavuşmanın imkânsız olduğu izlenimini veren ilk dörtlükte aşk acısını idealize eden bir kişilikle karşımıza çıkar.

Karacaoğlan, yaşam enerjisini aşktan ve sevgiliden alan bir şairdir. Bu nedenle birçok şiirinde kavuşamamış bir âşık olması, aşkın kendisini önemli hâle getirir. Sevme isteği çok güçlü bir şair olduğundan sevmeyi bir onaylanma olarak görür. Jean Paul Sartre'in öne sürdüğü gibi, âşık olan kişi sevmeyi talep ediyorsa bu talebin altında her şeyden önce toplumsal bir onaylanma isteği yatmaktadır. (Illouz, 2013: 198). İlk dörtlükte yer alan;

*Deli gönül abdal olmuş
Gezer Elif Elif diye*

dizelerindeki ızdırabın nedeni Elif'e duyduğu derin aşkın onay görmemiş olmasıdır. Ayrıca sevgiliden ayrı düşmenin verdiği ızdırabın Karacaoğlan'ı deliye çevirmiş olduğu görülür. Şair söz konusu dizelerde "deli" ve "abdal" sözcüklerini yan yana kullanarak aşkın derinliğini hissettirir. Karacaoğlan'daki aşkın derinliği gösteren kelimelerden biri "gönül"dür. "Yürek" ve "kalp" anlamlarına gelen "gönül" kelimesinin Türk kültür ve medeniyetinde apayrı bir yeri vardır. "*Gönül, iç dünyamızda sevginin doğduğu ve bulunduğu yerdir. "Gönül, bütün duyguların merkezidir.*" (Katırcı, 2020: 162). Geniş anlam alanı ve çağrışım zenginliğine sahip bu kelime, Karacaoğlan'ın duygu dünyasını özetler.

Şair, sevgisine karşılık bulamayınca kış günü tabiata sığınır. Kavuşmanın gerçekleşmesi imkânsız olduğunda ise şair Elif'i gönlünde yaşatarak ve güzelliğini haykırarak teselli olur. Karacaoğlan için Elif'in güzelliğini haykırmak ona duyulan aşk kadar önemlidir. Elif, bakışıyla, kokusuyla, nakışıyla hiçbir kadının sahip olamayacağı bir güzelliğe sahiptir. Şiirde "göz", bir güzellik unsuru olarak şairle sevgilisi Elif arasındaki duygulara ayna tutar. "*Gözler duyguların taşıyıcılarıdır.*" (Johnson- Lakoff, 2015: 85). Göz unsuruyla ilişkili olan "*gamze, sevgiliye özgü manalı bir bakış ve remizdir. Sevenle sevgili arasındaki deruni dil, gamze sembolü ve tasvirleriyle anlatıma kavuşur.*" (Erdoğan, 2004: 176). Divan şiirinde "ok"a karşılık gelen gamze ile, aşkın sevgilinin bakışlarından etkilenmesi ve kalbinde açtığı yara kastedilir. Karacaoğlan'ın sevgili karşısındaki durumu; şiirimizdeki geleneksel âşık ve sevgili motifini hatırlatır. Çünkü Elif'in tavırları, divan şiirindeki sevgilinin tavırlarına benzer. Divan şiirindeki sevgilinin en önemli özelliklerinden biri; yüz vermediği aşığa uzaktan yan bakışla bakmasıdır. Karacaoğlan, sevgilinin kaşlarını çatmasıyla bir ümitsizliğe düşer. Ancak onun yan bakışları, bu aşktaki ilginin devam ettiğini gösterir. Bakış, aşağıdaki dizelerin birincisinde şairin olumlu, ikincisinde ise olumsuz etkilendiği bir deneyimdir:

*Elif'in uğru nakışlı
Yavru balaban bakışlı*

Yayla çiçeği kokuşlu

Kokar Elif Elif diye

(...)

Elif kaşlarını çatar

Gamzesi sineme batar

Karacaoğlan, sevgilinin bakışlarına yüklediği anlamları ifade ederken tabiattaki hayvanların özelliklerinden yararlanır. Yukarıdaki dizelerde adı geçen “balaban” bir kuş çeşididir. Elif’in gözlerinin güzelliği balaban kuşunun bakışlarındaki güzelliğe benzetilerek idealize edilmiştir. Elif’ten uzak kalan şair, tabiattaki varlıklarda onu görerek mutlu olmaktadır. Karacaoğlan bu dizelerde sevgiliye kavuşmamış olmanın ızdırabıyla baş başa olsa bile, sevmenin heyecanını ve tadını yaşamayı sürdürdüğü görülür.

Karacaoğlan’a özgü bir sevgi ve sevgili anlayışının hâkim olduğu şiirde doğayla iç içe bir sevgili tasviri vardır. Karacaoğlan, bu şiirinde âdeta “*elinde sazı ile bir şair değil de, elinde fırçasıyla bir ressam olur.*” (Özbek, 1981: 41). Çünkü çizdiği tabloda Elif, güzelliğiyle diğer kadınlara benzememektedir. Elif, âdeta “deli eden” bir güzelliğe sahiptir. Güzelliğinin en büyük özelliği “doğal” olmasıdır. Karacaoğlan, dağları, yaylaları ve ovaları mesken tutmuş bir insan olduğundan varlıklardaki güzellikleri Elif’te görür ve hisseder. Sevgiliyi, güzelliğiyle bir yayla çiçeğine benzetir. Bir yanda Elif’in güzelliğinin çekiciliği, diğer yanda ise tabiatın güzelliği vardır. Tabiattaki renklilik ve canlılık ile Elif’in “nakışlı” olması arasında ilişki vardır. “Nakış” doğrudan güzelliğe gönderme yapan bir kelimedir. Şair, dördüncü dördlükte de sevgiliyi yine tabiat unsurlarıyla birlikte tasvir eder. Birçok şiirinde sevdiği güzelleri hep “suna”ya benzetirken burada yeşilbaşlı ördeğe benzetir. Sevgilinin ördeğe benzetilmesinin sebebi, ördeğin gözlerinin yeşil olmasıdır. Yeşilbaşlı ördek, “suna” diye bilinir. Suna, güzel kadın demektir. Güzellik ölçüsü ve güzelliğin tanımı çağlara göre değişse de “*evrensel güzellik, incelikten ayrılamaz.*” (İnceoğlu-Kar, 2010: 75). Elif’in tasvirindeki “kalem gibi eller” benzetmesi ile güzellik ölçüsünde “incelik”in önemi dile getirilmektedir.

Son dördlükte Elif’in güzelliğindeki çekicilikten dolayı, şairin sevgisi cinsel boyut kazanır. Böylece bu bölümde aşk cinsel bir kimliğe bürünerek divan şiirindekinden farklılaşır. Beden, çağlar boyunca hep bir “*ilgi nesnesi*” (İnceoğlu-Kar, 2010: 70) olmuştur. Bedenin ilgi çekmesinin sebeplerinden biri giyimdir. “*Karacaoğlan’ın şiirinde giyim kuşam, vücudu dış etkenlerden korumak için değil; güzelin bedeninin çekiciliğini ortaya çıkarmak içindir. Sevgilinin güzelliğini sergilemek, dayanılmazlığını vurgulamak erkek özneli bu şiirlerde çok belirgindir.*” (Altun, 2007: 224). Giyim ve giyime ait unsurlar, sevgilideki güzelliğin tamamlayıcılarıdır. Elif’in giyimindeki ayrıntıları dile getirmenin nedeni, onu çekici göstermek ve kusursuz bir beden olarak tasvir etmek isteğinden kaynaklanır. Metinde düğme, sevgilinin giyimini çekici kılan bir unsur ve şairin de cinsel arzularının dışa vurumunun bir aracıdır. Ayrıca düğme, cinsel arzuyu harekete geçiren bir simgesel değer olarak yer almaktadır. Şair, sevgiliye kavuşmayı hayal dünyasında gerçekleştirirken düğmeleri bir engel olarak görmektedir:

Karac’oğlan eğmelerin

Gönül vermez değmelerin

İliklemiş düğmelerin

Çözer Elif Elif diye

Kişisel dünyası aşk üzerine kurulu Karacaoğlan'ı diğer halk şairlerinden ayrı kılan taraf, şiirlerinde kullandığı dili yaşayan Türkçeden seçmesi ve kendine özgü sevgili anlayışıdır. Karacaoğlan'ın şiiri, Türk kültürünün birçok ögesi ile doludur. “*Bu şiir kaynağı, her şeyden önce güzel, temiz, zengin Türkçe, yayla Türkçesidir. Kelimeleriyle beraber, o kelimelerin musikisi de şiire giriyor; nihayet o kelimelerle, musiki ile birlikte Türk insanının kalbi, kendi edası ile konuşmaya başlıyor.*” (Kansu, 2012: 162-163). Karacaoğlan, Türk insanının güzele bakışını yansıtan şiirinde, sözü “millî zevk ve estetikle yoğurarak millî nazım anlayışıyla kendi çağından sonraki asırlara ulaştırmış” (Günay, 1993: 54) bir şair konumundadır.

3. Dağın Kızı Elif'in Öyküsü

Daha çok ferdi duyguların şairi olan Ahmet Muhip Dıranas, “Elif” adlı şiirinde Elif'e olan hayranlığını ve tabiata olan sevgisini dile getirirken onunla ilgili sosyal problemleri de yansıttığı görülür. Duygu ve düşünce yoğunluğuyla dikkat çeken şiirde sosyal problemlerin varlığı şiirin özgünlüğünü zedelememiştir. Şiirin başında, Elif'in yaşadığı coğrafyanın zorluklarıyla mücadelesinin tasvir edilmesi, onun sosyal bir problem yaşadığını gösterir. Şiirde, şairin Ağrı'da askerlik yaptığı yıllarda Anadolu kadınıyla ilgili gözlemleri, folklorik malzemeden yararlanılarak sunulmuştur:

Elif

*Elif kara taştan bir köyde yaşıyor,
Bir damın sazi, bir ocağın ateşi;
Her akşam kanlarla batan bir güneşi
Başında ağır bir taç gibi taşıyor.*

*Süt emmiş Elif en eski destanlardan,
Masalların altın beşiğinde uyumuş;
Elif bir mağarada geçmiş zamanlardan
Uğrun uğrun esen ninniyle büyümüş.*

*Ne kadar güzelsin Elif, dağın kızı!
Derin ıssızlığın kokusuz çiçeği!
Ey, sevincinde bir büyük geleceği
Muştulayan içki, bin yılın kıvızı!*

*Elbet bir ömre tek sözüdür kaderin
Ağrı'nın ak şafağı söken alnında
Mutlu kıyıları kayıp cennetlerin
Elif! sonsuza gebe kız, tek tanrıça!*

Şiirin merkezinde iki unsur vardır: insan ve tabiat. Tabiatı insanla birlikte anlamlı gören Dıranas, “*biz tabiata insanı ilave ederek onu güzelleştiririz.*” (Ercilasun, 2014: 235) der. Metinde Elifi idealize etmek için tabiattaki varlıkları, destan, masal ve ninni gibi kültürel motifleri kullanan şair, düşünce ve duyguyu birbirinin içinde erimiş şekilde sunar. Onun şiirinin eksenine hâkim olan “*hayatla tabiat arasında sıkışmış insan*” (Narlı, 2015: 29) örneğine, bu şiirinde Elif'inin öyküsünde tanık olunur. “*O, coğrafyasıyla karşılaştığı Anadolu'nun insanını da küçük yaşlarda tanımış ve ondan etkilenmiştir.*” (Ercilasun, 2014: 243). Ağrı Dağı'nın eteklerindeki bir köyde yaşayan Elif, onun etkilendiği insanlardan biridir. Elif, birçok Anadolu kadını gibi hayatı sıradan bir şekilde yaşamakla birlikte birçok zorluğun üstesinden kolayca gelmektedir. Cemal Süreya'ya göre onun şiirinde kadın, yaşamının ve şiirin ritmidir. (2019: 34). Ahmet Muhip Dıranas, “*‘Şiirler’ adlı kitabının ‘Ağrı’ bölümündeki şiirlerinde ülke coğrafyasının yücelik, kutsallık duyguları telkin eden özellikleri, trajik duygular ve çağrışımlar uyandırarak görünen manzaradan, insanlık kavramına ulaşır.*” (Enginün, 2015: 81). Bu bölümdeki yedi şiirden biri olan “Elif”te, baştan sona kadar Elif'in; yaşadığı mekânla, toplumla uyumunu ve bütünleşmesi anlatılır. Şiirin birinci dördünlüğünde Elif'in yaşadığı tablo olumsuz bir havada sunulmuş olmakla beraber gittikçe iyimser bir hâl alır. İlk dördünlükte Elif, onca ızdıraba

rağmen, bulunduğu konumdan asla şikâyet etmeyen bir kadındır. Şair de onu bu özelliğinden dolayı şiirin başında şöyle idealize eder:

*Elif kara taştan bir köyde aşıyor,
Bir damın sazı, bir ocağın ateşi;*

Yukarıdaki ilk dizede Elif'in yaşadığı mekânın özellikleri sezdirilir. Onun “kara taştan bir köyde yaşaması” mekânın olumsuzluğunun kanıtıdır. Ancak Elif, her şeye rağmen yuvası için vazgeçilmez biridir. İkinci dizede, onun ailedeki konumu ve yeri sezdirilir. Yuveyı yapan da koruyan da Elif'tir. Elif'in “damın sazı” olması evi dış etkilerden koruyan biri olduğunu gösterir. Buradaki “dam” ve “ocak” sözcükleri “ev” ve “yuva”ya karşılık gelir. “Ateş” ise yaşamı, aydınlığı, canlılığı, devamlılığı temsil eder ki, Elif'in milletin geleceğini güvence altına alan bir kişi olduğu anlamına gelir. Yine “ateş” sözcüğü Elif'in yuvanın aşında ve işinde en ön plandaki kişi olduğunu gösterir. Yukarıdaki dizelerde “Ağrı” şiirinde dağa olan hayranlık yerini, Elif'e duyulan hayranlığa bırakmıştır. Şiirde Ağrı Dağı'na da ayrı bir yer açmak gerekir. Daha büyük bir değere sığınma isteğinin hissedildiği şiirde dağ, sonsuzluğu ve yüceliği çağrıştıran bir varlık konumundadır. Şair, yücelik ve sonsuzluğu; “*Göğü perde perde delip yükselen dağ*” (Dıranas, 2021: 96) dizesinde dile getirirken, “Elif” şiirinde; “Bir damın sazı, bir ocağın ateşi;” olarak Elif'e hayranlık duymaktadır. Bu hayranlığın nedenlerinden biri onun ailesine bağlılığı, “ev”i “yuva”ya dönüştürmüş olmasıdır. Elif, “yuvayı yapan dişi kuş”tur. Bir Anadolu kadını olarak Elif, Ağrı'nın heybetini taşımaktadır. Şair, bu bölümde Elif'i yaşadığı zorluklar paralelinde idealize etmeyi sürdürür. Elif'in benimsemiş olduğu zorlu hayat, Anadolu'daki birçok kadının karşı karşıya kaldığı gerçektir. Elif, toplumsal rolünü ve sorumluluğunu bildiği için gün doğmadan evinden ayrılarak tarlaya gider. Gün boyu tarlada çalışarak birçok güçlüğün üstesinden gelir. Şair, Elif'i idealize etmek istediğinden yaşadığı zorlukların onun başında âdeta bir “taç gibi durduğu”nu düşünmektedir:

*Her akşam kanlarla batan bir güneşi
Başında ağır bir taç gibi taşıyor.*

Yukarıdaki ilk dizede Elif'le birlikte Anadolu'da yaşayan kadınların yaşadığı güçlükler dikkatlere sunulur. Bu güçlükleri; “her akşam kanlarla batan güneş” imgesinden anlamak mümkündür. Bu imge, Elif'in yorgunluğunu, ayakta kalmak için verdiği mücadelenin zorluğunun ifadesidir. Elif'in bulunduğu tablo, Anadolu coğrafyasındaki birçok kadının kaderidir. İbni Haldun, “Mukaddime” adlı eserinde “coğrafya kaderdir.” der. Elif'in kaderi de şafak sökmeden tarlaya veya yaylaya giderek işine koyulmasıdır. Elif'in en önemli özelliği yaşadığı coğrafyanın olumsuzluklarına rağmen, kaderinden şikâyet etmeyerek onu kabullenmesidir. İçinde bulunduğu şartlar ne kadar zor olsa da yaşadığı mekânla uyum içindedir. Elif, has Anadolu kadınıdır, çünkü tarlaya gittiği zaman, Ağrı'nın ak şafağı altında söker. O, millî hayatın da temsilcisidir. Elif bu özellikleriyle “*hem Türk tarih ve medeniyetini idrak ettirir hem de bu idrakin estetik ifadesinin sembol ve imaj kaynağı olur.*” (Narlı, 2015: 69). Geçmiş ve şimdi şahsında birleşmiş olduğundan Elif, tarihi ve kültürel geçmişi temsil eden bir kadın konumundadır. “*Elif'in şahsiyetini içinde yaşadığı mekân ve zaman yapar: Anadolu toprağı ve halk kültürü. Tabiat ile şiiri kendisinde birleştiren Elif güzeldir.*” (Kaplan, 2014: 90). Şair Elif'te kültürel “geçmiş”i görür. Onun “eski destanlardan süt emmiş olması, masal ve ninni dinlemesi” kültürün sürekliliğine bir göndermedir:

*Süt emmiş Elif en eski destanlardan,
Masalların altın beşiğinde uyumuş;*

Ahmet Muhip Dıranas, Türk kültür ve sanatına bir bütün olarak bakar. Elif'i, geçmişin kültürel birikimini geleceğe taşıyan büyük bir sorumluluğun sahibi olarak görür. “*Elif de Mehmetçik kadar hakkında şiirler, türküler yakılmaya, resim ve heykeller yapılmaya değer, yüce, ebedî, Jung'un 'arşetip' dediği bir şahsiyettir.*” (Kaplan, 2014: 87). Onun yüce ve ebedî bir şahsiyet olmasının nedeni, gelecek nesillere kendi değerlerimizi aşıl原因 bir öğretici olmasından kaynaklanır. Elif, geçmişin şimdide yaşamaya devam ettiğinin bir kanıtıdır. Bunun kanıtı destanlardan süt emmiş olması, masalların altın beşiğinde uyuması ve ninnilerle büyümesidir. Destan, kültürümüzün içinde saklı olduğu; masal ve ninni ise Türk kültüründe çocuk yetiştirme geleneğine ayna tutan metinlerdir. Türklerin Anadolu'dan önceki macerasına da gönderme yapan bu sözlü kültür öğeleri, bize bir coğrafyayı vatan haline getiren değerleri hatırlatır. Camille Jullian'ın Fransa için söylediği; “*Fransa toprağı bin yılda Fransız milletini yarattı*” (Banarlı, 1965: 8) sözü Anadolu için de geçerlidir.

Şiirde mağara motifinin geçmişi temsil eden bir unsur olarak yer aldığı söylenebilir. Onun mağarada doğup büyümesi Türklerin eski göçebe hayatını hatırlatır. Asırlarca göçebe hayat yaşayan Türkler bu yaşamın zorunluluğu olarak tabiatla mücadele etmişlerdir. Tabiatla mücadele Türk milletinin zorluklar karşısında dayanıklı olmasını sağlamıştır. Coğrafi şartların zorluklarına rağmen Türkler göçebe yaşamdan on altı devlet kurmayı başarmıştır.

Karacaoğlan'daki Elif'in güzellik olarak idealize edilmesi anlayışı Dıranas'ta da var. “*Şair, kadının millî, dinî, beşerî ve asrî bütün vasıflarını topluyor. Hepsine estetik bir hüviyet veriyor. Hepsinden önemlisi Elif, estetik bir varlıktır.*” (Ercilasun, 2014: 247). Karacaoğlan gibi Elif'i tabiatla bütünleşmiş bir kadın olarak tasvir eden şair, bu düşüncesini; “*Ne kadar güzelsin Elif, dağın kızı!*” dizesinde ifade eder. Şair, Elif'in diğer kadınlardan güzellik olarak üstünlüğünü ise “*Elif! sonsuzluğa gebe, tek tanrıça!*” dizesinde sezdirir. Ona göre Elif, mitolojik varlık boyutunda bir tanrıça gibidir. Bunun nedeni Elif'in, sahip olduğu yüksek değerlerdir. “*Ahmet Muhip Dıranas şiirinde köy kadınına çirkin değil, güzel olarak gösteriyor. Bu güzelliği doğuran tabiat, destan ve efsane, sevgi acıya katlanma ve geleceğe güven duygusudur.*” (Kaplan, 2014: 92). Şair, Anadolu'daki yüzlerce yıllık türkümüzün sesi olan Elif'i tanrıça olarak görmesi ona duyduğu hayranlığın göstergesidir. Şair, Elif'in güzelliğini tanrıça sözcüğü ile somutlaştırırken ona mitik karakter özelliği kazandırmış olur. Elif, iki bin yıllık geçmişimizi günümüze taşıyan ve oradan sonsuza doğru akan bir tanrıçadır. Tabiattaki sonsuz sırlardan biri de Ağrı'dır. Onun yüceliği karşısında sonsuzluk arzusunu duyan şair bu sonsuzluğu Elif'te de görür. Dıranas'a göre Elif, sadece bu coğrafyadaki maddî şartların insanı değil, bir milletin gönlünü süsleyen kadındır. Elif, zamanın akışında geçmişten günümüze kadar gelen bir köprü, bugünü geleceğe taşıyan bir simgedir. O, geleceğin üzerinde güvenle yükseleceği bir köşe taşıdır. Şair, Türk milletinin geçmişinin derinliklerinden gelen ruhunun Elif'te yaşadığını şöyle hissettirir:

Ey, sevincinde bir büyük geleceği

Muştulayan içki, bin yılın kırmızı!

Yukarıdaki dizelerde Türk tarihini bir bütün olarak gören bakış söz konusudur. Çünkü Elif, Türk milletinin yüzlerce yıllık geçmişini hatırlatan bir özne ve geleceği kendisinde taşıyan bir kadın olarak görülmektedir. Elif, kültürüne göre şekillenen bir kadındır. Her anne gibi Elif de en büyük sevinci çocuk doğurduğu zaman yaşar. Onun dünyaya getirdiği çocuklar aynı zamanda Türk milleti için birer müjdedir. Elif, doğurduğu çocuklarla Türk milletinin soyunu devam ettirerek geleceğini güvence altına alır. Dünyaya gelen her çocuk, milletin maddi ve

kültürel devamlılığını sağlar. Böylece Elif, kültürel olmakla beraber siyasi bakımdan da bir anlamın aracı olur.

4. Güzellerin ve Gönüllerin Sultanı Elif'in Öyküsü

Elif'in öyküsünü anlatan şairlerden biri de günümüz Türk edebiyatı şairlerinden Bahaettin Karakoç'tur. Çalışmada ele aldığımız "Elif" adlı şiir, Bahaettin Karakoç'un "Bir Çift Beyaz Kartal" adlı kitabında yer almaktadır. Kendi benliğimizi hissettiren özelliğiyle millî romantik duyuş tarzına uygun bir metin olan şiir, Karakoç'un şiir anlayışının, hayata bakışının ve ideolojik kimliğinin somutlaştığı bir metin olması yönüyle de önemlidir. Karakoç'un şiiri konuşma dilinin hâkim olması ve hamasî üslûbuyla dikkat çeker. Tarih bilincinin yansımalarının da görüldüğü şiirde, Elif'in maddi ve manevi güzelliği tabiattaki varlıklardan yararlanılarak idealize edilir. Şaire göre Elif, Anadolu kızlarının güzelliğinin sırrını kendisinde taşıyan ve insanımızın gönül dünyasını süsleyen bir figürdür. Müslüman kimlik de Elif'in saf ve temiz ruhunun aynasıdır. Çünkü şair, onun şahsında inanç dünyasına ait değerleri görür. Şiirde, "Elif simgesinin maddî olduğu kadar, manevî değerleri de temsil ediyor olması" (Çetin, 2012: 111), Türk - İslam medeniyeti merkezli bir görüşün hâkim olduğunu gösterir.

Karacaoğlan ve Dıranas gibi Bahaettin Karakoç'un da şiirinin merkezine Elif'i koymasının nedeni; onun bütün Türk kadınlarına ayna görevi görmesidir. Millî duyarlık sahibi bir şair olan Karakoç, Elif'in şahsında Anadolu'daki kültürüne bağlı, ailesi için savaşan, sevgisinde samimî olan kadınları görür. "İnsan bedeni salt bir organizma değil, tarihsel ve kültürel olarak belirlenen bir varlıktır." (İnceoğlu-Kar, 2010: 134). Şairin tasvir ettiği Elif, sadece görsellik olarak değil, kültürü içeren bir güzelliğin de sahibidir:

Elif

Bir rüzgâr yolarken bulutları lif lif
Turalanmış saçlarını uçuruyordu Elif
Uyku vaktini unutmuş gökteki tek yıldıza
doğru
Ötelerden yansiyordu bir dağın kamburu
Bir ezginin rüzgârında ırgalanan düşü
içinde
Daha tay, daha ceylân, daha zinde
Elif bir kar suyudur dupduru

Hiç resim çektirmemiş, aynası sular olmuş
İnce parmakları karınca, gözleri kuş
Şaklar çıplak bir atın sağrısında kamçı
kamçı
Bağcıkları sık bağlanmış örgülü saçı
Rüzgâr Elif'ten deli, Elif rüzgârdan inat
Sanırsın pervazlanmış ışıktan bir kanat
Ovalar kadar geniştir her kulacı

Dünya benimdir der Elif eğilmeden
yürürken
Sevgisi hâs, gönül toprağıysa gen
Ne filizler fişkırır mayalanan zamandan
Elif elmadaki renk, Elif kurbandaki kan
Başka kız mı yok sanki, niye hep satırbaşı,
Şiirde ve kelâmda Elif hep yüzük taşı?
Elbet şaşacak buna tek boyutlu her insan

Öfkeli bir dev gibi homurdanıp gelirken
Elif'i alıp da gidecek kara tren
İlk ben kapak olurum karnı aç tünellere
Ve ezgiler dokurum sancılı tellere
Elif bir sünböldür, Elif süt bakış
Elif-lâm-mim demiş, oturmuş nakış
Elif bir sultandır can güzellere

Bahaettin Karakoç, yukarıdaki şiirde Elif'i, metnin başından sonuna kadar olumlu duygularla birlikte anar. İlk bölümde Elif'i tabiattaki hâliyle tasvir eder. Rüzgârda savrulan saçları, güzelliğine güzellik katmaktadır. Elif sanki "kendiliğinden süslenmiş Türkmen

gelinidir.” (Avcı, 2012: 166). Elif’in güzelliğini idealize etmek için seçtiği sözcüklerle mükemmel bir kadın tablosu oluşturan şair, onun sahip olduğu güzelliği şiirin başında “tay”, “ceylan” gibi varlıklar ve “zinde” sıfatıyla sezdirir. Ayrıca Elif’in güzelliğini “kar beyazlığı” ile birlikte anarak ve “kar suyu”na benzeterek idealize eder. Şair, Elif’in güzelliğini, doğallığını, saflığını, masumiyetini ve dinsel kimliğini imgelerle ifade eder. Şiirin en güçlü imgelerinden biri olan “Elif bir kar suyudur dupduru” ifadesi Elif’in masumiyetini, saflığını ve doğal güzelliğini çağrıştırır.

Şiirde Elif, madde ve mananın birleştiği bir varlıktır. Bahaettin Karakoç, Elif’in simasında maddi olduğu kadar manevi dünyanın simgelerini de görür ve İslamî inanç dünyasının ritüellerini sezer. Bu algısının en somut örneği; “*Elif elmadaki renk Elif kurbandaki kan*” dizesidir. “Elif kurbandaki kan” imgesinde Elif’in “manevî-İslamî değerlerin simgesi” (Çetin, 2012: 107) olduğu sezdirilir. Din, milletin hayata bakışını belirleyen bir faktör olduğu gibi kültürü oluşturan unsurların başında gelir. “Tarih içinde millet olarak varoluşumuz İslam’la günışığına çıkmıştır. Ve millet oluşumuzun yegâne teminatı İslam’dır.” (Erdoğan, 2004: 58). İnanç dünyamıza ait “kurban” ritüeli ile Elif’in İslami kimliği ve dinsel imajı sezdirildiği gibi onun şahsında dinin milleti millet yapan önemli bir unsur olduğuna vurgu yapılır. “Elmadaki renk”, Türk bayrağının kırmızı beyaz renklerini akla getirirken; “kurbandaki kan” ise Elif’in, Türk-İslam ülküsünü yaşatan “*kutlu sevgili ve ilahî sorumluluğun bir nişanesi*” (Bilgin, 2012: 160) olduğunu göstermektedir. Böylece şiirde, milliyet ile dini bir bütün gören anlayışın hâkim olduğu anlaşılmaktadır.

Şiirde Elif, manevi güzelliğiyle Hz. Meryem’i de akla getirmektedir. Elif, Hz. Meryem gibi tertemiz, hiçbir kötülüğe sahip olmayan ve hiçbir kötülüğün kendisini bulmadığı bir kızdır. “Elif bir kar suyudur dupduru”, “hiç resim çektirmemiş aynası sular olmuş” ve “Elif süt bakış” imgeleri Elif’in temizliğini ve manevi güzelliğini pekiştiren kullanımlardır. “Kar suyu” ve “süt” doğadaki en saf maddeler olduğundan Elif’teki “doğal”lığı ve “temiz”liği çağrıştırırlar. O, kentteki kadınlara hiç benzememektedir. Elif, üstün değerlerle bezenmiş bir kız olsa da bazı tehlikelerin de tehdidi altındadır. Kent, bir yaşam alanı olmaktan çok, ruhsal karmaşanın yaşandığı, insanın bedensel ve zihinsel savaş verdiği bir mekândır. “*Uygarlığın en değerli kolektif keşfi olan kent, başlangıcından itibaren tükenmez yıkıcılığa ve yok ediciliğe yönelmiş bozguncu iç güçleri içinde barındırmaktadır.*” (Mumford, 2019: 68). Şair, kenti bir tehlike mekânı olarak algılar. Çünkü insanı bir değirmen gibi öğüten kentin yabancılaşmış değerleri Elif için büyük tehlikedir. Bir endişeyi de sezdiren aşağıdaki dizelerde şair, Elif’in yaşayabileceği tehlikelere, karşı durulması gerektiğini düşünür:

Öfkeli bir dev gibi homurdanıp gelirken

Elif’i alıp da gidecek kara tren

İlk ben kapak olurum karnı aç tünellere

Şiirin son bölümünde Elif’in temsil ettiği değerler; “doğa-kent” karşıtlığıyla sezdirilir. Bu karşıtlıkta “kara tren” kenti temsil eden maddeyi; “sünbül” ise “doğa”yı temsil etmektedir. Burada Elif’in yaylalarda yetişen bu güzel kokulu çiçeğe benzetilmesi, Karacaoğlan’ın Elif’e yüklediği “yayla çiçeği” benzetmesiyle benzeşir. Şair, Elif’in doğal hâlinin kaybolmasından duyduğu endişeyi, “Elif’i alıp da gidecek kara tren” dizesiyle belirginleştirir. Elif, sarsılmaz ahlakî temellere sahiptir, ancak modern dünyanın değerleri onun için bir tehlike oluşturmaktadır. Elif, modern zamanların “tek boyutlu” hâle gelmiş insanlarına karşılık zengin “değer”lere sahip kadınları temsil eder. Öyleyse kentteki yabancılaşmış değerlerin Elif’in

kimliğini yok etmesine karşı mücadele edilmesi ve engel olunması gerekir. Şiirde bu düşünce “karnı aç tünellere kapak olurum” dizesiyle vurgulanır.

İmge yoğunluğunun dikkat çektiği şiirde düşünce ve duygu birbirinin potasında erimiş halde sunulmuştur. “Şiir, bir duygu ve düşünce bütünüdür.” (Cömert, 2012: 92). Mehmet Kaplan, “Edebiyat, ebedî olan duygu ve fikirleri kurtarmaktır.” (2014: 96) der. Şiirde Elif’in öyküsünden hareketle milletin bu coğrafyadaki serüveni dile getirilir. Elif, bu toprakların sahibi, vatani koruyan Mehmetçik’leri yetiştiren ve soyumuzun devamını sağlayan çocukların anasıdır. Şiirin üçüncü bölümündeki “dünya benimdir der Elif eğilmeden yürürken” dizesinde elif harfinin düz ve dikliğinden yararlanarak, cesaretine ve öz güvenli duruşuna gönderme yapar. “Dünya benimdir” diyen Elif’in bu düşüncesinde Türk milletinin cihan hâkimiyeti mefkûresini sezme de mümkündür.

Şair, son bölümde Elif’i maddi ve manevi olarak idealize etmeye devam eder. Onun Anadolu kadını ve kızları içerisindeki özel yerini; “Elif hep yüzük taşı?” imgesiyle hissettirir. “Yüzük”, Elif’in nişanlısına olan bağlılığını ve yürekte sevgisini temsil eder. Dolayısıyla Elif’in temsil ettiği değerlerden biri de sevgidir. Sevgisinin diğer kadınlardan farklı oluşunu; “sevgisi has” ifadesiyle metne yansıtır. “Has”, mükemmel ve tartışmasız anlamlarına gelir. “Has” sözcüğü bir sonraki dizede yer alan “gen” sözcüğüyle ilişkilendirildiğinde; Elif’in gönül toprağının büyük sevgileri mayalayabilecek kadar geniş ve zengin olduğu anlaşılır. Elif, yürekte sevgisiyle ailesindeki huzurun kaynağı, doğurduğu “filiz”lerle -çocuklar- neslin devamını sağlayacak bir kadındır. Elif geçmişin ruhunu ve değerlerini şimdiye ulaştıran bir simgedir. Şair, bu bölümde Elif’te temsil edilen “geçmiş-şimdi-gelecek” düşüncesini “zamanın mayalanması” şeklindeki imgeyle sezdirir:

*Sevgisi hâs, gönül toprağıysa gen
Ne filizler fıskırır mayalanan zamandan*

Mekân ve coğrafya üzerindeki insanla anlam kazanır. Anadolu’yu anlamlı kılan insan zenginliğidir. Bu insanların en dikkat çeken kişisi Elif’tir. Elif, sözlü kültürde en çok konuşulan ve yazılı edebiyatta en çok konu edilen kişilerden biridir. Şair onun bu özelliğini ise; “Elif hep satırbaşı” şeklindeki bir kullanımla ifade eder. Elif’in konuşulmasının nedeni; onun güzelliğinin doğal ve sade, yaşamının ise samimiyet dolu olmasıdır. Şiirde kullanılan imgelerin çağrışımı onun Türk’ün ruh ikliminin sembolü olduğunu gösterir:

*Rüzgâr Elif’ten deli, Elif rüzgârdan inat
Sanırsın pervazlanmış ışıktan bir kanat
Ovalar kadar geniştir her kulacı*

Yukarıdaki dizelerde “Elif, ışık dolu yarınlara açılmış bir kanattır. Kanat; uçma aracı. Masumluğun, yükselmenin ve her türlü dünyevi kötülüklerin üstüne çıkmanın remzi. Meleklerle yarışma arzusunun tebarüzü.” (Bilgin, 2012: 160). Şair, Elif’in güzelliğini o kadar yüksek bir yere koyar ki, bu güzelliği vurgulamak için Kuran’daki bir ayetten yararlanır:

Elif lâm mim demiş oturmuş nakış

Kuran’ın ilk ayeti olan “Elif lâm mim” ayetinin sırrı henüz çözülmemiştir. Elif’in güzelliği de bir sırdır.

4. Sonuç

Şair diğer insanlardan farklı ve zengin bir iç yaşama sahiptir. Şiir ise, bireysel bir çabanın sonucunda ortaya çıksa da içeriğiyle bir milletin değerlerine ve sosyal problemlerine ayna tutan sanattır. Geçmişten günümüze gelen bir değerler bütünü olan gelenek, şairin kendisini edebiyat yoluyla ifade araçlarından biridir. Edebî gelenekte önemli bir yer tutan “Elif” motifi, Karacaoğlan’ın şiirlerinin önemli figürlerinden olmakla beraber modern Türk şiirinde de konu olmayı sürdürmüştür. Çalışmada ele aldığımız şiirlerde “Elif”, bir simge değer olarak işlenmiş ve Anadolu coğrafyasının asli kişisi olarak ön plana çıkmıştır. Dıranas ve Karakoç’un gelenekten yararlanarak oluşturdukları malzemeyi yeni bir söyleyişle sundukları görülür. Şairlerin, tarihi ve kültürel değerleriyle barışık olması Elif’i güzelliğin ve kültürün timsali bir kız olarak görmelerinde etkili olmuştur. Karacaoğlan’ın şiiri diğer iki şiirin doğmasında etkili görünüyorsa da Dıranas ve Karakoç’un şiirleri imge yoğunluğu olduğu gibi duygu ve düşünce dünyası bakımından da zengin ve özgün metinlerdir.

Karacaoğlan, Dıranas ve Karakoç, söz konusu şiirlerinde “Elif” motifinden hareketle Türk kadınına idealize etmişlerdir. Üç şairde de tabiat bir dekor olmayıp duygu ve düşünceleri ifade etmenin bir aracıdır. Şairler, maddi bir varlıktan yola çıksa da esas gördükleri ondaki mana ve temsil ettiği değerlerdir. Elif, Anadolu gerçeğini hatırlatan, Türk kadınının ve kültürünün birçok değerini kendisinde toplayan bir simadır. Türk milletini iki bin yıldır yaşatan değerlerin somutlaştığı dünyanın başkışisi konumundaki Elif, Anadolu kadınının güzelliğini ve duruşunu yansıtan bir figürdür. Üç şairin şiirsel esin kaynağı olan Elif, hayal dünyasının ürünü bir kadın olmakla birlikte, Anadolu’daki saf, temiz ve masum yönleriyle bilinen gerçek bir insandır. Çünkü Elif, karakteri, değerleri, bedeni ve güzelliğiyle, Anadolu’daki bir köy kızı; çalışkanlığı ve ailesine bağlılığı ile bir köy kadını; kültürün devamlılığını sağladığı için neslin geleceğini güvence altına alan bir annedir.

5. Kaynaklar

- Altun, I., *Karacaoğlan’da Şiirsel Bir İmge Olarak Giyim, Kuşam*, A. Ü. Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü Dergisi, S. 35, 217-228, Erzurum, 2007.
- Artun, E., *Karacaoğlan’ın Şiirlerine Tematik Bir Bakış*, Karacaoğlan Kitabı (Haz: Sabri Koz), Kitabevi Yayınları, 351-372, İstanbul, 2014.
- Bilgin, A., *Elif, Türk Şiirinin Beyaz Kartalı Bahaettin Karakoç* (Haz: Ramazan Avcı), Öncü Yayınevi, 59-161, Ankara, 2012.
- Cömert, B., *Şiirde Düşüncenin Payı ve Görevi*, Şiir Sanatı (Haz: Yaşar Nabi Nayır-Salih Bolat), Varlık Yayınları, 187-192, İstanbul, 2012.
- Çağın, S., *Millî Edebiyattan Memleket Edebiyatına Üç Manifesto Şiir*, Yeni Türk Edebiyatı Dergisi, Mart, S. 1, 47-57, 2010.
- Çelebioğlu, A., *Elif Harfiyle İlgili Bazı Edebî Husûsiyetler*, İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Türk Dili ve Edebiyatı Dergisi, Cilt 24-25, 45-64, 1986.
- Çetin, N., *Çağdaş Türk Şiirinde Gelenekten Yararlanma Meselesine Kavramsal Bir Çerçeve Denemesi*, Yeni Türk Edebiyatı Araştırmaları, S. 1. Türk Edebiyatı Vakfı Yayınları, Ocak-Haziran, 9-32, 2009.
- Çetin, N., *Şiir Tahlilleri 1*, Öncü Kitap Yayınları, 3. Baskı, Ankara, 2010.
- Çetin, N., *Şiir İncelemeleri*, Akçağ Yayınları, Ankara, 2012.

- Çetişli, İ., *Metin Tahliline Giriş/1 Şiir*, Akçağ Yayınları, Ankara, 2006.
- Dıranas, A. M., *Şiirler*, Everest Yayınları, 5. Baskı, İstanbul, 2021.
- Eliot, T. S., *Gelenek ve Şair*, Şiir Sanatı (Haz: Yaşar Nabi Nayır-Salih Bolat), Varlık Yayınları, 171-179. İstanbul, 2012.
- Enginün, İ., *Cumhuriyet Dönemi Türk Edebiyatı*, Dergâh Yayınları, 16. Baskı, İstanbul, 2015.
- Ercilasun, B., *Türk Şiiri Üzerine*, Dergâh Yayınları, İstanbul, 2014.
- Erdoğan, M., *Şiirin Eşiğinde*, Dergâh Yayınları, İstanbul, 2004.
- Günay, U., *XVII. Yüzyıl Saz Şâiri Çukurovalı Karacaoğlan ile İlgili Bir Değerlendirme*, II. Uluslararası Karacaoğlan-Çukurova Halk Kültürü Sempozyumu Bildirileri, 31-54, Adana, 1993.
- Illouz, E., *Aşk Neden Acıtır*, (Çev: Özge Çağlar Aksoy), Jaguar Yayınları, İstanbul, 2013.
- İnceoğlu, Y. - Kar, A., *Kadın ve Bedeni*, Ayrıntı Yayınları, 1. Baskı, İstanbul, 2010.
- Johnson, M.- Lakoff, G., *Metaforlar Hayat, Anlam ve Dil*, (Çev: Gökhan Yavuz Demir), İthaki Yayınları, İstanbul, 2015.
- Kansu, C. A., *Şiirimizde Anadolu*, Şiir Sanatı (Haz: Yaşar Nabi Nayır-Salih Bolat), Varlık Yayınları, 162-163, İstanbul, 2012.
- Karakaş, A., *Yaşayan Aşık Sanatında Son Karacaoğlan Anlatıcılarından Osmaniyeli İspir Onbaş*, Karacaoğlan Kitabı (Haz: Sabri Koz), Kitabevi Yayınları, 263-276, İstanbul, 2014.
- Karakoç, B., *Bir Çift Beyaz Kartal*, Dolunay Yayınları, Ankara, 1986.
- Kaplan M., *Edebiyatımızın Bahçesinde Dolaşırken*, Dergâh Yayınları, 2. Baskı, İstanbul, 2014.
- Kaplan, M., *Edebiyatımızın İçinden*, Dergâh Yayınları, İstanbul, 1998.
- Kaplan, M., *Şiir Tahlilleri 2.*, Dergâh yayınları, 8. Baskı, İstanbul, 1990.
- Katırcı, M. E., *Kelime Köken/Kelimeler Hikâyeler Efsaneler*, Bilge Kültür Sanat Yayınları, İstanbul, 2020.
- Mumford, L., *Tarih Boyunca Kent*, (Çev: Tamer Tosun- Gürol Koca), Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 2019.
- Narlı, M., *Şiir Burcu*. Akçağ Yayınları, Ankara, 2015.
- Özbek, M., *Folklor ve Türkülerimiz*, Ötüken Yayınları, 2. Basım, Ankara, 1981.
- Öztelli, C., *Karacaoğlan/Yaşamı ve Bütün Şiirleri*, Özgür Yayınları, İstanbul, 1987.
- Süme, G. Ç., *Karacaoğlan Şiirlerinde Sevgili Tasviri*, Karacaoğlan Kitabı (Haz: Sabri Koz), Kitabevi Yayınları, 249-261, İstanbul, 2014.
- Süreya, C., *Şapkam Dolu Çiçekle*, YKY Yayınları, İstanbul, 2019.
- Yazıcı, O., *Özgün ve Özgür Adam*, Türk Şiirinin Beyaz Kartalı Bahaettin Karakoç (Haz: Ramazan Avcı), Öncü Yayınevi, 62-163, Ankara, 2012.