8th INTERNATIONAL CONGRESS OF EURASIAN SOCIAL SCIENCES

(8. ULUSLARARASI AVRASYA SOSYAL BİLİMLER KONGRESİ)

25-28 Nisan 2024 / 25-28 April 2024

Bodrum/Mugla/TURKEY

TAM METİN BİLDİRİLER KİTABI
FULL PAPERS E-BOOK

ISBN: 978-625-98862-5-1
Yayımlanma Tarihi: 30.05.2024

KORİNT YAYINCILIK

ONUR KURULU

Prof. Dr. Fadıl HOCA (Makedonya Vizyon Üniversitesi Rektörü)

DÜZENLEME KURULU BAŞKANI

Prof. Dr. Kubilay YAZICI (Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi)

DÜZENLEME KURULU

Prof. Dr. Cemil Cahit YEŞİLBURSA (Gazi Üniversitesi, TÜRKİYE)
Prof. Dr. Kadir ULUSOY (Mersin Üniversitesi, TÜRKİYE)
Prof. Dr. Merziyye NECEFOVA (Azerbaycan Bilimler Akademisi, AZERBAYCAN)
Prof. Dr. Sevinç ALİYEVA (Azerbaycan Cumhuriyeti Devlet Dil Komisyonuna Bağlı İzleme Merkezi Başkanı, AZERBAYCAN)
Prof. Dr. Taner ÇİFÇİ (Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, TÜRKİYE)
Prof. Dr. Yasemin BAL (Yıldız Teknik Üniversitesi, TÜRKİYE)
Doç. Dr. Cihat DEMİR (Dicle Üniversitesi, TÜRKİYE)
Doç. Dr. İsmail KİNAY (Dicle Üniversitesi, TÜRKİYE)
Doç. Dr. Sedef SÜER (Dicle Üniversitesi, TÜRKİYE)
Doç. Dr. Selçuk İLGAZ (Atatürk Üniversitesi, TÜRKİYE)
Doç. Dr. Şahin ŞİMŞEK (Kastamonu Üniversitesi, TÜRKİYE)
Doç. Dr. Yavuz BOLAT (Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi, TÜRKİYE)
Doç. Dr. Zekerya AKKUŞ (Atatürk Üniversitesi, TÜRKİYE)
Dr. Öğretim Üyesi Hasan ASLAN (Kafkas Üniversitesi, TÜRKİYE)

SERGİ DÜZENLEME KURULU BAŞKANI

Doç. Dr. Mine CAN (Kocaeli Üniversitesi, TÜRKİYE)

SERGİ DÜZENLEME BİLİM/SANAT DANIŞMA KURULU

Prof. Dr. Arzu UYSAL (Mersin Üniversitesi, TÜRKİYE)
Prof. Dr. Ebru ALPARSLAN (Erciyes Üniversitesi, TÜRKİYE)
Prof. Dr. Fatih BAŞBUĞ (Akdeniz Üniversitesi, TÜRKİYE)
Prof. Dr. Fatma YETİM (Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, TÜRKİYE)
Prof. Dr. İ. Sevim Çizer (İzmir Ekonomi Üniversitesi, TÜRKİYE)
Prof. Dr. Leyla VARLIK ŞENTÜRK (Anadolu Üniversitesi, TÜRKİYE)
Prof. Dr. Mehmet ÖZKARTAL (Süleyman Demirel Üniversitesi, TÜRKİYE)
Prof. Dr. Melda ÖZDEMİR (Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, TÜRKİYE)
Prof. Dr. Meral AKAN (Selçuk Üniversitesi, TÜRKİYE)
Prof. Dr. S. Sibel Sevim (Eskişehir Anadolu Üniversitesi, TÜRKİYE)
Prof. Dr. Zuhal TÜRKTAŞ (Selçuk Üniversitesi, TÜRKİYE)
Doç. Dr. Ayşegül TÜRK (Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, TÜRKİYE)
Doç. Dr. Emrah UYSAL (Mersin Üniversitesi, TÜRKİYE)
Doç. Dr. Hülya KASAPLI (Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, TÜRKİYE)

Doç. Dr. Mehmet Ali BÜYÜKPARMAKSIZ (Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, TÜRKİYE)
Doç. Dr. Serdar SAYGILI (Erciyes Üniversitesi, TÜRKİYE)
Doç. Dr. Sibel ADAR CÖMERT (Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, TÜRKİYE)
Doç. Dr. Vildan BAĞCI (Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, TÜRKİYE)
Doç. Dr. Zeynep BALKANAL (Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, TÜRKİYE)
Dr. Öğretim Üyesi M. Sema ÜŞENMEZ (Sakarya Üniversitesi, TÜRKİYE)
Dr. Öğretim Üyesi Merve KARAMAN (İstanbul Topkapı Üniversitesi, TÜRKİYE)
Dr. Öğretim Üyesi Pakize KAYADİBİ (Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, TÜRKİYE)

KONGRE BİLİM KURULU

Prof. Dr. Aftab Kamal PASHA (Jawaharlal Nehru Üniversitesi, Yeni Delhi-HİNDİSTAN)
Prof. Dr. Antonis LIONARAKIS (Hellenic Open University, YUNANİSTAN)
Prof. Dr. Arshi KHAN (Aligarh Muslim Üniversitesi, Aligarh-HİNDİSTAN)
Prof. Dr. Bobby HARREVELD (Central Queensland University, AVUSTRALYA)
Prof. Dr. Botir USMONOV (Tashkent State Technical University, ÖZBEKİSTAN)
Prof. Dr. Cleborne D. MADDUX (University of Nevada, KANADA)
Prof. Dr. Geza DAVID (Elte Üniversitesi, Budapeşte-MACARİSTAN)
Prof. Dr. Ivanovska OLENA (Kiev Taras Sevcenko Üniversitesi, UKRAYNA)
Prof. Dr. Kapanitsya LUBOV (Kiev Taras Sevcenko Üniversitesi, UKRAYNA)
Prof. Dr. Lindita XHANARI LATIFI (Tiran Üniversitesi, ARNAVUTLUK)
Prof. Dr. Musa QASIMLI (Azerbaycan Milli İlimler Akademisi, AZERBAYCAN)
Prof. Dr. Natalija LEPKOVA (Vilnius Gediminas Technical University, LİTVANYA)
Prof. Dr. Oya HAZER (Hacettepe Üniversitesi, TÜRKİYE)
Prof. Dr. Paul KAWACHI (Open University of China, ÇİN)
Prof. Dr. Ramesh C. SHARMA (Wawasan Open University, MALEZYA)
Prof. Dr. Segeda SERGEY (Ukrayna Bilimler Akademisi, UKRAYNA)
Prof. Dr. Sibel ERKAL (Hacettepe Üniversitesi, TÜRKİYE)
Prof. Dr. Tamar LOMINADZE (Georgian Technical University, GÜRCİSTAN)
Prof. Dr. Taner ÇİFÇİ (Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, TÜRKİYE)
Prof. Dr. Vladimir ZUEV (Institute of Social Sciences and Humanities, Kazan, RUSYA)
Prof. Dr. Zeynep ÇOPUR (Hacettepe Üniversitesi, TÜRKİYE)
Doç. Dr. Ahmet Utku ÖZENSOY (Muş Alparslan Üniversitesi, TÜRKİYE)
Doç. Dr. Ayşegül TÜRK (Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, TÜRKİYE)
Doç. Dr. Bekir TAVAS (Biznesi Üniversitesi, KOSOVA)
Doç. Dr. Benito PERRI (PsyD Touro College Graduate School Of Education, ABD)
Doç. Dr. Harun ER (Bartın Üniversitesi, TÜRKİYE)
Doç. Dr. Mujib ALAM (Academy of International Studies, Jamia Millia Islamia University, Yeni Delhi, HİNDİSTAN)
Doç. Dr. Nuray KURTDEDE FİDAN (Afyon Kocatepe Üniversitesi, TÜRKİYE)
Doç. Dr. Nurlana MUSTAFAYEVA (Azerbaycan Diller Üniversitesi, AZERBAYCAN)
Doç. Dr. Osman ÇEPNİ (Karabük Üniversitesi, TÜRKİYE)
Doç. Dr. Sezai ÖZTAŞ (Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi, TÜRKİYE)
Doç. Dr. Suat POLAT (Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi, TÜRKİYE)

Doç. Dr. Sujata ASHWARYA (Centre for West Asian Studies, Jamia Millia Islamia University, Yeni Delhi, HİNDİSTAN)
Doç. Dr. Todor Ioana CRISTINA (Alba Iulia Üniversitesi, ROMANYA)
Doç. Dr. Toğrul HALİLOV (Nahçıvan Bilimler Akademisi, AZERBAYCAN)
Doç. Dr. Tudora ARNAUT (Tarash Shevchenko Üniversitesi, UKRAYNA)
Dr. Öğr. Üyesi Halit HAMZAOĞLU (Kafkas Üniversitesi, TÜRKİYE)
Dr. Öğr. Üyesi Kateryna TELESHUN (Taras Shevchenko Üniversitesi, UKRAYNA)
Dr. Öğr. Üyesi Murat TEMUR (Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, TÜRKİYE)
Dr. Öğr. Üyesi Mustafa ÖZGENEL (İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, TÜRKİYE)
Dr. Ahmet Galip YÜCEL (Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, TÜRKİYE)
Dr. Mahmoud HAWAMDEH (Al Quds Open University, FİLİSTİN)
Dr. Ensar YILDIZ (Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, TÜRKİYE)

KONGRE HAKEM KURULU

Prof. Dr. Aftab Kamal PASHA (Jawaharlal Nehru Üniversitesi, Yeni Delhi-HİNDİSTAN)
Prof. Dr. Antonis LIONARAKIS (Hellenic Open University, YUNANİSTAN)
Prof. Dr. Arshi KHAN (Aligarh Muslim Üniversitesi, Aligarh-HİNDİSTAN)
Prof. Dr. Beyhan KESİK (Giresun Üniversitesi, TÜRKİYE)
Prof. Dr. Bobby HARREVELD (Central Queensland University, AVUSTRALYA)
Prof. Dr. Botir USMONOV (Tashkent State Technical University, ÖZBEKİSTAN)
Prof. Dr. Cemil Cahit YEŞİLBURSA (Gazi Üniversitesi, TÜRKİYE)
Prof. Dr. Cengiz DÖNMEZ (Gazi Üniversitesi, TÜRKİYE)
Prof. Dr. Cleborne D. MADDUX (University of Nevada, KANADA)
Prof. Dr. Dursun DİLEK (Sinop Üniversitesi, TÜRKİYE)
Prof. Dr. Fikret ALINCAK (Gaziantep Üniversitesi, TÜRKİYE)
Prof. Dr. Fulya ÖZTAŞ (Selçuk Üniversitesi, TÜRKİYE)
Prof. Dr. Geza DAVID (Elte Üniversitesi, Budapeşte-MACARİSTAN)
Prof. Dr. Habibe YAZICI ERSOY (Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, TÜRKİYE)
Prof. Dr. Handan DEVECİ (Anadolu Üniversitesi, TÜRKİYE)
Prof. Dr. Hasan Güner BERKANT (Yozgat Bozok Üniversitesi, TÜRKİYE)
Prof. Dr. Haydar ÖZTAŞ (Necmettin Erbakan Üniversitesi, TÜRKİYE)
Prof. Dr. Hilmi DEMİRKAYA (Akdeniz Üniversitesi, TÜRKİYE)
Prof. Dr. Ivanovska OLENA (Kiev Taras Sevcenko Üniversitesi, UKRAYNA)
Prof. Dr. Kadir ULUSOY (Mersin Üniversitesi, TÜRKİYE)
Prof. Dr. Kapanitsya LUBOV (Kiev Taras Sevcenko Üniversitesi, UKRAYNA)
Prof. Dr. Lindita XHANARI LATIFI (Tiran Üniversitesi, ARNAVUTLUK)
Prof. Dr. Musa QASIMLI (Azerbaycan Milli İlimler Akademisi, AZERBAYCAN)
Prof. Dr. Natalija LEPKOVA (Vilnius Gediminas Technical University, LİTVANYA)
Prof. Dr. Oya HAZER (Hacettepe Üniversitesi, TÜRKİYE)
Prof. Dr. Paul KAWACHI (Open University of China, ÇİN)
Prof. Dr. Ramesh C. SHARMA (Wawasan Open University, MALEZYA)
Prof. Dr. Sefa BULUT (İbn-i Haldun Üniversitesi, TÜRKİYE)
Prof. Dr. Segeda SERGEY (Ukrayna Bilimler Akademisi, UKRAYNA)
Prof. Dr. Sibel ERKAL (Hacettepe Üniversitesi, TÜRKİYE)

Prof. Dr. Tamar LOMINADZE (Georgian Technical University, GÜRCİSTAN)
Prof. Dr. Vladimir ZUEV (Institute of Social Sciences and Humanities, Kazan, RUSYA)
Prof. Dr. Zeynep ÇOPUR (Hacettepe Üniversitesi, TÜRKİYE)
Doç. Dr. Adem BELDAĞ (Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi, TÜRKİYE)
Doç. Dr. Barış KAYA (Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi, TÜRKİYE)
Doç. Dr. Bekir TAVAS (Biznesi Üniversitesi, KOSOVA)
Doç. Dr. Benito PERRI (PsyD Touro College Graduate School Of Education, ABD)
Doç. Dr. Beytullah KAYA (İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, TÜRKİYE)
Doç. Dr. Elif AKPINAR KÜLEKÇİ (Atatürk Üniversitesi, TÜRKİYE)
Doç. Dr. Harun ER (Bartın Üniversitesi, TÜRKİYE)
Doç. Dr. Işık SEZEN (Atatürk Üniversitesi, TÜRKİYE)
Doç. Dr. Mine CAN (Kocaeli Üniversitesi, TÜRKİYE)
Doç. Dr. Mujib ALAM (Academy of International Studies, Jamia Millia Islamia University, Yeni Delhi, HİNDİSTAN)
Doç. Dr. Nuray KURTDEDE FİDAN (Afyon Kocatepe Üniversitesi, TÜRKİYE)
Doç. Dr. Nurlana MUSTAFAYEVA (Azerbaycan Diller Üniversitesi, AZERBAYCAN)
Doç. Dr. Oğuzhan KARADENİZ (Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi, TÜRKİYE)
Doç. Dr. Sefa Salih Aydemir (Adıyaman Üniversitesi, TÜRKİYE)
Doç. Dr. Sezai ÖZTAŞ (Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi, TÜRKİYE)
Doç. Dr. Suat POLAT (Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi, TÜRKİYE)
Doç. Dr. Sujata ASHWARYA (Centre for West Asian Studies, Jamia Millia Islamia University, Yeni Delhi, HİNDİSTAN)
Doç. Dr. Todor Ioana CRISTINA (Alba Iulia Üniversitesi, ROMANYA)
Doç. Dr. Toğrul HALİLOV (Nahçıvan Bilimler Akademisi, AZERBAYCAN)
Doç. Dr. Tudora ARNAUT (Tarash Shevchenko Üniversitesi, UKRAYNA)
Dr. Öğr. Üyesi Kateryna TELESHUN (Taras Shevchenko Üniversitesi, UKRAYNA)
Dr. Öğr. Üyesi Mustafa ÖZGENEL (İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, TÜRKİYE)
Dr. Mahmoud HAWAMDEH (Al Quds Open University, FİLİSTİN)

İÇİNDEKİLER

YEŞİL ALANLARA ERİŞİLEBİLİRLİĞİN UZAKTAN ALGILAMA YÖNTEMİYLE DEĞERLENDİRİLMESİ: ISPARTA ÖRNEĞİ 7
NAZİ ALMANYA'SINDA SANAT VE PROPAGANDA: LENI RIEFENSTAHL'IN OLYMPIA FİLMİ ÜZERİNE BİR İNCELEME 18
CEZALANDIRMANIN AMACINI AÇIKLAYAN TEORİLER 42
ÇOCUK HAKLARI VE ÇEVRESEL SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK 50
AR-GE MERKEZLERİ VE SOSYAL İNOVASYON ARASINDAKİ ETKİLEŞİM 56
MATEMATİK ÖĞRETMEN ADAYLARININ ÖĞRETİMİ PLANLAMAYA YÖNELİK GÖRÜŞLERİNİN DERS PLANLARI ÇERÇEVESİNDE İNCELENMESİ 65
YÖRESEL BEBEKLER İLE DEĞERLER EĞİTİMİ 78
İLKÖĞRETİM MATEMATİK ÖĞRETMEN ADAYLARININ SOYUT CEBİR DERSİNDEKİ KAVRAM YANILGILARININ PROBLEM KURMA VE ÇÖZME ÇALIŞMALARIYLA İNCELENMESİ 88
YEŞİL MOBİLİTE: ELEKTRİKLİ ARAÇLAR ÜZERİNE BİR LİTERATÜR İNCELEMESİ 100
EKONOMİK VE SOSYAL BİR SORUN OLARAK "ASGARİ ÜCRET" 119
BİLİŞSEL UYUMSUZLUK VE TÜKETİM İLE İLGİLİ ULUSLARARASI YAYINLARIN BİBLİYOMETRİK ANALİZ İLE İNCELENMESİ 133
SOSYAL BİLGİLER ÖĞRETMEN ADAYLARININ YAŞAM BOYU ÖĞRENME EĞİLİMLERİNİN ÇEŞİTLİ DEĞİŞKENLER AÇISINDAN İNCELENMESİ 143
KURUMSAL PAZARLAMA BAĞLAMINDA MARKA KİMLİĞİNİN İNŞASI VE AKTARIMINDA KURUMSAL REKLAMLAR: TÜRKİYE İŞ BANKASI REKLAMLARININ GELİŞME SÜRECİ 151
İŞYERİNDE POZİTİF YÖNETİM ANLAYIŞI: KAVRAMSAL BİR ÇERÇEVE 182
AMBALAJIN TÜKETİCİ SATIN ALMA KARARINA ETKİSİ: LİTERATÜR TARAMASI 195
HAVA YOLU İŞLETMELERİNİN SÜREÇLERİNDE YOLCU ODAKLI PERSPEKTİF VE YOLCU DENEYİMİNİ GELİŞTİRMEYE DÖNÜK GÜNCEL UYGULAMALAR 209
İLKOKUL ÖĞRENCİLERİNİN ÇEVRE KİRLİLİĞİNE YÖNELİK ALGILARI VE ÇİZİMLERİNİN ANALİZİ 229
METAL PLAKA APLİKENİN TARİHSEL SÜREÇTE İNCELENMESİ 241
SPOR TESİSLERİNİN UYGUNLUK DURUMU İLE ENGELLİ SPORCULARIN MEMNUNİYET DÜZEYLERİNİN KARŞILAŞTIRILMASI* 247
SÜRDÜRÜLEBİLİR TASARIM ANLAYIŞI KAPSAMINDA ENDÜSTRİYEL KENEVİR 255
EĞİTİMİN EKMEK TÜKETİMİ HARCAMASINA ETKİSİ 267
EĞİTİMİN SÜT VE SÜT ÜRÜNLERİ TÜKETİMİ HARCAMASINA ETKİSİ 273
EĞİTİMİN KİŞİSEL HİJYEN ÜRÜNLERİ TÜKETİMİ HARCAMASINA ETKİSİ 279
7 VE 8. SINIF MEDYA OKURYAZARLIĞI ÖĞRETİM PROGRAMININ İNCELENMESİ 285
SOSYAL BİLGİLERDE MİZAH İLE İLGİLİ YAPILAN ÇALIŞMALARIN DEĞERLENDİRMESİ 296
DUYGU DÜZENLEME BECERİLERİNE İLİŞKİN TEZLERİN ÇEŞİTLİ DEĞİŞKENLER AÇISINDAN İNCELENMESİ 306
BÜYÜKANNE PROJESİ ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME 317
VAHİD MEMMEDLİ'NİN ESERLERİNDE GERÇEK OLAYLAR VE FOLKLOR GELENEKLERİ 326
CAVANŞİR FEYZİYEVİN TÜRK DÜNYASI ESERİNDE TÜRK BİRLİĞİ VE GERÇEKLİGİ 333
RESEARCH OF QUSHAYRİ'S PHİLOSOPHİCAL AND SCİENTİFİC HERİTAGE 338
YAPAY ZEKÂ PAZARLAMASI VE REKLAM: PROMPTLARLA REKLAM ÜRETİMİNE İLİŞKİN DENEYSEL BİR ÇALIŞMA 344
TÜRKİYE'DEKİ SURİYELİ SIĞINMACILARIN GÜVENLİK SORUNLARI 362
PERCEPTION OF E-WALLET PAYMENT AMONG HIGHER EDUCATION STUDENTS IN SELANGOR, MALAYSIA 374
MENTEŞE İLİ İDARİ SINIRLARI VE DEMOGRAFİK YAPISI (1914) 384
KARESİ (BALIKESİR) İLİ İDARİ SINIRLARI VE DEMOGRAFİK YAPISI (1914) 390
HATAY'DA BİR GÖÇ HİKÂYESİ: KURTLUSOĞUKSU KÖYÜ (KIRIKHAN) İSKÂNI 396
TÜRKİYE'DE EKONOMİK BİR FAALİYET OLARAK TURİZM ve İSTİHDAM 412
İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER ALANINDA SİMÜLASYON TABANLI EĞİTİM* 428
YAZ TATİLİNDE SOSYAL BİLGİLER EĞİTİMİ UYGULAMALARI 437
PERCEPTION OF E-WALLET PAYMENT AMONG HIGHER EDUCATION STUDENTS IN SELANGOR, MALAYSIA 448

YEŞİL ALANLARA ERİŞİLEBİLİRLİĞİN UZAKTAN ALGILAMA YÖNTEMİYLE DEĞERLENDİRİLMESİ: ISPARTA ÖRNEĞİ

Sema ÇETİNKAYA
Araştırma Görevlisi Doktor, Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta, Türkiye, semacetinkaya57@gmail.com

ÖZET

21. yüzyılın kentlerinde artan nüfus yoğunluğu beraberinde yoğun yapılaşmayı da getirmiştir. Bu yoğunluk kent ekosistemlerinin bir parçası olan yeşil alanlar üzerinde daralma yönünde baskı yapmaktadır. Bununla birlikte alansal olarak azalma eğilimi gösteren yeşil alanların erişilebilirliği ve kişi başına düşen yeşil alan miktarının ne olması gerektiği tartışma konusu haline gelmiştir. Araştırmanın çıkış noktası şehirsel yaşanabilirliğin bir parçası olan yeşil alanlara erişilebilirlik olmasıdır. Kentsel alanlarda erişilebilirliğin sağlanması kent sakinlerinin yolda geçirdikleri zamanın kısalması ve karşılaştıkları durumlar karşısında geliştirebilecekleri stres üzerinde olumlu etkilere sahiptir. Kent ortamlarındaki yeşil alanlara erişilebilirliğin sağlanmasıyla beraber kişilerin kentteki günlük rutinden uzaklaşıp kısa süreli dinlenebilecekleri yerler olan yeşil alanlara kısa sürede ulaşmaları önemlidir. Bununla birlikte yeşil alan olarak değerlendirilen pek çok kentsel unsur bulunmaktadır. Bunlardan bazıları parklar, bahçeler, mezarlıklar, mesire alanları, refüjlerdeki ve yol kenarlarındaki peyzaj çalışmalarıyla yeşillendirilmiş alanlardır. Buna karşın insanların dinlenme amacıyla vakit geçirdiği kamusal alanlardan biri olan parkların kent ortamlarındaki mevcudiyeti ve erişilebilir olması önemlidir. Bahsi geçen nedenlerden dolayı Isparta örneği üzerinden yeşil alanların erişilebilirliğinin uzaktan değerlendirilmesi amaçlanmaktadır. Araştırma için öncelikle literatür taraması ve değerlendirmesi metodu uygulanıp, ardından araştırma sahasıyla ilgili sayısal verilerin, uydu görüntülerinin ArcGIS 10.8 programı yardımıyla işlenmesi sonucunda oluşturulan haritalarla araştırma bulgularının desteklenmesi sağlanmıştır. Buna göre Isparta'nın kentsel mahallelerinden bir olan Hızırbey Mahallesi, Doğancı Mahallesi ile Kepeci ve Keçeci mahallelerinin yeşil alana erişilebilirliğinin daha yakın kaldığı, Yayla, Pirimehmet ve Sanayi mahallelerinin ise nispeten yeşil alanlara erişilebilirlik konusunda uzak kaldığı gözlemlenmiştir. Doğancı ve Hızırbey'in yeşil alanlara yakın olmasındaki en büyük etken mahallelerde yer alan mezarlıkların mevcut olmasındandır. Sonuç olarak yeşil alan olarak nitelendirilen tüm unsurlarıyla değerlendirildiğinde Isparta kentinde yeşil alanlara erişilebilirlikte sorun görülmemekle birlikte bu unsurları parklarla sınırlandırıldığında her mahallede yeşil alanlara erişmede kısıtlayıcı unsurlar gözlemlenmiştir. Bunlardan birisi çevre yoludur. Özellikle Antalya, Konya, İzmir ve Ankara için kullanılan çevre yolları şehrin içinden geçmekte ve şehir sakinlerini yaya olarak yeşil alanlara erişmede sınırlandırmaktadır. Diğeri ise yeşil alanların bir kısmının hizmet veren bazı kamu kurumlarının tasarrufuna bırakılmasıdır. Örneğin; askeri alanlar, hastane ve okul bahçelerinde bulunan yeşil alanlar bu kurumlardan bazılarıdır. Yeşil alanların erişilebilir olması ancak kent sakinlerinin tamamını kapsayacak şekilde tasarlanması ve buna uygun çoğaltılmasıyla mümkün olabilir. Bu araştırmanın hem saha çalışmalarına hem de literatüre katkı sunması beklenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Şehirsel yaşanabilirlik, erişilebilirlik, yeşil alan, uzaktan algılama, Isparta.

EVALUATION OF ACCESSIBILITY TO GREEN AREAS BY REMOTE SENSING METHOD: THE EXAMPLE OF ISPARTA

ABSTRACT

The increasing population density in the cities of the 21st century has also brought with it intensive construction. This density puts pressure on the green areas, which are part of urban ecosystems, in the direction of contraction. However, the accessibility of green areas, which tend to decrease in spatial terms, and what the amount of green space per capita should be, have become a topic of discussion. The starting point of the research is the accessibility to green areas, which is part of urban livability. Ensuring accessibility in urban areas has a positive effect on shortening the time spent by city residents on the road and the stress they can develop in the face of the situations they face. With the provision of accessibility to green areas in urban environments, it is important for people to get to green areas in a short time, which are places where they can get away from the daily routine in the city and rest for a short time. However, there are many urban elements that are considered as green areas. Some of these are parks, gardens, cemeteries, promenade areas, areas greened with landscaping works at refuges and roadsides. On the other hand, it is important that parks, which are one of the public spaces where people spend time for recreation, are available and accessible in urban environments. For the reasons mentioned above, it is aimed to remotely evaluate the accessibility of green areas through the Isparta sample. Firstly, the literature review and evaluation method was applied for the research, and then the numerical data related to the research area were processed with the help of ArcGIS 10.8 program to support the research findings with maps created as a result of processing satellite images. Accordingly, it has been observed that the accessibility of Hızırbey Neighborhood, Dogancı Neighborhood, Kepeci and Kececi neighborhoods, which are one of the urban neighborhoods of Isparta, to green areas remains closer, while Yayla, Pirimehmet and Industrial neighborhoods remain relatively far away in terms of accessibility to green areas. The biggest factor in the proximity of Dogancı and Hızırbey to green areas is the presence of cemeteries located in the neighborhoods. As a result, when evaluated with all the elements that qualify as green areas, there are no problems in accessibility to green areas in the city of Isparta, but when these elements are limited to parks, restrictive elements have been observed in accessing green areas in every neighborhood. One of them is the ring road. Especially the ring roads used for Antalya, Konya, Izmir and Ankara pass through the city and restrict city residents from accessing green areas on foot. The other is that some of the green areas are left to the savings of some public institutions providing services. For example; military areas, green areas in hospital and school gardens are some of these institutions. It can only be possible for green areas to be accessible if they are designed to cover all of the city's residents and reproduced accordingly. It is expected that this research will contribute to both field studies and literature.

Keywords: Urban livability, accessibility, green space, remote sensing, Isparta.

GİRİŞ

Yeşil alanların varlığı insanlığın sosyal, ekonomik, yaşam biçimi üzerinde olumlu etkiye sahip olmasından dolayı yeşil alanların doğal kaynak olarak görülmesini sağlamıştır. Yeşil alanlar aynı zamanda insanların ruhsal ve fiziksel sağlıkları üzerinde de iyileştirici etkilere sahiptir. Yeşil alanların önemine dair yapılan çalışmalarda yeşil alanlar şehir ortamlarında estetik görünümü desteklemesi, şehirlerdeki ısı adacıklarının oluşmasını engellemesi, rüzgârın hızını kesmesi ve rüzgârın yönünü belirlenmesi ve havayı kirleten partikülleri temizlemesi bakımından önemli olduğu ifade edilmektedir (Gül ve Küçük, 2001). Olumlu etkilerinden dolayı yeşil alanlar hem kırsal alanlarda hem de kentsel alanlarda farklı biçimlerde yararlanılmasına rağmen vazgeçilmez bir unsur olarak mekânlardaki yerini almaktadır. Bununla birlikte kırsal alanlara kıyasla kentsel alanlardaki yapılaşmanın hızlı olması yerleşme

dokusunun sık yapılması yeşil alanlara duyulan ihtiyacı artırmıştır (Çetinkaya, 2022). Bahsi geçen yapılaşma ve yerleşme faaliyetlerinin bir sonucu olarak bu faaliyetler kent ekosistemlerinin bir parçası olan yeşil alanlar üzerinde daralma yönünde baskı yapmaktadır. Azalma eğilimi gösteren "*yeşil alanların erişilebilirliği*" ve "*kişi başına düşen yeşil alan miktarının ne olması gerektiği?*" tartışma konusu haline gelmiştir. Kentsel alanlarda erişilebilirlik sağlandığında ve şehir sakinlerinin yolda geçirdikleri zaman kısaldığında, şehir sakinlerinin günlük rutinlerinde karşılaştıkları stresli durumlarla başa çıkabilmeleri kolaylaşmaktadır.

Şehirde yaşayanların şehrin işleyişini sağlayan sağlık, ticaret, eğitim alanlarına ve rekreasyonel alanlara erişebiliyor olması önemlidir. Öyle ki bireyin herhangi bir kimseye ihtiyacı olmadan şehirde bulunan ulaşım araçları ve şehirleri okunaklı hale getiren yön levhaları sayesinde kendi amacı doğrultusunda güvenli bir şekilde seyahat edip evine dönebilmelidir. Bu araştırmanın amacı; Isparta örneği üzerinden şehir sakinlerinin yeşil alanlara erişilebilirliği uzaktan değerlendirmektir. Kent ortamlarındaki yeşil alanlara erişilebilirliğin sağlanmasıyla beraber kişilerin kentteki günlük rutinden uzaklaşıp kısa süreli dinlenebilecekleri yerler olan yeşil alanlara kısa sürede ulaşmaları önemlidir. Bu noktada "Şehirsel yaşanabilirliğin bir parçası olan yeşil alanlara erişilebilirlikle ilgili bir sorun Isparta'da yaşanıyor mu?" sorusu ortaya çıkmaktadır. Araştırmanın amacını gerçekleştirmek üzere bahsi geçen soruya yanıt verilmeye çalışılmıştır.

Araştırmanın sahip olduğu bazı sınırlılıklar bulunmaktadır. Bunlar; uydu görüntülerinin elde edildiği Earth Explorer USGS sitesinde bulunan Landsat 8-9 uydu görüntülerinin çözünürlüklerinin düşük olması oluşturulan Normalize Edilmiş Vejetasyon İndeksi (Normalized Differenced Vegetation Indexanalizi – NDVI) sonucu ortaya çıkan haritanın da çözünürlüğünü düşürmüştür. Ayrıca belediyeden talep edilen yeşil alanlarla ilgili veri talebine bazı unsurlar (kent parkları, korulukları ve ormanları, yöre parkları ve mesire yerleri, bölge parkları / tabiat parkı) toplam alan verisi olarak aynı kabul edilerek yanıt verilmiştir. Bununla birlikte yeşil alanların mahallelere ait çocuk parkları, spor alanları gibi alanların ayrıntılı tam isim listesine ve alan bilgisine ulaşılamamıştır. Son olarak İmar planı içinde mahalle sınırlarını gösteren sayısal veri bulunmaktadır.

Birleşmiş Milletler Dünya Sağlık Örgütü kişi başına düşen kentsel yeşil alan miktarının en az 9 m² olmasını önermektedir (Maryanti et al., 2016). Türkiye kentleri için ise 1999 yılında çıkarılan 23.804 sayılı yeni yönetmeliğe göre; kentsel alanlarda kişi başına düşen yeşil alan değeri en az 10 m² olarak belirlenmiştir (Bingöl ve Gök, 2017). Isparta kentinde 2001 yılında gerçekleştirilen araştırmaya göre, mevcut düzenlenmiş aktif açık-yeşil alanlar (kent ve mahalle parkları, çocuk bahçeleri ve oyun alanları) nitelik ve nicelik olarak yetersiz olarak görülmüş ve kişi başına ortalama 3 m² yeşil alan düştüğü ifade edilmiştir. Bununla birlikte yol, cadde, mezarlık, kent ormanları ve koruluklar ve diğer potansiyel açık- yeşil alanlar da dâhil edildiği zaman kişi başına ortalama düşen yeşil alan 14.6 m²'ye çıktığı belirtilmiştir (Gül ve Küçük, 2001).

Konuyla ilgili alan yazın tarandığında; yeşil alanların değerlendirilmesinde kategorize ederek inceleyen çalışmalar olduğu gibi kentsel açık yeşil alanlar olarak ele alan çalışmaların da olduğu görülmüştür (Akten ve Yücedağ, 2022; Kuş Şahin ve Aşkın, 2020; Tuğluer, 2019; Yaman ve Doygun, 2014). Bu çalışmalar aynı zamanda yeşil alanların önemi ve yeşil alanlarda tercih edilen bitki türleriyle ilgili içeriğe sahiptir. Yeşil alanların incelenmesinde kullanılan yöntem ve tekniklerle bu araştırmada kullanılan uzaktan algılama ve cbs uygulamaları gibi teknikler arasında

benzerlik olduğu görülen çalışmalar da mevcuttur (Bahadır vd., 2017; Benek ve Şahap, 2017; Camcı vd., 2023; Sabuncu ve Özener, 2019; Sarp vd., 2019; Şenyiğit ve Yılmaz, 2019; Temurçin vd., 2019; Uz, 2005). Çalışma sahası olan Isparta şehrine dair yapılan alan yazın tarandığında kaynakların oldukça fazla olduğu bununla birlikte yeşil alanlarla ilgili konu sınırlandırmasına da gidildiğinde sayılarının birkaç tane olduğu görülmüştür (Akten ve Yücedağ, 2022; Bingöl ve Gök, 2017; Gül ve Küçük, 2001; Kuş Şahin ve Aşkın, 2020).

YÖNTEM

Bu çalışmada konuyla ilgili olabileceği düşünülen ve erişilebilen kaynaklarla ilgili literatür taraması kullanılmıştır. Araştırma sahasıyla ilgili sayısal verilerden biri uydu görüntüleridir. Bu görüntüler Earth Explorer USGS sitesinde bulunan Landsat 8-9 uydu görüntülerinden ve Google Earth Pro programının uydu görüntülerinden faydalanılmıştır. Bununla birlikte sayısal verilerden diğeri Isparta Belediyesi'nden temin edilen imar planıdır. Sayısal verilerin ve uydu görüntülerinin analizi ArcGIS 10.8 programı yardımıyla gerçekleştirilmiş olup ilgili haritalarla araştırma bulguları desteklenmiştir. ArcGıs 10.8 programında yeşil alanların yaymış oldukları kızılötesi dalga boyunun ayırt edilmesinde kullanılan NDVI analizi yapılmıştır. Bununla birlikte açık yeşil alanlara erişilebilirlik konusunda (yürüme) mesafe Avrupa Çevre Ajansı (European Environment Agency) tarafından belirlenmiştir. Bu mesafe yaklaşık (maksimum) 1000 m. (15 dakikalık yürüme mesafesi)'dir. Buna karşılık English Nature ise bu mesafeyi (maksimum) 300 m. olarak belirlemiştir. Literatürde kullanılan yaygın ölçüt 300 m. olduğu için ArcGIS 10.8 programında Isparta şehri imar planı üzerinde 300 m.'lik tampon bölge (buffer zone) analizleri gerçekleştirilmiştir.

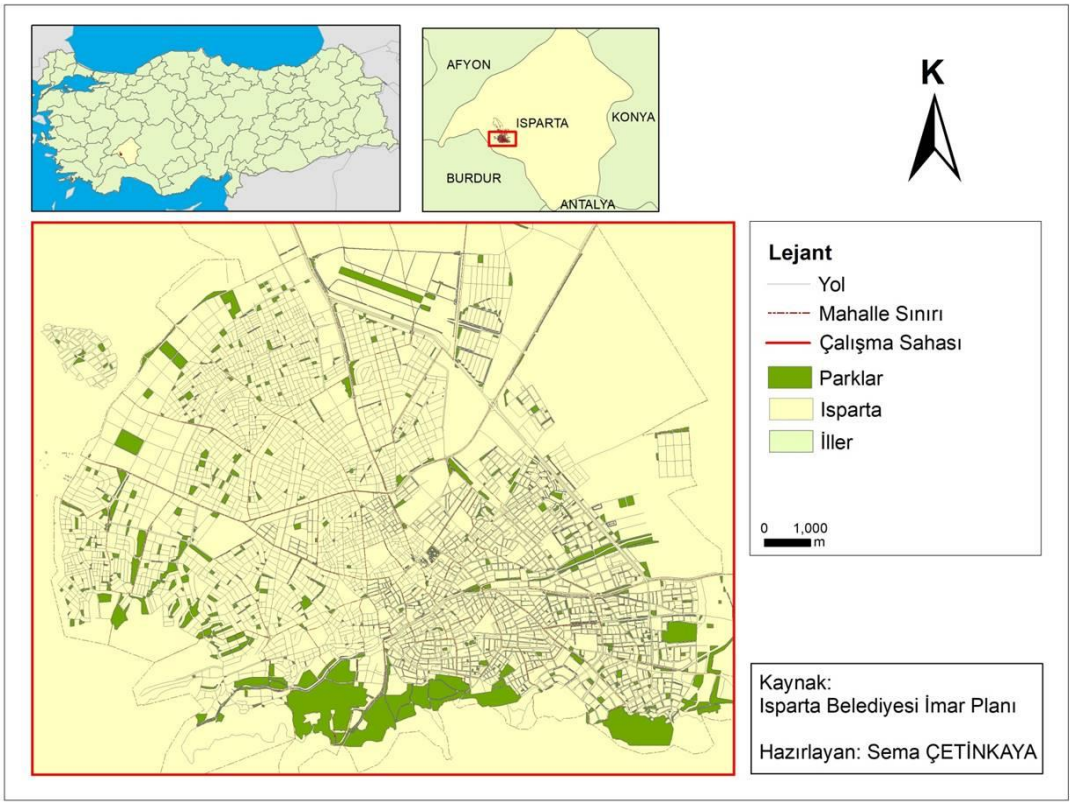
Isparta şehrinin kentsel nüfus miktarı 250.134'tür (TÜİK, 2023). Isparta'da çocuk bahçeleri, spor alanları, mahalle parkları gibi açık yeşil alanların toplam miktarı 4.045.791,86 m²'dir (Isparta Belediyesi, 2023). Isparta'da kişi başına düşen açık yeşil alan miktarı ise 16,2 m² olarak hesaplanmıştır.

Tablo 1. Isparta Şehrindeki Açık Yeşil Alan Kategorileri ve Miktarları (m²), (Isparta Belediyesi, 2023).

	Yeşil Alan Kategorileri	**Toplam Yeşil Alan Miktarı (m²)**
1	Çocuk Bahçeleri, Çocuk Oyun Alanları	56301.47
2	Spor Alanları	19152.18
3	Mahalle Parkları	1045924.44
4	Kent Parkları, Korulukları ve Ormanları, Yöre Parkları ve Mesire Yerleri, Bölge Parkları (Tabiat Parkı)	963542.40
5	Yol, Bulvarlar ve Refüjlerdeki Açık-Yeşil Alanlar	1461554.94
6	Mezarlıklar	499316.43

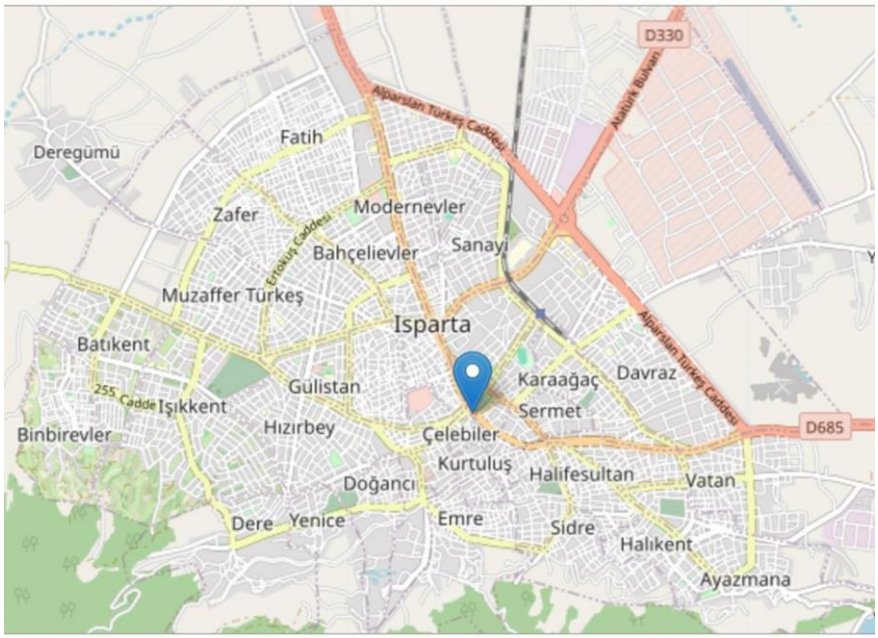
BULGULAR

Isparta'da mevcuttaki yeşil alanlar parçalı ve dağınık görünüm sergilemektedir. Bu durumun ortaya çıkmasındaki önemli nedenlerden biri yeni imar planı yönetmeliğinde yer alan binaların inşaatı esnasında bırakılması gereken yeşil alan miktarına tam anlamıyla uyulmaması, eski yerleşim alanlarında bırakılması gereken kamusal açık alanların kişi başına düşen yeşil alan miktarına dikkat edilmeden oluşturulmasıdır. Böylece çalışma sahası olan Isparta'da parklar, çocuk oyun alanları, spor alanları gibi pek çok açık yeşil alanın parçalı ve dağınık küçük alanlar olarak görünmesine yol açmıştır (Şekil 1).



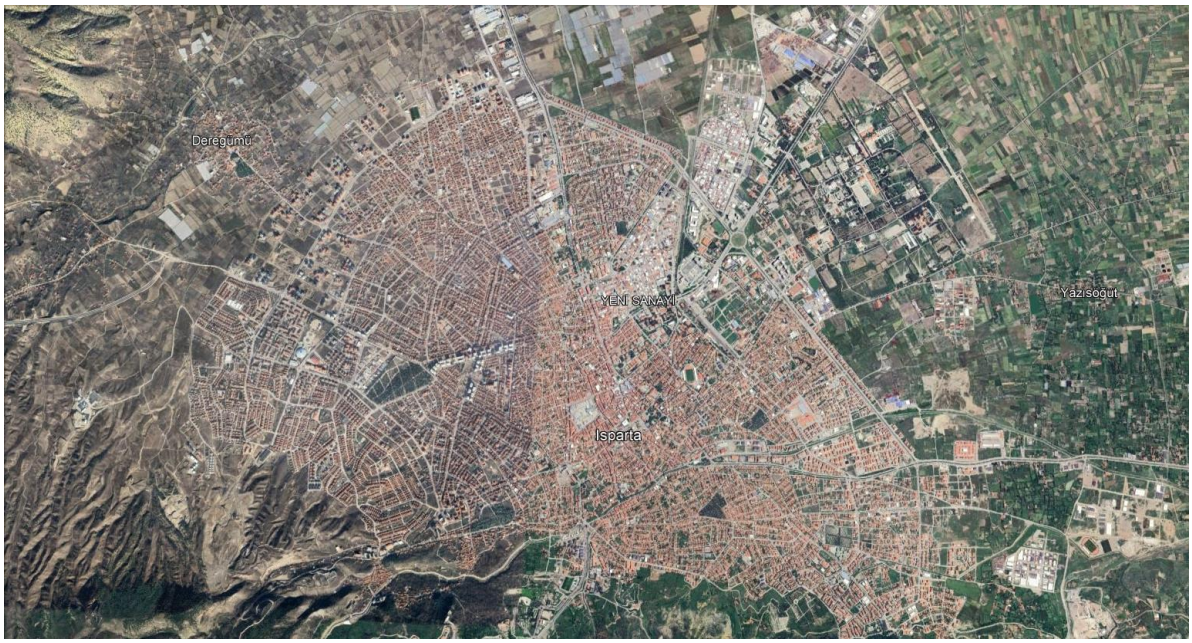
Şekil 1. Çalışma Sahasının Lokasyonu ve Açık Yeşil Alanların Şehir İçindeki Dağılımı.

Isparta'nın kentsel mahallelerinden biri olan Hızırbey Mahallesi, Doğancı Mahallesi ile Kepeci ve Keçeci mahallelerinin yeşil alana erişilebilirliğinin daha yakın kaldığı, Yayla, Pirimehmet ve Sanayi mahallelerinin ise nispeten yeşil alanlara erişilebilirlik konusunda uzak kaldığı gözlemlenmiştir. Doğancı ve Hızırbey'in yeşil alanlara yakın olmasındaki en büyük etken mahallelerde yer alan mezarlıkların mevcut olmasındandır (Şekil 2).



Şekil 2. Çalışma Sahasına Ait Mahallerin Google Haritalar'dan Elde Edilen Yaklaşık Konumları.

Uydu görüntüleri incelendiğinde büyük miktardaki yeşil alanların daha çok mesire alanları, koruluklar ve mezarlıklarda yer aldığı görülmüştür. Bunun dışında kentsel dönüşüm alanı ya da yerleşmeye yeni açılan mahallerde açık yeşil alan miktarının arttığı görülmüştür. Şehrin dışına doğru ilerledikçe bu yeşil alanların sayısı ve miktarı artmaktadır (Şekil 3).



Şekil 3. Çalışma Sahasının Google Earth Pro Uygulamasından Elde Edilen Uydu Görüntüsü.

Yeşil alanların parçalı görünümündeki nedenlerden biri refüj alanları ile belediyenin yapmış olduğu yol kenarlarına yapılmış gelişi güzel peyzaj çalışmalarıdır. Daha önce de ifade edildiği gibi toplu ve alansal miktarı fazla olan mezarlıklar her ne kadar kamusal alanlar olarak geçse de açık yeşil alanlar içinde rekreasyonel anlamda kullanılamayan refüj gibi pasif yeşil alanlar kategorisinde değerlendirilmektedir (Şekil 4).

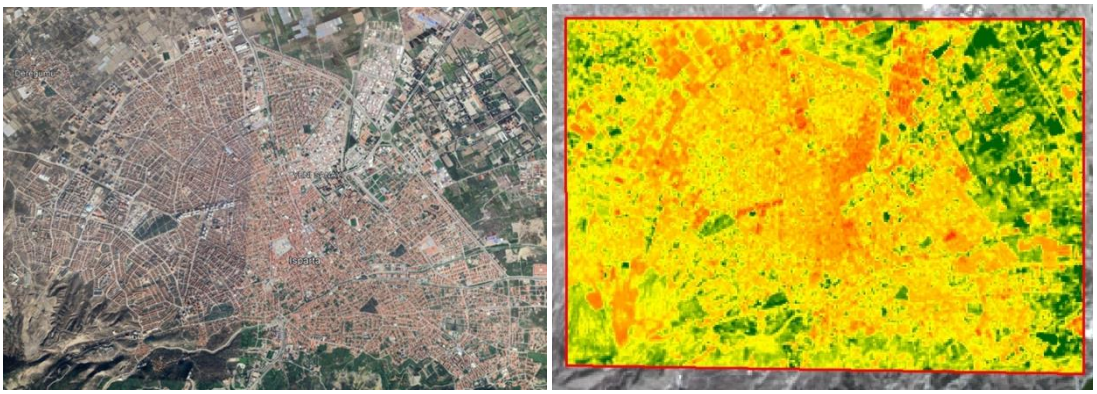
Şekil 4. Şehir İçindeki Refüjler ve Mezarlıklarda Yer Alan Yeşil Alanlar.

Açık yeşil alanlar içinde aktif olarak kullanılan parklar, çocuk oyun alanlarının parçalı ve alansal olarak küçük olması şehir sakinlerinin bu noktaları tercihini azaltabilmektedir. Yeşil alan miktarının fazla olduğu alanlar okul bahçeleri, lojmanlar, hastane bahçeleri ve askeri alanlar olarak hizmet veren kamu kurumlarına ait arazilerde görülmektedir. Ancak bu alanlar şehir sakinlerinin her kesimine hizmet vermekten ziyade amacı doğrultusunda hizmet almaya gelen şehir sakinleri tarafında belirli süreler içinde faydalanılmaktadır. Bunun yerine daha merkezi ve yoğun olarak

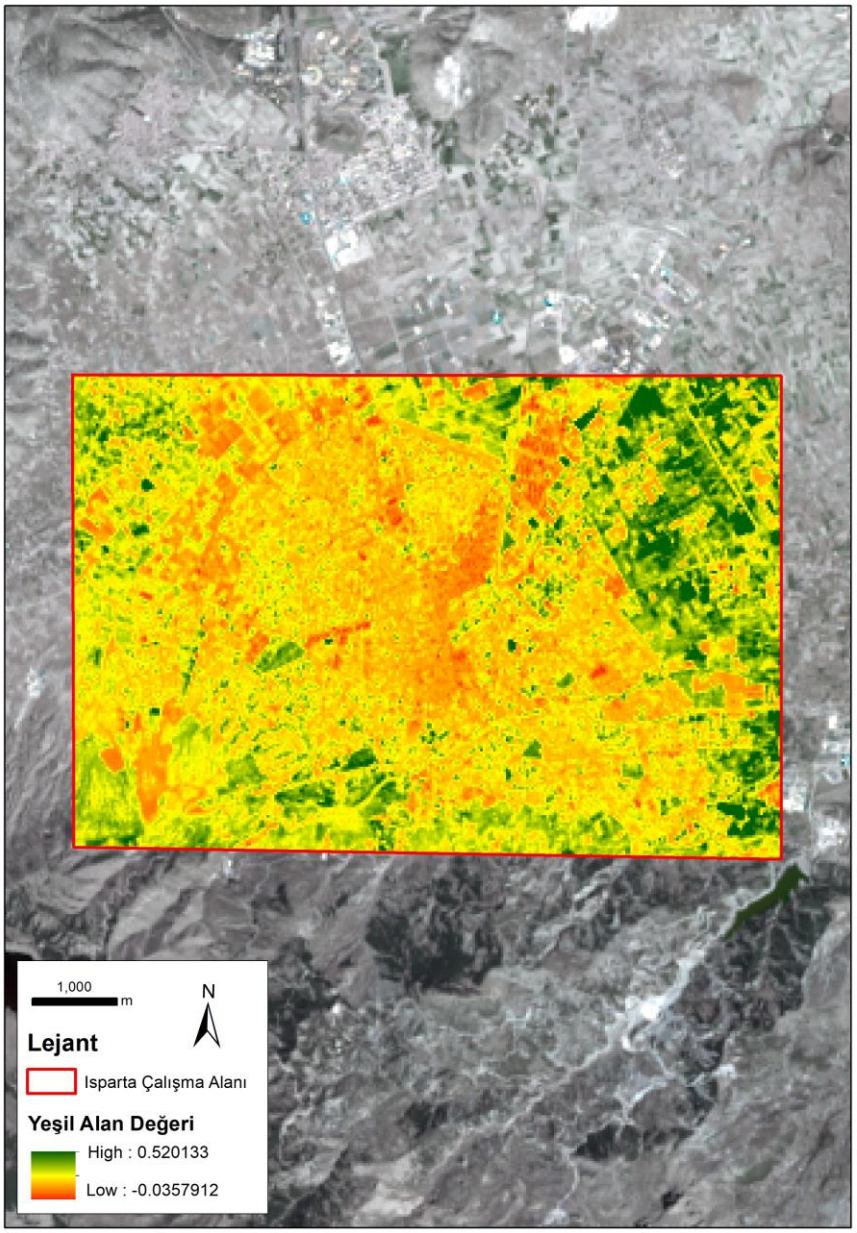
kullanılan alansal miktarı fazla ve her yaş grubuna hitap eden fiziksel altyapının olduğu Atatürk Parkı'nın ve Isparta Belediye Parkı'nın şehir sakinlerinin boş zaman aktivitesi ve rekreasyonel faaliyetler için daha çok tercih edildiği yerler olduğu gözlemlenmiştir (Şekil 5).

Şekil 5. Şehrin Alansal Olarak Büyük Olan Parklarından Atatürk Parkı ve Isparta Belediye Parkı.

NDVI analizinde kullanılan uydu görüntüsünün analiz öncesi ve sonrası değerlendirildiğinde şehir merkezinin sık dokulu yerleşme alanlarında rengin turuncu ve kırmızıya döndüğü, açık yeşil alanların bulunduğu noktalarda rengin yeşil tonlarına döndüğü görülmüştür. Bu görüntünün ortaya çıkmasında açık yeşil alanların oluşturulmasında kullanılan bitki seçimleri, ağaçlandırma faaliyetlerinde kullanılan ağaç türleri etkili olmaktadır. Bazı bitkilerin ve ağaçların yaydıkları kızılötesi dalga boylarının farklı olduğu bilinmektedir. Yeşil alan oluşturulurken bunların birbirine olan konumları ve aralarındaki mesafede önemli olmaktadır (Şekil 6 ve 7).

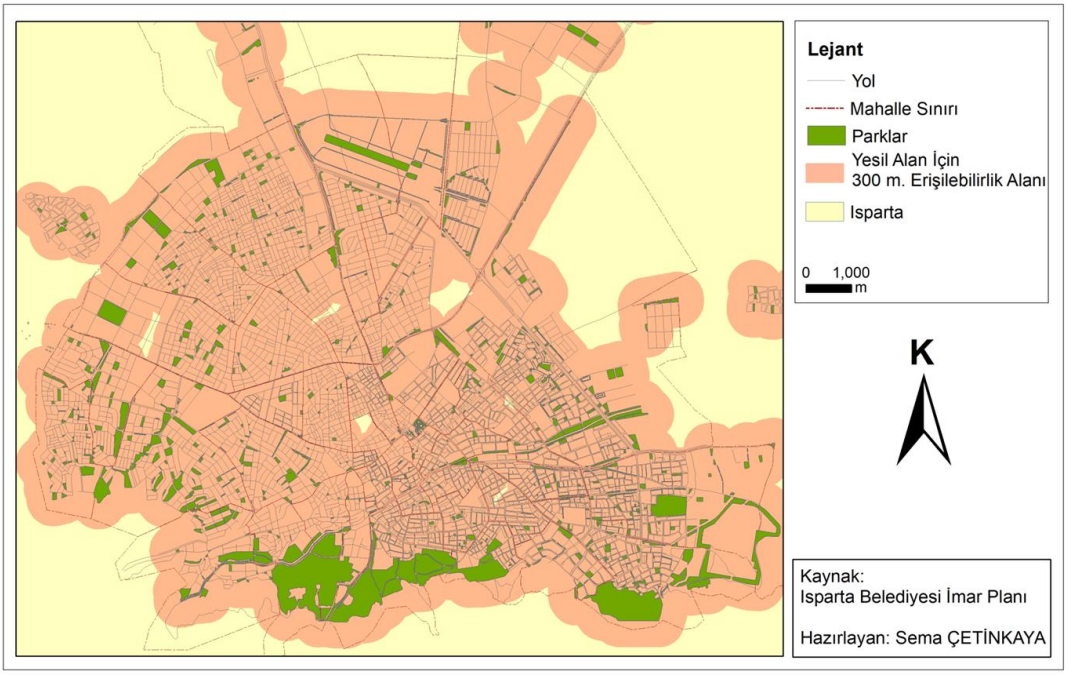


Şekil 6. Çalışma Sahasının Earth Explorer USGS'den Elde Edilen Uydu Görüntüsü ile NDVI Analizi Sonucu Oluşturulmuş Görüntüsü.



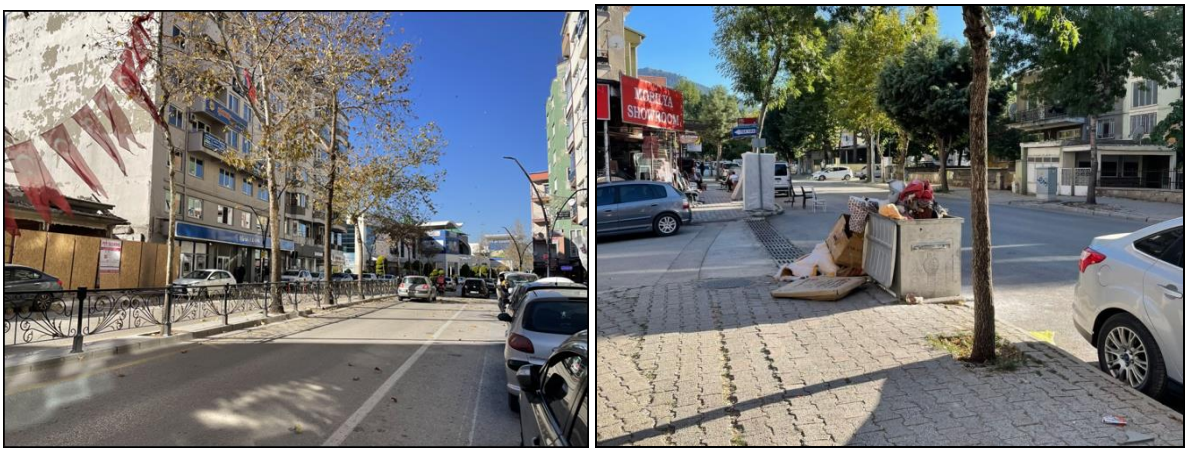
Şekil 7. Çalışma Sahası Uydu Görüntüsünün NDVI Analizi Sonucu.

Yeşil alanlara mesafe anlamında erişilebilirliğin sağlanıp sağlanmadığının anlaşılması için ArcGIS 10.8 programında oluşturulan 300 m.'lik tampon bölge analizine göre erişilebilirlikte problem olmadığını göstermiştir. Bununla birlikte şehir içinde belediye tarafından oluşturulan park ve bahçelerin sayısal anlamda çok ve dağınık bir şekilde her mahallede oluşturulduğu ancak alansal anlamda her mahallede nüfus yoğunluğuyla doğru orantılı şekilde yeterli büyüklükte olmadığı görülmüştür (Şekil 8).



Şekil 8. Şehirdeki Açık Yeşil Alanlara Erişilebilirlik için Belirlenen 300 m.'lik Tampon Bölge Analizi Haritası.

Yolları birbirinde ayırmak için kullanılan refüjler şehri içinde sıklıkla görülmektedir. Bu alanların gelişi güzel ağaçlandırılması ya da gerçekleştirilen peyzaj çalışması bazen şehirde sağlanmak istenen estetik görünümden uzaklaşılmasına neden olmaktadır. Buna ilave olarak bazı istenmeyen görüntülerin (çöp konteynırları ve bu konteynır etrafındaki evsel atık görüntüleri) kapatılmasında yetersiz kaldığı görülmektedir (Şekil 9).



Şekil 9. Yol Kenarlarında ve Refüjlerdeki Yetersiz ve Gelişi Güzel Yeşil Alanlar.

TARTIŞMA VE SONUÇ

Yeşil alan olarak nitelendirilen tüm unsurlarıyla değerlendirildiğinde Isparta kentinde yeşil alanlara erişilebilirlikte sorun görülmemekle birlikte bu unsurları parklarla sınırlandırıldığında her mahallede yeşil alanlara erişmede kısıtlayıcı unsurlar gözlemlenmiştir. Bu sınırlayıcı özelliklerden en önemlisi parkların yekpare olarak yeterli alansal büyüklükte olmamasıdır. Buna karşın şehirdeki toplam yeşil alan miktarı kentsel nüfus miktarı ile oranlandığında istatistiki açıdan yeterli görünmektedir.

Özellikle Antalya, Konya, İzmir ve Ankara için kullanılan çevre yolları şehrin içinden geçmekte ve şehir sakinlerini yaya olarak yeşil alanlara erişmede sınırlandırmaktadır. Bununla birlikte oluşturulan tampon analizinin eksik olan taraflarından biri olan çıkmaz sokaklar ve çevre yolları gibi sınırlandırıcı faktörlerin işlenememesi nedeniyle Isparta şehrinde yeşil alanlara erişilebilirlikte herhangi bir problem yaşanmadığını gösteren göreli bir sonuç vermektedir. Mevzuat bakımından kişi başına düşen yeşil alan miktarı karşılanmış gibi görünse de NDVI analizi sonuçlarına göre şehir içinde ağaçların yaydığı kızılötesi dalga boyları bazında değerlendirme yapıldığı için uydu görüntüleri analizinde kişi başına düşen yeşil alan miktarının yeterli olmadığını göstermektedir. Ayrıca yeşil alanların bir kısmının hizmet veren bazı kamu kurumlarının tasarrufuna bırakılması yeşil alan miktarının daha da baskılanmasına yol açmaktadır. Bu kurumlardan bazıları daha önce de belirtildiği gibi askeri alanlar, hastane ve okul bahçeleridir.

Isparta'da 2001 yılından bu yana kişi başına düşen yeşil alan miktarında artış olduğu anlaşılmıştır. Bu doğrultuda bakıldığında Isparta şehri hem BM'in kent sakinleri için önerdiği kişi başına düşen yeşil alan miktarını hem de Türkiye şehirleri için hazırlanan imar planı mevzuatı kapsamında kent sakinleri için belirlenen kişi başına düşen yeşil alan miktarını karşılamaktadır.

Alan yazında konuyla, sahayla ve kullanılan yöntem ve teknikler bakımından karşılaştırıldığında; konuyla ilgili yapılmış çalışmalarla aynı konu alanında çalışılmıştır. Bir başka ifadeyle yeşil alanlar üzerine bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Bununla birlikte sahada yeşil alan üzerine yapılmış araştırmalarda "*yeşil alanın önemi, yeşil alanın miktarının yeterliliği*" gibi konularla da benzerlik içermektedir. Bu araştırmanın ulaştığı sonuçlar bakımından alan yazınla karşılaştırıldığında; Gül ve Küçük'ün (2001) yapmış olduğu araştırmanın üzerinden geçen zaman göz önünde bulundurulduğunda kişi başına düşen yeşil alan miktarının Isparta şehrinde pozitif yönde değiştiği anlaşılmıştır. Bunlara karşın yeşil alanların erişilebilirliği üzerine Isparta şehri için yapılmış bir çalışmanın olmaması nedeniyle gerçekleştirilen bu araştırmada kullanılan teknikler güncel araştırma tekniklerine paralel olup literatüre katkı sağlayan bir çalışma olmuştur.

ÖNERİLER

Yeşil alanların erişilebilir olması ancak kent sakinlerinin tamamını kapsayacak şekilde tasarlanması ve buna uygun çoğaltılmasıyla mümkün olabilir. Bu araştırmanın hem saha çalışmalarına hem de literatüre katkı sunması beklenmektedir. Araştırmada belirtilen eksiklerin giderilmesiyle bu araştırma genişletilerek yeniden ele alınabilir. Bununla birlikte yeşil alanların kullanım yoğunluğunu, amacını, güvenliğini irdeleyen çalışmaların yapılması sağlanabilir.

KAYNAKÇA

Akten, S. & Yücedağ, C. (2022). Isparta Çünür Mahallesi park ve konut bahçelerinin peyzaj tasarımı açısından incelenmesi. *Artvin Çoruh Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, *23*(1), 51-64.

Bahadır Taşçı, M., Baha Bilgilioğlu, B., Arslan, A. E., Musaoğlu, N. & Erten, E. (2017, 3-6 Mayıs). *Kentsel yeşil alanlarda uzaktan algılama ile yaprak alan indeksi* (Tam metin bildiri). TMMOB Harita ve Kadastro Mühendisleri Odası, 16. Türkiye Harita Bilimsel ve Teknik Kurultayı, Ankara, Türkiye.

Benek, S. & Şahap, A. (2017). Şanlıurfa şehrinde coğrafi bilgi sistemleri (cbs) ve uzaktan algılama (ua) kullanılarak

yeşil alanların yeterliliğinin belirlenmesi. *Marmara Coğrafya Dergisi, 36,* 304-314.

Bingöl, B. & Gök, A. B. (2017, 12-13 Mayıs). *Kentsel mekânlarda açık ve yeşil alanların önemi: Isparta kenti örneği* (Özet bildiri). 2. Uluslararası Mühendislik Mimarlık ve Tasarım Kongresi, Başiskele, Kocaeli, Türkiye.

Camcı, A., Gürgen, O. & Kaya, G. (2023). Uzaktan algılama ve cbs kullanılarak Erzurum şehrinde yeşil alan yeterliliğinin belirlenmesi. S. Birinci, Ç. K. Kaymaz & Y. Kızılkan (Ed.), *Cumhuriyetin 100. Yılına Armağan Coğrafya ve İnsan* (s. 619 – 645). Kriter Yayınevi.

Çetinkaya, S. (2022). Yeşil alanların yaşanabilirlik, yaşam kalitesi kavramları açısından değerlendirilmesi (T. Çetin, H. Kara, H. Özüdoğru (Ed.), *Kuramdan Uygulamaya Ekonomi ve Sosyal Bilimlerde Akademik Araştırmalar-I* (s. 202-213). Hiperyayın.

Gül, A. & Küçük, V. (2001). Kentsel açık-yeşil alanlar ve Isparta kenti örneğinde irdelenmesi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi, A*(2), 27-48.

Kuş Şahin, C. & Aşkın, M. A., (2020). Toplu konut ve site bahçelerindeki açık ve yeşil alanların irdelenmesi: Isparta kent merkezi örneği. *Kent Akademisi, 13*(3), 460-474.

Maryanti, M. R., Khadijah, H., Muhammad Uzair, A. & Megat Mohd Ghazali, M. A. R. (2016). The urban green space provision using the standards approach: issues and challenges of its implementation in Malaysia. *Sustainable Development and Planning VIII - WIT Transactions on Ecology and the Environment. 210*, 369-379.

Sabuncu, A. & Özener, H. (2019). Uzaktan algılama teknikleri ile yanmış alanların tespiti: İzmir Seferihisar orman yangını örneği. *Doğal Afetler ve Çevre Dergisi, 5*(2), 317-326.

Sarp, G. Temurçin, K. & Aldırmaz, Y. (2019). Kentin hücresel boyutu: Bağcılar (İstanbul) üzerine bir deneme. *Coğrafya Dergisi, 39*, 99-109.

Şenyiğit Doğan, S. & Yılmaz S. (2019). Coğrafi bilgi sistemleri ve uzaktan algılama yöntemleri ile arazi örtüsü/alan kullanım değişimlerinin belirlenmesi: Bingöl kent merkezi örneği. *Türk Tarım ve Doğa Bilimleri Dergisi*, *6*(3), 536–545.

Temurçin, K., Sarp, G., Aldırmaz, Y., Kılıç, M. & Aldırmaz, A. (2019, 5-7 Kasım). *Uzaktan algılama teknikleri ile kentsel dokunun tespiti: imkân ve sınırlılıklar* (Tam metin bildiri). Bilge Kağan 2. Uluslararası Bilim Kongresi, Barselona, İspanya.

Tuğluer, M. (2019). Kentsel açık-yeşil alanların evrensel tasarım standartları açısından değerlendirilmesi; Isparta tarihi Ayazmana Mesireliği örneği. L. G. Kaya (Ed.), *Mimarlık Alanında Araştırma ve Değerlendirmeler* (s. 119-131). Gece Akademi.

TÜİK (2023, Mayıs 9). https://biruni.tuik.gov.tr/medas/?locale=tr

Uz, Ö. (2005). *Eskişehir kent merkezi yeşil alanlarının uzaktan algılama ve coğrafi bilgi sistemleri yardımı ile değerlendirilmesi* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Anadolu Üniversitesi.

Yaman, G. & Doygun, H. (2014, 22-24 Ekim). *Yeşil alanların kent ekosistemine katkılarının Kahramanmaraş kenti örneğinde incelenmesi* (Tam metin bildiri). II. Ulusal Akdeniz Orman ve Çevre Sempozyumu "Akdeniz Ormanlarının Geleceği: Sürdürülebilir Toplum ve Çevre". Isparta, Türkiye.

NAZİ ALMANYA'SINDA SANAT VE PROPAGANDA: LENI RIEFENSTAHL'IN OLYMPIA FİLMİ ÜZERİNE BİR İNCELEME

Racan Aleyna Işıkhan TATAR
Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Çanakkale, Türkiye, aleynaisikhan@gmail.com

Prof. Dr. Şakir EŞİTTİ
Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Çanakkale, Türkiye, sakir.esitti@comu.edu.tr

ÖZET

Propaganda, belli ideolojileri yaymak, iletişim kurulan tarafta tek yönlü olarak davranış değişiklikleri yaratmak ve kamuoyunun desteğini almak için tarih boyunca sıkılıkla kullanılan bir yöntem olagelmiştir. İletişim bilimleri, siyaset bilimi, uluslararası ilişkiler, sosyoloji ve psikoloji gibi birçok akademik disiplin açısından inceleme konusu olan propaganda ile sanat arasında da yakın bir ilişki bulunmaktadır. Bununla birlikte mevcut literatürde sanat propaganda ilişkisini ele alan akademik çalışmalar diğer alanlarla karşılaştırıldığında oldukça kısıtlıdır. Mimari, heykel, resim, edebiyat, müzik, tiyatrodan sonra yedinci sanat dalı olarak bilinen sinema ile propaganda arasında da yakın bir ilişki bulunmaktadır. Tarihte sistematik ve profesyonel propagandanın önemli örneklerinden biri sayılan Nazi propagandası, sinema sanatına ayrı bir önem atfetmektedir. Sinemanın daha geniş kitlelere ulaşabilen ve hedef kitlenin zihnini etkileyebilen bir araç olduğunun farkına varan Nazi Partisi, Almanya'da iktidar olunca propaganda bakanlığı bünyesinde film bürosu oluşturmuştur. Film bürosu bünyesinde üretilen filmlerden bir tanesi de 1936 Berlin Olimpiyatlarını konu edinen Olympia (1938) filmidir. Yönetmenliğini Leni Riefenstahl'ın yapmış olduğu bu film, kullanılan teknikler ve kamera açıları açısından birçok yeniliği barındırmaktadır. Dönemine göre oldukça maliyetli ve büyük prodüksiyonlu olan Olympia, spor belgeselinden çok özellikle prolog bölümündeki sanatsal yaklaşımıyla propaganda filmi olarak anılmaktadır. Bu bölümde Antik Yunan ve Roma medeniyetlerine yapılan göndermeler ve Olimpiyatlara katılan Nazi sporcuların "mükemmel" Aryan bedenleri tasvir edilerek sanat ve propaganda arasında bir bağ kurulmuştur. Bu çalışmada Nazi İktidarının ideolojik yapılanmasının, Avrupa üzerindeki hakimiyet iddiasını meşru kılma çabalarının sanatsal anlatı üzerinden nasıl propaganda unsuru haline geldiğinin çözümlenmesi amaçlanmaktadır. Bu bağlamda çalışmada Leni Riefenstahl'ın yönetmenliğinde Nazi propagandası için çekilen Olympia (1938) filminin prolog bölümü Erwin Panofsky'nin İkonolojik ve İkonografik Sanat Eleştirisi yönteminden yararlanılarak incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sanat ve propaganda, sinema, Leni Riefenstahl, Olympia filmi, Nazi Dönemi Propagandası

ART AND PROPAGANDA IN NAZI GERMANY: A STUDY ON LENI RIEFENSTAHL'S MOVIE OLYMPIA

ABSTRACT

Propaganda has been a frequently used method throughout history to spread certain ideologies, to create one-way behavioral changes on the communicated side, and to gain public support. There is also a close relationship between propaganda and art, which is the subject of examination in many academic disciplines such as communication sciences, political science, international relations, sociology and psychology. However, in the current literature, academic studies dealing with the art-propaganda relationship are quite limited compared to other fields. There is also a close relationship between propaganda and cinema, which is known as the seventh branch of art after architecture, sculpture, painting, literature, music and theatre. Nazi propaganda, which is considered one of the important examples of systematic and professional propaganda in history, attaches special importance to the art of cinema. Realizing that cinema was a tool that could reach larger audiences and influence the minds of the target audience, the Nazi Party created a film bureau within the Ministry of Propaganda when it came to power in Germany. One of the films produced within the film bureau is Olympia (1938), which is about the 1936 Berlin Olympics. Directed by Leni Riefenstahl, this film contains many innovations in terms of techniques and camera angles. Olympia, which was quite costly and had a large production for its time, is known as a propaganda film, especially with its artistic approach in the prologue section, rather than a sports documentary. In this section, a link is established between art and propaganda by depicting the references to Ancient Greek and Roman civilizations and the 'perfect' Aryan bodies of the Nazi athletes participating in the Olympics. Thus, this study aims to analyze how the ideological structuring of the Nazi Power and its efforts to legitimize its claim to dominance over Europe became an element of propaganda through artistic narrative. In this context, the prologue section of the movie Olympia (1938), directed by Leni Riefenstahl and shot for Nazi propaganda, will be examined using Erwin Panofsky's Iconological and Iconographic Art Criticism method.

Keywords: Art and propaganda, cinema, Leni Riefenstahl, Olympia movie, Nazi Era Propaganda

GİRİŞ

Paleolitik dönemden günümüze kadar geçen süreçte insanın dışa vurum aracı olan sanat, estetik ve güzellik kavramlarıyla ilişkili bir olgu olmasına rağmen insanın tarihsel gelişim süreci içerisinde farklı alanlarda da kullanılmıştır. Sanat, özellikle kurumlaşmış toplulukların varlığıyla din ile birlikte gelişim göstermektedir. Dini ibadetler aracılığıyla sanat yapıtlarının kullanımı arttıkça toplumların kültürleri de oluşmaya başlamaktadır. Bu bağlamda sanat ve din ilişkisi birbirinden ayrı düşünülemez bir boyuta ulaşmıştır. Farklı medeniyetlerin ibadetleri sırasında kullandıkları sanat yapıtları da o toplumun kültürel kodlarının oluşmasına fayda sağlamaktadır. Bir bakıma sanat, hem estetik ve güzellik kaygıların dışa yansıtmaya yarayan araç hem de bulunduğu toplumun bir aynası olmaktadır. "Yani sanatın amacı, insan-ruhunu eğitmek ve sonrasında güzel olana yönlendirerek uyandırmak olarak ifade edilebilir. Bu anlamda sanat dinin amacına da hizmet etmektedir" (Soysaldı, 2018: 309).
Böylelikle sanat, tarihsel süreçte insanın birtakım ihtiyaçları doğrultusunda kullanılmıştır. Sanat yapıtının bu kullanım alanlarından bir diğeri de toplumsal sorunları dile getirmesidir. Özellikle Fransız İhtilali sonrasında halk tarafından bir eleştiri ve başkaldırı aracı olarak da kullanılan sanat yapıtları, egemen kesimler tarafından kısıtlama yapılması gereken bir olgu haline gelmiştir. Sanatın egemen ideolojiye karşı kullanılması siyasi aktörler tarafından hoş karşılanmamakla birlikte, siyasal aktörler sanatın toplumları harekete geçiren bu özelliğinden faydalanmaya başlamışlardır. Böylelikle sanat ve propaganda ilişkisi ortaya çıkmıştır.

Propagandanın varlığına ve sanatın propaganda amacıyla kullanılmasının örneklerine antik medeniyetlerde de

rastlanmaktadır. Buna rağmen propagandanın terim olarak ilk defa kullanılması ancak 17. yüzyılda gerçekleşmiştir. 1622 yılında XV. Papa Gregory tarafından Katolik inancını yaymak adına "Sacra Congregatio de Propaganda Fide" adlı kurum kurulmuştur. "Latince" yayılacak şeyler anlamına gelen "propagare", zaman içerisinde siyasal iletişimin temel taşlarından biri haline gelmiştir. Propaganda kavramı özünde, fiziksel güce başvurmadan insanlara bir şeyleri benimsetmek, kanaatlerini değiştirmek olarak tanımlanabilir. Bir tür ikna mekanizması olan propaganda, bu özelliğinden dolayı siyasal aktörler tarafından kullanılmaktadır. Siyasal aktörler, propaganda yöntem ve tekniklerini fütursuzca kullanarak bu kavramın olumsuz anılmasına neden olmuşlardır. Propaganda kavramının olumsuz özellikleriyle anılmasının en büyük nedeni ise yoğun ve sistematik bir şekilde Nazi Almanya'sında kullanılmış olmasıdır. Nazi Almanya'sı propagandayı yalnızca siyasetin içerisinde değil, günlük hayatın her alanında kullanmaktan çekinmemiştir (Taylor, 2003: 20; Eşitti ve Işık, 2022: 129).

İdeolojileri dayatmak, bir fikre inandırmak ya da vazgeçirmek amacıyla kullanılan propaganda, kitle iletişim araçlarının gelişimiyle birlikte büyük önem kazanmıştır. Önceleri afiş, gazete ve radyo ile gerçekleştirilen propaganda, yeni teknolojilerin devreye girmesiyle farklı alanlarda da kullanılmaya başlanmıştır. Kitle iletişim araçlarının gelişim gösterdiği bu süreçte, sinema gibi hem görsel hem işitsel bir aracın devreye girmesi toplumları yönlendirmenin en sanatsal yollarından biri olarak görülmektedir. Sinema, topluluklara ideolojileri iletme konusunda uygun ortam oluşturmaktadır. Bireyler kendi rızalarıyla sinema salonuna giderek, karanlık ve sessiz bir ortamda yalnızca beyaz perdeden aktarılan mesaja odaklanmaktadır. Böylelikle sinema sanatı da propaganda araçlarından biri olarak kullanılmaya başlanmıştır. Nazi Almanya'sı Propaganda Bakanlığı bünyesinde kurulan film bürosu, propaganda filmleri çekmesi için yönetmen Leni Riefenstahl'i görevlendirmiştir. Riefenstahl, çektiği propaganda filmleriyle birçok ödül almıştır. Bu filmlerden biri de Olympia'dır. Olympia filmi, 1936 Berlin Olimpiyatlarının kayda alınmasıyla gerçekleşmiştir. Fakat Olympia, yalnızca bir spor belgeseli olarak adlandırılmamaktadır. Bu film, Hitler'in ideolojisini sanatsal anlatı içerisinde izleyiciye sunan bir propaganda filmi olarak da önem taşımaktadır. Bu çalışmada, Nazi İktidarının ideolojik yapılanması ve Hitler'in "yüce Aryan ırkı inancını" meşru kılma çabalarının sanatsal anlatı üzerinden nasıl propaganda unsuru haline geldiğinin çözümlenmesi amaçlanmaktadır. Leni Riefenstahl'in "Olympia" filminin sanat ve propaganda bağlamında incelenmesinin hedeflendiği bu çalışma; propagandanın kitle iletişim araçları dışında sanatsal anlatı yoluyla egemen ideolojileri nasıl aktardığı konusunun incelenmesi yönüyle de önem taşımaktadır. Böylelikle yönetmeliğini Leni Riefenstahl'ın üstelendiği Olympia Filminin (1. Bölüm: Ulusların Festivali, 1938) prolog kısmından seçilen ve ikonografik değerleri niteler durumdaki 4 plan analiz edilmek üzere belirlenmiştir.

Sanat

Sanat, Paleolitik Çağ'daki mağara resimlerinden günümüz modern dünyasına değin insanın kendi duygu ve düşüncelerini estetik bağlamda ifade etmek için kullandığı bir araçtır. Bu ifade biçimi, özünde güzelliği aramanın bir yolu olup "insanoğlunun yarattığı yapıtlarda güzellik ülküsünün ifadesi biçiminde" (Sözen ve Tanyeli 2001: 208) tanımlanmaktadır. Bu tanımlama bağlamında sanat yapıtı; insan eliyle üretilen bir obje olup güzellikle ilişkilendirilmektedir. Diğer yandan sanat ve sanat yapıtının temel özelliği: "belirli bir nesne üretmeyi amaçlayan ve bir tasarım ya da kurmaca sonucunda ortaya çıkan bir etkinlik olması, insanın yaratıcı gücüne bağlı bulunmasıdır" (Bozkurt, 2000: 15). Sanat yapıtı bu özelliğiyle insan eliyle yapılan diğer objelerden ayırt edilmektedir. Sanat

yapıtının estetik niteliğe sahip olması, sanatın iki temel işlevi yerine getirmesine katkıda bulunur.

Sanat yapıtının estetik niteliğinin ilk işlevi "sanat yapıtının, sanat yapıtıyla etkileşim içerisine giren izleyici üzerinde duygusal düzeyde doyum yaratarak estetik kaygının oluşmasını sağlamasıdır" (Tatar, 2019: 16). Sanat yapıtının, onunla etkileşim içerisinde olan insansa duygusal doyum yaratması, haz kavramıyla ilişkili olup estetik olgusunun başlıca özelliğidir. Bununla birlikte sanat yapıtının estetik niteliğinin ikinci işlevi de sanat yapıtı ile etkileşime giren kişiler üzerinde olumlu sonuçlar doğuracak ya da katkı sağlayacak bir iletide bulunmasıdır (Erinç, 2013: 175). Diğer bir deyişle sanat yapıtın estetik niteliği, o eserin taşıdığı ve izleyicisine aktardığı anlam ya da bilgidir. Bu yönüyle sanat yapıtı, iletişimin temel öğelerinden mesaj (ileti) ile bağdaşmaktadır. Bu özelliğinden dolayı sanat yapıtı sadece bireylerin duygu ve düşüncelerini, toplumsal sorunları ya da dönemin ruh halini yansıtan bir araç olmakla sınırlı kalmayıp farklı amaçlar için de kullanılmıştır. Bu bağlamda sanat, özellikle modern dönem öncesinde en yaygın olarak dinsel amaçlar doğrultusunda kullanılmıştır.

Sanat ve din kavramları her ne kadar birbirinden ayrı olgular gibi görünse de her iki olgu da var oldukları zamandan itibaren ilişki kurmuşlardır. Baynes (2002: 61)'e göre "kurumlaşmış toplulukların başlangıcından beri sanat ile din kimi yönlerden yalnız var olmakla kalmamıştır; ayrıca öylesine ayrılmaz biçimde birleşmişlerdi ki, kimi zaman bunların birbirinden ayrı olduklarını söylemek olanaksızdır". Bu bağlamda Dünya'nın bilinen en eski yerleşim yeri olan ve M.Ö. 9600-9500 civarına tarihlenen Göbekli Tepe'de bulunan insan eliyle yapılmış hayvan ve insan figürlerinin bulunduğu megalit heykeller, sanat ve din ilişkisinin ilk örneklerinden sayılmaktadır. Bununla birlikte sanat ve din ilişkisi; Antik Mısır ve Aztek Medeniyetlerinde dinsel törenlerde kullanılan nesnelerden, Afrika'daki yerel kabilelerin ritüel amaçlı kullandığı masklara ayrıca Antik Yunan'da tanrı ve tanrıçalara ait heykellere değin dünyanın farklı kültürlerinde gözlemlenen yaygın ortak bir özelliktir.

Dinsel amaçla üretilen sanatsal eserler, yaygın dinsel inançların topluluklar üzerindeki etkisini arttırmakta önemli bir rol oynamakta ve böylelikle de kültürün yapısal bir parçası haline gelmektedir. Claude Levi-Strauss Irk, Tarih ve Kültür (1997) adlı eserinde kültürel yapıları, bireyle kültürü arasındaki iletişimin başlıca etkin gücü olarak tanımlar. "Bu, sanat ve din gibi olguların yapısal aşamasıdır; temelde insan dünyasının karşılıklı ilişkilerine olanak sağlar ve toplumsal yaratıcılığın biçimini bütünler" (Baynes, 2002: 61). Böylelikle sanat, toplumların kültürel kimliklerinin oluşmasında önemli role sahiptir. "Bu nedenle sanatın kamusal alanlarda ve mekanlarda yaygınlaşması, yaşayan bir organizma olan kültürel gelişimin sürdürülebiliği için de en önemli etmenlerden bir tanesidir" (Parlakkalay, 2020: 1158). Diğer taraftan sanatın kullanım alanı, toplumsal olayların değişimiyle de şekillenmektedir.

1789 Fransız İhtilali sonrası akılcılığın ve sorgulayan bireylerin öne çıkmasıyla birlikte sanatın kullanım alanı da genişlemiştir. Böylelikle sanat, sadece bir dışa vurum aracı değil aynı zamanda bir eleştiri ve başkaldırı aracı da olarak da değerlendirilmeye başlanmıştır. "Sanatın bu gücünü fark eden otoriter yönetimler bu alanda da yine kısıtlamalara git(miş) ve dahası bu alanı kendi lehine kullanarak halkı yanına çekmede propaganda aracı olarak sanatı kullan(mışlardır)" (Şahin ve Atabay, 2021: 86). Sanatın kitleleri ve toplumları etkileyen benzersiz gücü, propaganda aracılığıyla siyaset içerisinde kendine yer bulmuştur.

Propaganda Kavramı ve Tarih Süreçte Gelişimi

İnsan, var olduğu günden itibaren diğer birey, grup ve topluluklarla etkileşim kurarak hayatını devam ettiren sosyal bir varlıktır. Bu sosyal nitelik, insanı toplumsal bir yapının parçası haline getirmektedir. Bununla birlikte, insanın içerisinde bulunduğu toplumsal yapının işleyişi; onu oluşturan dinamiklerin birbirleriyle olan etkileşimlerine, statüsüne, güç ilişkilerine, gruplar arasında alınan kararlar ile kaynakların dağıtımı gibi bir dizi faaliyetlere dayanmaktadır. İnsanın kamusal alandaki bu ilişkilerini düzenleyen, devlet işlerini yürütmelerini sağlayan ve sıklıkla sanat olarak nitelenen politika kavramı, özellikle modern ulus devletlerin işleyişiyle özdeşleştirilen propaganda kavramıyla yakından ilişkilidir.

Propaganda kavramı, Türk Dil Kurumu'na (TDK) göre, "Bir öğreti, düşünce veya inancı başkalarına tanıtmak, benimsetmek ve yaymak amacıyla söz, yazı vb. yollarla gerçekleştirilen çalışma, yaymaca" (TDK, 2023) şeklinde tanımlamaktadır. Diğer bir deyişle propaganda, insanların kanaatlerini değiştirmek için yapılan ve siyasal iletişimle bağdaşan bir kavramı belirtmektedir. Bu bağlamda James A. C. Brown *Siyasal Propaganda* adlı eserinde kavramın kökenine dair şunları söylemektedir: "Başkalarının kanaatini değiştirme girişimlerinin tarihi, yazılı tarihten daha yaşlıdır ve konuşmanın gelişmesiyle birlikte başladığı kabul edilir" (1992: 9). Diğer bir deyişle fiziksel güce başvurmaksızın, konuşma vasıtası ile insanları ikna etme yöntemi, propaganda ile ilişkilendirilmektedir ve nitekim bu olguya kavramın etimolojik kökeninde de rastlamak mümkündür. Terim olarak propaganda tarihte ilk defa Papa XV. Gregory tarafından 1622 yılında Katolik inancını yaymak ve bu mezhep içerisindeki birliğin sağlanması amacıyla kurulan "Sacra Congregatio de Propaganda Fide" adlı kuruluşun isminde geçmektedir. Kavram, Latince, "yayılacak şeyler" anlamına gelen "propagare" kelimesinden türetilmiş olup, bir "yönteme" işaret etmektedir (Taylor, 2003: 20; Eşitti ve Işık, 2022: 129).

Propaganda terimi ilk kez 17. yüzyılda kullanılmış olsa da propagandaya dair yöntem ve tekniklerin kökenlerine eski uygarlıklarda da rastlamak mümkündür. Antik medeniyetlerin siyasi gelişiminde büyük rol oynayan bu kavram, iletişimin ve siyasetin bulunduğu her ortamda karşımıza çıkmaktadır. "Eski uygarlıklar olan Antik Yunan ve Roma medeniyetleri döneminde de propaganda olarak nitelenebilecek etkinliklerin bulunduğunu söylemek mümkündür" (Bektaş, 2013: 145). Bu etkinliklerin arasında; imparatorla halk arasındaki bağı kuvvetlendiren organizasyonlar, şenlikler, onurlandırma amacıyla yapılan heykeller ve tiyatrolar gelmektedir. Aynı zamanda Antik Yunan'da güzel söz söyleme sanatı olarak adlandırılan "retorik" de propaganda ile yakından ilişkilidir. Buna göre, felsefeciler kamusal alanlarda toplanıp toplumsal sorunları dile getirmiş ve propaganda kavramını bir sanat dalı gibi icra etmişlerdir. Dolayısıyla toplumsal ilişkilere dayalı olan propaganda kavramının kökeni uygarlık tarihi kadar eskilere dayanmaktadır. Diğer yandan "Özellikle Sanayi Devrimi'nin toplumsal yapılarda meydana getirdiği siyasal, sosyal ve ekonomik değişimler bilgilenme ihtiyacını artırdığı gibi kitle iletişim araçlarının da önem kazanmasında etkili olmuştur" (Öztürk, 2017: 165). Böylelikle kitle iletişim araçlarıyla birlikte güçlenen propaganda kavramı hedef kitle alanını genişletmiş ve siyasal bilimler içerisinde yer alıp modern çehresine kavuşmaya başlamıştır.

Fransız İhtilali sonrasında feodal yapılar ve monarşinin yıkılmaya başlamasıyla imparatorluklar yerini ulus devletlere bırakmaya başlamasıyla egemen kesim kamuoyunun desteğine daha fazla ihtiyaç duymaya başlamıştır.

Böylelikle de propagandanın siyasal yaşantının içinde önemli bir yer alması ancak 19. yüzyılda ulus devletlerin oluşmasından sonrasına tekabül etmektedir (Akarcalı, 2003). Diğer yandan Sanayi Devrimiyle iletişim ve ulaşım araçlarında yaşanan teknolojik gelişmeler, toplumsal bir dönüşüme neden olarak yeni bir çağa adım atılmasını sağlamıştır. Modern olarak adlandırılan bu çağda; tren gibi yeni ulaşım araçlarıyla ulusal çapta kurulan posta servisleri görüş ve düşüncelerin hızlı şekilde yayılmasını beraberinde getirmiştir. Aynı zamanda telgrafın da icadıyla iletişim alanında yaşanan gelişmeler sonucunda iletişim süreci hızlandığı gibi etkin ve daha fazla kişiye ulaşılmasını da beraberinde getirmektedir. "On dokuzuncu yüzyılda toplumda görülen bütün bu değişiklikler su yüzüne çıkarken, güç/iktidar ilişkilerinde değişiklikler görülmeye başlamıştır" (Tokgöz, 2020: 36). Böylelikle gün geçtikçe gelişen teknoloji ve kitle iletişim araçlarının gücü, politikaya ve propagandanın gelişim sürecine katkı sağlamıştır. Belli bir kesimin düşünce veya ideolojisini yayma, benimsetme aracı olarak görülen propaganda, günümüzde siyasal iletişim içerisinde önemli bir yer edinmektedir.

Bir tür ikna mekanizması olarak görülen propaganda, kitle iletişim araçlarının gelişip yaygınlaşmasıyla etki alanını da genişletmiştir. Belirli grupların ideolojilerini yaymak ve benimsetmek için kullanılan iletişime dayalı bu yöntem, toplumsal yaşamın ayrılmaz bir parçası haline dönüşmüştür. "Çeşitli toplum olaylarına, türlü kurumların çalışmalarına, insanların ortaya çıkardıkları müesseselere, ileri sürdükleri düşüncelere bakılınca bilerek veya bilmeyerek hepsinin propaganda alanı içinde bulunduğu görülür" (Ziyaoğlu, 1963: 21). Bu bağlamda propaganda, toplumun düşünce ve davranışlarını şekillendiren mesajlar bütününü oluşturmaktadır. Diğer yandan propaganda kitle iletişim araçlarının devreye girip etki alanını genişletmesiyle sadece siyaset bilimini ilgilendiren bir kavram olmakla kalmayıp iletişim bilimi açısından da değerlendirilen bir kavram haline gelmektedir.

Siyaset bilimci Walter Lippman *Kamuoyu* (1922) adlı eserinde kitle iletişim araçlarının bireyler üzerindeki etkisini özellikle vurgulamaktadır. Siyaset bağlamında egemen kesimin bireylerin zihnini yönlendirdiğini belirten Lippman, kitle iletişim araçlarının kamusal sorunlara direkt olarak müdahale ettiğini savunmaktadır. Böylelikle kitle iletişim araçlarının gücü gözler önüne serilmektedir. Diğer taraftan iletişim bilimine büyük katkıları olan Harold Lasswel'in *Dünya Savaşında Propaganda Tekniği* (1927) adlı eseri, propaganda kavramını ayrıntılı bir şekilde tanımlamak adına kaleme alınan ilk çalışma niteliğindedir. Lasswel kavramı: "Daha geniş anlamıyla propaganda, sunumların yönlendirmesiyle insan eylemini etkileme tekniğidir. Söz konusu sunumlar sözlü, yazılı, resimsel ya da müziksel biçimde olabilir" (Harold D. Lasswel'den aktaran Bektaş, 2013: 150) diyerek tanımlamaktadır. Bu sunumları topluma ileten ve yayan kitle iletişim araçları, zamanla ideolojik bir silah haline gelmektedir.

Kitle iletişim araçlarının toplumlar üzerindeki etkisini fark eden egemen kesim; bu teknolojilerden yararlanmaya başlamış ve kendi ideolojilerini bu araçlar yardımıyla topluma yaymaya çalışmıştır. "Kitle iletişim araçları bir yandan insanların içinde yaşadığı dünya hakkında bilgi sahibi olmasına imkân verirken, diğer yandan aktardığı enformasyon ile gerçeği yeniden inşa etmekte, insanların dünyayı algılama biçimleri üzerinde etkili olmaktadır" (Eşitti ve Işık, 2018: 186). Bilginin güç olduğu düşüncesini benimseyen egemen kesim, elindeki bilgiyi çarpıtarak ve değiştirerek kitle iletişim araçları yardımıyla hedef kitlesinin zihinlerini yönetme eğilimi göstermektedirler. Başta sadece bir fikre ikna etmek ya da bir fikri benimsetmek olarak tanımlanan propaganda kavramının manipülatif yanı kitle iletişim araçlarının etkisiyle güçlenmektedir.

Kitlelerin duygu, tutum ve davranışlarının istenilen bir konu etrafında manipüle edilmesi olarak ifade edilen propaganda kavramı anlam olarak negatif bir çağrışım barındırmaktadır (Bozkanat, 2021: 75). Bunun nedeni, propagandanın belirli bir kesimin çıkarlarını desteklemeyi amaçlaması ve bu doğrultuda sıklıkla siyasi aktörler tarafından kullanılmasıdır. Böylelikle propaganda, zaman içerisinde siyasal iletişimin önemli unsurlarından biri haline gelmektedir. Bu bağlamda propaganda kavramı ülkeler ve iktidarlar için de vazgeçilmez bir "silah" haline gelmiştir. "Her modern silah, kendine göre zihniyet seviyesi ister. Propagandayı bir silah olarak kullanmak için de elemanlarının her şeyden önce bu silahı kullanmaya müsait bir zihniyete sahip olmaları lazımdır" (Ertem, 1942: 4). Bu nedenle propaganda, kurallar dahilinde gerçekleştirilmelidir.

Propaganda ancak belirli kurallar dahilinde etkili bir şekilde gerçekleştirildiğinde etkin bir başarıya ulaşmaktadır. "Propaganda yapmadan önce yararlanacak bir taktiği düşünmek hatta düşünmeye başlamak bile bir oran içinde başarıya yaklaşmak demektir" (Ziyaoğlu, 1963: 28). Aynı zamanda propagandanın kaynağı da güvenilirlik, hedef kitleyi etkileme ve manipüle etme açısından önemli bir faktör oluşturmaktadır.

Propagandanın zihin yönetme, manipüle etme ve beyin yıkama gibi olumsuz özellikleri, bu kavramın negatif bir çağrışımda bulunmasına sebep olmaktadır. Bu noktada propagandanın egemen kesim tarafından agresif bir şekilde kullanılmasının da etkisi büyüktür. "Propaganda yirminci asrın moda olmuş bir kelimesidir. Hakiki manada oldukça bitaraf ve hürmet telkin eden bu kelime, gazeteciler tarafından kullanıla kullanıla politik anlamda alçaltıcı bir mana kazanmıştır" (Clews, 1972: 11). Propaganda kavramının anlam olarak negatif çağrışımda bulunmasının nedenlerinden biri de Adolf Hitler'in Nazi Almanya'sında bu kavramı oldukça sık kullanmasıdır.

Nazi Almanya'sında Propaganda

Modern kitle iletişim araçlarının gelişip yaygınlaştığı 20. yüzyılın ilk çeyreğinde siyaset ve iletişim bilimlerinin ortak bir kavramı olarak propagandanın kurumsal hale gelmesinde Nazi Almanya'sının önemli bir yeri bulunmaktadır. Anthony Rhodes'e (1987: 11) göre: Siyasi propaganda, Birinci Dünya Savaşı'nda İngilizler tarafından da kullanılmış olsa da yaygın ölçekte ve en etkin şekilde kullanmak Nazi Almanya'sının eseridir. Alman kitlelerinin beyni 1939'da tamamen yıkanmıştır.

Nasyonal Sosyalist Alman İşçi Partisi (Nazi Partisi) lideri Adolf Hitler (1889-1945) 1925 yılında kaleme aldığı Kavgam (Mein Kampf) adlı eserinde: Almanya'nın Birinci Dünya Savaşı'nda kaybetmesi üzerine yaşanan başarısızlık üzerine propaganda sorununu, eskisinden daha derinlemesine ele almaya teşvik ettiğini dile getirmektedir (1999). Alman milletinin dünya savaşını kaybedilmesindeki en büyük etken propagandanın yetersiz oluşudur. "Alman milleti insani bir varoluş mücadelesi içindeydi ve savaş propagandasının amacı bu mücadeleyi desteklemek olmalıydı. Propagandanın amacı zafere ulaşmaya yardımcı olmaktır" (Hitler, 1999: 176). Ayrıca propagandayı, bir doktrini halka dayatma olarak tanımlayan Hitler'e (1999: 582-583) göre: "Propagandanın ilk görevi insanları daha sonraki örgütlenmeye kazanmaktır". Bu şekilde oluşan örgütün ilk görevi ise propagandayı sürdürecek kişileri kazanmaktır. Bu aşamadan sonra örgüt tarafından yapılacak propagandanın ikinci aşamaya yani mevcut durumu bozmak ve bu

duruma yeni doktrini nüfuz ettirmeye geçilmelidir. Bununla beraber örgütün ikinci asli görevi yani doktrinin nihai başarısını elde etmek için iktidar mücadelesine geçilmelidir. Hitler bu söylemleriyle, Nazi Partisi örgütlenmesinin propaganda ile ilişkisini açıkça ortaya koyup gelecek hedeflerini belirtmektedir.

Nazi Partisini iktidara taşıyan 1932 seçimlerinden bir yıl sonra Hitler'in talimatıyla Halkı Aydınlatma ve Propaganda Bakanlığı kurulmuştur. "Bakanlığın amacı, Nazi mesajının sanat, müzik, tiyatro, film, kitap, radyo, eğitim dokümanları ve basın tarafından başarılı bir şekilde iletilmesini garantilemektir" (Nazi Propagandası, 2024) 2024). Başında Joseph Goebbels'in (1897-1945) bulunduğu bu bakanlık, Almanya'daki medya kuruluşlarını kendi denetimleri altına alarak sadece belirlenen bilgileri halkla paylaşıp, sistematik bir şekilde propaganda uygulamaya başlamıştır. "Goebbels bu süreçte Almanya'daki tüm yayınları Hitler'i övecek ve yüceltecek şekilde başarılı bir şekilde kullanmaya başlamıştır" (Çakı, 2018: 27). Bu bağlamda propagandaya sistematik ve kurumsal şekilde yaklaşan Goebbels, Hitler'i ilahlaştırmakta ve elinde bulundurduğu güç ile birlikte medyayı direkt denetim altında tutup Hitler karşıtı yayınlara da sansür getirmektedir. "Hitlerci propaganda, haberi düzenli bir biçimde düşüncelere yön verme aracı olarak kullanmıştır. Önemli "bildirimler" hiçbir zaman oldukları gibi verilmiyorlardı; daha belirişleri sırasında, değerlendirilmiş, bir propaganda gücüyle yükselmiş oluyorlardı" (Domenach, 1969: 72). Böylelikle halk sadece Hitler ve Goebbels tarafından belirlenen ve manipüle etmeye yönelik bilgileri edinmektedir. Bu bağlamda da modern kitle iletişim araçları, yapılan propagandaların yayılması için en önemli araçlardır. Bu araçların başında da 1920'lerde temel bir kitle iletişim aracı haline gelen radyo gelmektedir.

Onuncu Alman Radyo Fuarı'nda yaptığı konuşmada "dünyanın sekizinci süper gücü" olarak nitelendiren Goebbels açısından radyo, okuma-yazma bilmeyen kitlelere dahi ulaşabilmek için özel bir önem taşımaktadır. Huriye Kuruoğlu'na (2006: 12-13) göre "Goebbels'in kontrolü altında yürütülen propaganda çalışmalarında radyo, kalabalıklarda hipnotizma etkisi yaratabilecek mesajları verebilecek en güçlü araçtır". Bu yüzden süratle hazırlanan radyo programlarıyla propaganda yapmaya başlanmıştır.

Radyonun propaganda için eşsiz bir kitle iletişim aracı olduğu görüşünde olan Goebbels, bu kitle iletişim aracını yaygınlaştırmak amacıyla birçok girişimde de bulunmuştur: "Geçtiğimiz yıllarda edindiğimiz propaganda bilgisini artık daha etkin bir biçimde kullanabileceğiz. İlk hedefimiz, Alman radyosunun dinleyici sayısını iki katına çıkarmaktır" (Goebbels, 2023: 126). Bu sözleriyle Goebbels, halkın rahatlıkla Hitler'i dinleyebilmesi için her evde bir radyo olması gerektiğini vurgulamakta bunun için de bireyleri radyo satın almaya teşvik edilmektedir. "Alman halkına, Hitler konuştuğunda başka hiçbir işle uğraşılmaması ve yalnızca Hitler'in dinlenilmesi gerektiği telkin ediliyordu" (Çakı, 2018: 27). Bunun nedeni, radyonun propaganda aracı olarak oldukça başarılı olması ve bu başarının sürekliliğini koruma isteğidir. Radyolar sayesinde kitleler sadece kamusal alanlarda değil, evlerinde otururken bile propagandaya maruz kalmışlardır. Bu durum propagandanın sadece kamusal alan sınırlı kalmayıp insanların özel alanlarında da yapıldığının bir kanıtıdır. Diğer bir deyişle yaşamın her alanında sistematik olarak sürdürülen Nazi propagandasında radyonun önemli bir yeri vardır. Diğer taraftan Nazi İktidarı açısından radyo gibi kitle iletişim araçları önemli olduğu kadar uçak gibi modern ulaşım araçları da önemlidir.

Hitler ülke çapında düzenlenen mitinglere o dönem sadece savaş teknolojisi olmaktan çıkan uçaklarla

katılmaktadır. Hitler göklerden yere inerken, miting alanlarındaki halk bu ihtişam karşısında büyülenmektedir. Hitler'in "büyük lider" imajını bu şekilde oluşturan Goebbels, radyo ve uçağın Nazi propagandalarındaki başarısını şu şekilde vurgulamaktadır: "Radyolar ve uçaklar olmasaydı eğer ne iktidara gelebilir ne de elde ettiğimiz gücü bu şekilde kullanabilirdik, hatta Alman Devrimi'nin, en azından şu an aldığı şekliyle devrim dediğimiz hareketin uçaklar ve radyolar olmadan gerçekleştirilmesinin mümkün olamayacağını söylesem dahi abartmış olmam" (Goebbels, 2023:121). Diğer yandan Goebbels için propaganda, teoriden çok pratik bir alanı temsil etmektedir.

Propaganda pratiğinin sağlanması için önemli olan, geniş kitleleri etkileyebilmek için tek bir söz değil o sözün her ortama girmesidir (Bozkanat, 2021: 76). Bu nedenle incelikle hazırlanmış ve sistematik olarak tekrarlanan bu propaganda yöntemleri, üst ve alt sınıfa göre ayrı ayrı hazırlanmakta ve hedef kitleye göre şekil değiştirmektedir. Goebbels bu fikirleri açıkça belirtmiştir; "Propaganda her daim esnetilebilir olmalıdır. Bir yerde farklı, başka bir yerde çok daha farklı şeylerden söz edilebilir. Bir iş adamı olarak farklı, seçim minibüsünde şoföre çok daha farklı konuşabilirim örneğin" (Goebbels, 2023: 58). Böylelikle toplumun her kesimine tek tek dokunan Hitler, zamanla kült bir lider haline gelmektedir. Bu bağlamda Nazi Almanya'sını ve Hitler'i yaratan ana güç propaganda olarak görülmektedir. "Propaganda hiçbir zaman askeri gücün, kapsamlı kaynakların veya usta müzakerelerin yerini tutmamış olsa da savaş zamanı stratejisinde sıklıkla önemli bir rol oynamıştır" (Rhodes, 1987: 10). Propagandanın gücünün farkında olan Hitler, toplumsal hayatın her alanında bu gücü kullanmaktan geri durmamıştır.

Günlük hayat pratiklerine taşan propaganda yöntemlerinden biri de marşlar ve sembollerdir. Hitler için övgü dolu sözler barındıran propaganda marşları coşkuyla söylenmekte ve Hitler'e sadık bireyler "Heil Hitler/Yaşasın Hitler" selamını kullanarak saygılarını ve bağlılıklarını göstermektedirler. Hitler selamı gibi çeşitli sembollerle bireylerdeki bağlılık ve aidiyet duygusu güç kazanmakta ve bu bireyler kendilerini tamamıyla içinde bulunduğu topluluğun bir parçası olarak görmektedirler. "Gamalı haç tarih öncesinin bir güneş simgesidir, nazizmle ancak şiirsel bir bağı vardır" (Domenach, 1969: 66). Fakat yaratılan bu basit sembol, içerisinde büyük bir ideolojiyi barındırmaktadır. Örneğin gamalı haçı üstlerinde taşıyan bireyler de bu gibi çeşitli semboller aracılığıyla, sembolün içinde barındırdığı anlamı ve dünya görüşünü benimsemektedirler. Böylelikle yaşamın her alanına çeşitli sembollerle ve taktiklerle yayılan propaganda; bireyleri her anlarında yakalayabilmekte ve ideolojisini günlük hayat pratikleri içerisinde dahi yayabilmektedir.

Hitler efsanesi yaratmaya çalışan Goebbels, kitlesel gösterilerden de sıklıkla yararlanmıştır. "Duygusal manipülasyonun hem katılımcıların hem de izleyicilerin Führer sarhoşluğunun bir parçası haline geldiği, her bireyin, kendi deyimiyle, küçük bir solucandan büyük bir ejderhaya dönüştüğü bu devasa toplantılarda duygusal manipülasyon oldukça etkiliydi" (Rhodes, 1937: 16). Doğru stratejileri kullanan Hitler, propaganda sayesinde halkın sevgilisi konumuna gelmiştir. Diğer taraftan, İkinci Dünya Savaşı'nın ortaya çıkmasıyla Goebbels ve bağlı olduğu propaganda bakanlığı basın, sinema, müzik ve sanat sergileri gibi birçok alanda tam yetki elde etmişlerdir. Bu durum toplumsal sıkıntılara da yol açmaktadır; "Yıllarca okunan her çağdaş kitap, izlenilen her film, dinlenilen her yayın aynı ruhla, aynı propagandayla doluyken gördüklerini ve duyduklarını alternatif haberlerle ilişkilendiremez hale geliyor ve karar mekanizmalarını yitiriyorlardı" (Rhodes, 1987: 18). Bu propagandalar aracılığıyla halk, aktarılan bilgileri sorgulamadan kabul eden kitleler haline gelmektedir. Sorgulamayan kitleler ise kolaylıkla

yönetilebilen topluluklardır.

Propagandasını gerçekleştirmek üzere her aracı kullanmaktan çekinmeyen ve çıkarları doğrultusunda hareket eden egemen kesim, sadece siyaseti ve kitle iletişim araçlarını değil sanatı da kullanmaktadır. Bu bağlamda Nazi İktidarı da kendi düşünsel yapısını egemen kılmak ve yaygınlaştırmak için sıklıkla sanat dallarına başvurmaktadır.

Nazi Almanya'sında Propaganda Aracı Olarak Sanat

Sanat ve siyaset ilişkisine tarihin her döneminde sıklıkla rastlanmaktadır. Buna göre, egemen kesimler sanatın estetiğini ve kitleleri büyüleyen güzelliğini kullanarak propaganda kavramının olumsuz özelliklerini gizlemektedir ve bu olgunun köklü bir geçmişi bulunmaktadır: "Tarihte şehir devletleri, krallıklar ve imparatorlukların hükümdarları sanatı anıtsal olarak iktidarlarının altını çizmek, zaferlerini yüceltmek ya da düşmanlarına gözdağı vermek, kara çalmak amacıyla kullanmıştır" (Clark, 2011: 14). Böylelikle, eşsiz bir sanat yapıtı aracılığıyla ideoloji, kitlelere kolaylıkla aktarılabilmektedir. İdeolojik bir ifade yaratma amacıyla kullanılan sanat, özellikle Nazi İktidarı tarafından yoğun şekilde kullanılmıştır. Bu bağlamda Nazi propagandası heykel, mimari, karikatür, edebiyat, tiyatro ve sinemada kendisine yer bulmaktadır.

Görsel 1. Yoz Sanat Sergisi (1937).

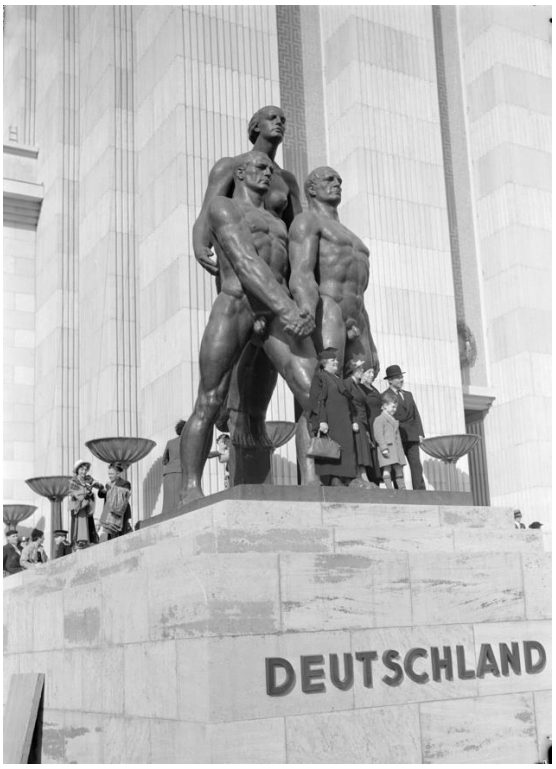
Görsel 2. Yüce Alman Sanatı Sergisi (1937).

Nazi İktidarı zamanında sanat yapıtından faydalanılarak yapılan en büyük propaganda kampanyası olarak 19 Temmuz 1937 yılında Münih'te Yoz Sanat Sergisi (Bkz. Görsel: 1) düzenlenmiştir. Goebbels'in önderliğinde ve Halkı Aydınlatma ve Propaganda Bakanlığı tarafından oluşturulan bu sergide, "yoz" olarak tanımlandırılan ve "Aryan ırka ait olmayan" binlerce eser alay edilecek bir malzeme olarak ziyaretçilere sunulmuştur. Duran'a göre:

> Konstrüktivizm ve Bauhaus Ekolü, Dada, Yeni Nesnelcilik, Alman Empresyonizmi sergide ağırlıklı olarak yer alan diğer akımlardır. Nolde, Heckel, Ernst, Macke gibi Ekspresyonistler; Otto Dix gibi Yeni Nesnelciler; Schiele ve Klimt gibi Viyana Sezession sanatçıları; Cezanne gibi Post Empresyonistler; Signac gibi Neo Empresyonistler ya da Moholy-Nagy, Klee, Kandinsky, Schlemmer ve Gabo gibi Bauhaus ekolü sanatçıları bu sergide yer almıştır. (Duran, 2021:22).

Yoz Sanat Sergisine seçilmiş eserlerin ortak noktası modern sanat yapıtları olmasıdır. Diğer yandan Schiele gibi Yahudi kökenli sanatçıların eserleri de bu sergide yer almıştır. Nazi Almanya'sının önemli bürokratlarının katılımıyla açılışı düzenlenen Yoz Sanat Sergisi, sanat hakkında bilgi birikimi olmayan kesimler tarafından da aşağılanmıştır. Açıkça bir aşağılama amacı güdülen bu sergi Clark'a göre faşist sanatın bir örneğidir: "Nerede sergilenilirse sergilensin, faşist sanat, bağlamı ve işlevleri doğrultusunda irdelenmelidir ve bu, faşist propaganda ve

etkileme yöntemlerinin ortaya çıkartılmasında araç olarak kullanılabilir" (Clark, 2011: 16). Diğer taraftan, yine Goebbels'in fikriyle 1937 yılında içerisinde Hitler portresinin (Bkz. Görsel: 2) de bulunduğu Yüce Alman Sanatı Sergisi düzenlenmiş ve ziyaretçilere iki sergiyi karşılaştırma fırsatı sunulmuştur. Böylelikle "ideal Alman sanatının" nasıl olması gerektiği, "olumsuz" örneklerle izleyiciye sunulmuştur. Nazi Almanya'sında propaganda amaçlı kullanılan diğer bir sanatsal form da heykeldir.



Görsel 3. Familie (Aile), 1937.

Josef Thorak tarafından yapılan Aile (1937) heykeli, ideal Alman bedenini sergilemektedir. Hitler sürekli Aryan ırkın üstünlüğünden bahsederek halkı kendi düşüncesine inandırmak istemektedir. Bu ideolojisini, bir heykel aracılığıyla kamusal alana yerleştirerek, her seferinde heykeli gören herkese, bu düşünceyi tekrar tekrar hatırlatmaktadır. Böylelikle bu söylemin devamlılığını heykel gibi kalıcı bir eserle koruyarak, kendi ideolojisini de insanların zihnine yerleştirmektedir. Bununla birlikte, mimari de ideolojilerin kalıcı bir eseri olarak propaganda araçları arasında yerini almaktadır.

Görsel 4. Welthauptstadt Germania (Dünya Başkenti Germania) projesinin modeli.

Hitler, 2. Dünya Savaşı sonrasındaki zaferiyle beraber Dünya Başkenti Germania'yı inşa etmeyi hedeflemektedir fakat projenin küçük bir kısmı ancak tamamlanabilmiştir. Hitler'in "Yeni Almanya'sı" için tasarlanan bu model, Antik Roma şehirlerini anımsatmaktadır. Hitler, Roma İmparatorluğu hayranı olmasıyla birlikte, Romalıları da aryan ırkın bir mensubu olarak görmektedir. Bu noktada Hitler, hayranı olduğu bir imparatorluğu simgesel bağlamda yeniden kurmak adına mimariye başvurmaktadır. Hitler hayalindeki şehri planlarken sadece bir şehir olarak yaklaşmayıp, Dünya Başkenti Germania'yı kendi ideolojisine oturtarak, Roma İmparatorluğu gibi kendi anıtsal şehrini kurmak istemektedir. Böylelikle bir şehir projesinin içerisinde barındırdığı anlam büyütülerek, çok önemli bir hal almakta ve propaganda aracı olarak kullanılmaktadır. Diğer taraftan, Nazi Almanya'sında resmî gazetelerde halkı kışkırtıcı söylemlere yer verilmekte ve Yahudi karşıtı görsellerle bir düşman yaratılmak istenmektedir.

Görsel 5. Der Stürmer'de Yayınlanan Bir Karikatür (1935).

Nazi Almanya'sında Nazilerin resmî gazetesi olarak yayınlanan "Der Stürmer" (https://tr.wikipedia.org/wiki/Der_Stürmer, 2024). Nazi propagandasının önemli araçlarından birisidir. Gazetede Yahudilere karşı iftiralar, antisemitik görseller ve sert söylemler yer almaktadır. Bunların arasında; Yahudilerin yok edilmesi hakkında makaleler, çocukların kanlarını içen "yamyam Yahudi mitleri" de yer almaktadır. Aynı zamanda bu gazete sadece Almanya ile sınırlı kalmamakta, Arjantin, Brezilya, Kanada ve Amerika Birleşik Devletleri'ne de dağıtımı gerçekleşmektedir. Gazete aracılığıyla yaratılan bu ayrıştırma, halkın görüşlerini şekillendirmek adına bir propaganda aracı olarak kullanılmaktadır. Yahudilerin "barbar, yamyam ve yok edilmesi gereken bir ırk" olarak tasvir edilmesinin nedeni; Hitler'in halkı birlik ve beraberlik içerisinde tutması için ortak bir düşmana ihtiyaç duymasından kaynaklanmaktadır. Bu bağlamda "ortak bir düşman" kavramı üzerinden devlet ve halk bir olmaktadır. Bu nedenle devletin idaresini elinde tutmak adına, yaratılan bu ortak düşmanla savaş her zaman süregelmektedir.

Rastgele seçilen görseller ile Nazi Almanya'sında sanat ve propaganda ilişkisi irdelenmeye çalışılmıştır. Buna göre Hitler, gazetelerden sergilere, heykellerden mimariye kadar sanatın her dalını kendi ideolojisini yaymak adına kullanmaktan çekinmemiştir. Goebbels ise sinemanın hedef kitlesinin oldukça geniş olduğunun bilincine varıp bu sanat dalını propaganda amacıyla kullanmayı hedeflemiştir. Goebbels, "Bu yeni sanat formunun kitaplardan veya tiyatrodan çok daha geniş bir izleyici kitlesine ulaşabileceğini hemen fark etti. Binlerce yetişkin erkek ve kadının karanlıkta toplanıp beyaz perdedeki aynı görüntüye bakması fikri onun tekdüzelik fikrine hitap ediyordu" (Rhodes, 1987: 21). Yeni teknolojilerin propaganda aracıyla kullanılması hem halkı eğlendirip hem de ideolojinin yayılmasına olanak sağlayacaktı. Bu neden sinema toplumların zihnine girebilmek adına etkili bir yöntemdir. "Sinema da devlet propagandasının hedefi haline gelen halkı yönlendirmede kullanılmış, hatta Almanya'da Hitler iktidara gelir gelmez propaganda bakanlığı bünyesinde bir film bürosu oluşturulmuştur" (Odabaş,1996: 50). Böylelikle Goebbels ve yönetmen Leni Riefenstahl önderliğinde propaganda sineması altın çağını yaşamıştır. Propaganda filmleri aracılığıyla Hitler'in idealize ettiği Almanya, kitlelere sunulmuştur. Büyük başarı gösteren filmlerden bazıları şu şekildedir; "İnancın Zaferi" (1933), "İradenin Zaferi" (1934), "Olympia" (1938). Bu çalışmada içerisinde barındırdığı simgeler ve metaforik anlatımları nedeniyle Olympia filmi Erwin Panofsky'nin İkonolojik ve İkonografik Sanat Eleştirisi yönteminden yararlanılarak incelenecektir.

Leni Riefenstahl ve Olympia Filmi

Berta Helene Amalia Riefenstahl (Leni Riefenstahl) 1902 yılında Berlin'de dünyaya gelmiştir. Alman sinema oyuncusu, yönetmen ve film yapımcısı Leni Riefenstahl, dans eğitimi aldıktan sonra 1926 yılında yönetmenliğimi Arnold Fanck'ın (1889-1974) yapmış olduğu Kutsal Dağ (Der heilinge Berg) filminin başrolünü üstlenerek oyunculuk kariyerine başlamıştır. (https://www.imdb.com/name/nm0726166/?ref_=tt_ov_dr, 2024).

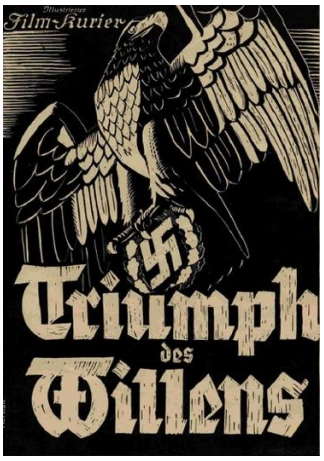
Riefenstahl, bu filmde yönetmen Fanck'ın danışmanlığıyla yardımcı yönetmen olarak da görev almıştır. Riefenstahl, ilk yönetmenliğini Mavi Işık (Das blaue Licht, 1932) filminde sergilemiştir. Aynı filmin baş rolü üstlenen kadın yönetmen bu filmiyle Venedik Bienali'nde (1932) gümüş madalya aldıktan sonra Almanya turnesine çıkmıştır.

Almanya'da popülerliği gün geçtikçe artan Riefenstahl, "katıldığı siyasi bir etkinlik esnasında Adolf Hitler ile tanıştı. Hitler'den etkilenen sanatçı, onunla yazılı olarak iletişime geçti" (Barth, 2024). Daha sonra Hitler'le yüz yüze görüşen yönetmen Halkı Aydınlatma ve Propaganda Bakanlığı'nın kurulduğu 1932 yılında parti yetkililerinin düzenlemiş olduğu siyasi toplantılara katılmaya başlamıştır.

Bu toplantılarda Goebbels'le tanışan sanatçı, 1933'te Hitler hakkında bir film yapmaya ikna edilmiştir. Hiçbir zaman çekilmeyen bu film yerine, Riefenstahl, 14 Haziran 1933'te Nürnberg Nazi Partisi Mitingi hakkında bir film yapması için görevlendirilmiştir. Galası 1 Aralık 1933'te yapılan İnancın Zaferi (Der Sieg des Glaubens) adlı bu film, yönetmenin ilk propaganda filmidir. Bu propaganda filminde başta Adolf Hitler olmak üzere Goebbles, Herman Göring (1883-1946), Rudolf Hess (1894-1987) ve Heinrich Himmler (1900-1945) gibi İkinci Dünya Savaşına damga vurmuş Nazi Partisi üyeleri gösterilmektedir. Riefenstahl 1934 yılında bir sonraki siparişini alarak Eylül 1934'te düzenlenen Nürnberg Reich Partisi Mitingini filme almıştır. (https://www.imdb.com/name/nm0726166/?ref_=tt_ov_dr, 2024).

Görsel 6. İnancın Zaferi Film Afişi (1933)

Mitingin monotonluğu, çekim öncesi yetersiz hazırlıklar, organizatörlerin isteksiz iş birliği ve Paramount ve Fox gibi Amerikan film ekipleriyle rekabet çekimleri zorlaştırmıştır. Yönetmen bu gibi zorluklara rağmen kurmuş olduğu 120 kişilik ekibiyle ortaya çıkardığı belgesel filmle, sinema tarihine geçmeyi başarmıştır: "Daha sonraki birçok film prodüksiyonu onun modeline dayanıyordu ve onun özel efektleri bugün hala belgesel filmlerin standart repertuvarı olarak kabul ediliyor" (Barth, 2004). Hitler'in İradenin Zaferi (Triumph des Willes, 1935) adını verdiği bu film her ne kadar bir başka Nazi propaganda filmi olsa da uluslararası alanda da ilgi uyandırmıştır. Hâlen tüm zamanların en iyi propaganda filmi olarak kabul edilen İradenin Zaferi, Venedik Film Festivali'nde (1935) Mussoloni Kupası ve En İyi Yabancı Belgesel kategorilerinde altın madalya almıştır. Ayrıca IMDB'ye göre film; İkinci Dünya Savaşı'nın patlak vermesinden iki yıl önce, 1937'de, Paris'te düzenlenen Dünya Sergisi'nde gösterilmiş ve altın madalyayla onurlandırılmıştır. (https://www.imdb.com/title/tt0156078/, 2024).



Görsel 7. İradenin Zaferi Film Afişi (1935)

Leni Riefenstahl'ın diğer bir film de Olympia'dır (1938). Bu film, o dönem Nazi İktidarı tarafından finanse edilen Uluslararası Olimpiyat Komitesi'nin siparişi üzerine çekilmiştir. 1936 yılı Berlin Olimpiyat Oyunlarını konu edinen bu film, 1. Bölüm: Ulusların Bayramı (1. Teil: Fest der Völker) ve 2. Bölüm: Güzelliğin Bayramı (2. Teil: Fest der Schönheit) olmak üzere iki bölümden oluşmaktadır. Olimpiyat Oyunları için çekilmiş ilk uzun metrajlı belgesel film Olympia, Time Dergisinin belirlemiş olduğu Tüm Zamanların En İyi 100 Filmi içerisinde yer almaktadır (All Time Movies, 2024) Bu film her ne kadar belgesel niteliğine sahip olsa da dolaylı yoldan Propaganda Bakanlığı tarafından desteklenmesi ve Nazi Almanya'sının ihtişamını göstermesiyle, propaganda filmi olarak da değerlendirilmektedir. Diğer taraftan Riefenstahl Olympia ile döneme göre çığır açıcı bir yönetmenlik ve yapımcılık performansı ortaya koymaktadır. Daha önce kullanılmamış kamera açıları, aşırı yakın çekimler, balonlara bağlanan otomatik kameralar ve su altı çekimleri ile belgeseli adeta bir sanat filmine çevirmektedir. "Riefenstahl'in bu ve benzeri getirdiği yenilikler spor yayıncılığında günümüzde de kullanılan devrim niteliğindeki gelişmelere yol açmıştır" (Gülada, 2019: 333). Sinemaya katmış olduğu yeni tekniklerle Olympia, Venedik Film Festivali (1938) IMDB'ye göre; En İyi Yabancı Film Ödülü ve 1941 yılında Tokyo'da düzenlenen Kinema Junpo Film Festivali'nde ise En İyi Yabancı Dil Film Ödülü uluslararası boyutta onurlandırılmıştır. (https://www.imdb.com/title/tt0030522/awards/?ref_=tt_awd, 2024).

Görsel 8. Olympia I. Bölüm: Ulusların Bayramı Film Afişi (1938)

Serinin ilk filmi Olympia 1. Bölüm: Ulusların Bayramı, iki farklı tarzda çekilmiş kısımdan oluşmaktadır. Filmin prolog (giriş) kısmı; Olimpiyat ateşinin Atina Akropolisi'ndeki Parthenon'dan başlayıp Berlin'e getirilmesini anlatan 18 dakikalık kurmaca bir kısımla başlamaktadır. Antik Yunan sanatına ait heykellerin ve idealize edilmiş çıplak Aryan bedenlerin bir arada sunulduğu prolog, Antik Yunan medeniyeti ve Nazi Almanya'sını Olimpiyatlarda temsil eden sporcular arasındaki bağın sanatsal bir ifadesidir. Bu kurmaca sonrasında film, 1936 Yaz Olimpiyat Oyunlarını konu edinen belgesel kısımla devam etmektedir. Diğer yandan iki farklı tarzın bir arada bulunduğu bu sinematografi anlatım Olympia 2. Bölüm: Güzelliğin Bayramı'nda tercih edilmemiştir. Olympia 2. Bölüm: Güzelliğin Bayramı sadece belgesel tarzda çekilmiş ve Olimpiyat Oyunlarına katılım sağlayan sporcuların hazırlık aşamalarını ve oyunlar esnasındaki performanslarını anlatmaktadır.

Olympia, Olimpiyat Oyunları için bir araya gelen tüm dünya ulusları arasından Aryan ırkının yüceltildiği bir filmdir. Berlin Olimpiyat Stadyumu'nda düzenlen açılışta tüm ulusların sporcuları, Hitler'in selamı eşildiğinde, Nazi Partisi'nin üst düzey temsilcilerinin önünden geçmektedirler. Diğer yandan filmde Aryan sporcuların bedenleri, kullanılan alt açılarla yüceltilmektedir. Hekimler'e göre: "Sanat ve sporun siyasete hizmet ettiği bu dönemle beraber, Alman sanatçıların, heykellerde ve diğer çalışmalarda, atletlerin çok gelişmiş kaslarını, kahramanca güçlerini ve aryan yüz özelliklerini açıkça belirterek onları idealize ettiklerini" görülmektedir (2013: 112). Diğer bir değişle fiziksel farklılıkları dışlayan Nazi düşüncesi, Olympia'da sunulan bedenlerin de kusursuz bir şekilde gösterildiği sinemasal bir gösteriye dönüşmektedir. Bununla birlikte Olympia ilk defa Hitler'in doğum günüde gösterilmiştir. Hitler filimi izledikten sonra memnuiyetini şu şekilde ifade etmiştir: "… bize Nasyonal Sosyalist bedenleri resmetmektedir. 'Tazı gibi, zayıf, hızlı ve çevik. Deri gibi sert. Krupp çeliği kadar dayanıklı bedenler' şeklindeki sözler ile ortaya koymaktadır (Hekimler, 2013: 120). Diğer bir değişle Olympia filmi taşıdığı sanatsal niteliğin dışında Nazi İktidarının siyasal düşüncesini yansıtan bir propaganda filmidir. Bölükbaşı'na göre: Başta Olympia olmak üzere Riefenstahl'ın Nazi Partisi için çektiği filmler, propagandanın olabilecek en estetik biçime dönüştürülmüş halidir (2012: 100).

Nazi İktidarının siyasal düşüncelerini, Olympia filminden faydalanarak ortaya çıkarmak mümkündür. Bu bağlamda bu çalışmada Olympia 1. Bölüm: Ulusların Bayramı'nın prolog kısmında seçilen ikonografik değerleri niteler durumdaki 4 plan İkonolojik ve İkonografik Sanat Eleştirisi yönteminden faydalanılarak analiz edilmektedir.

Yöntem

İkonolojik ve İkonografik Sanat Eleştirisi, Erwin Panofsky'nin (1892-1968) sanat tarihi bilimine katmış olduğu bir analiz yöntemidir. Panofsky, sanat eserlerini sadece biçimsel olarak incelemenin yetersiz olduğunu, eserin ait olduğu dönemi ve toplumsal yapıyı da yansıttığını savunmaktadır. Buna göre sanat eseri sadece biçimsel değil, içerik bakımından da incelenmelidir. Bu bağlamda da İkonolojik ve İkonografik Sanat Eleştirisi yöntemini geliştirmiştir.

Bu analiz yöntemiyle sanat yapıtı, ön ikonografik inceleme, ikonografik tanımlama ve ikonolojik tanımla (biçim, konu ve içerik) olmak üzere üç aşamada çözümlenmektedir. İlk aşama olan ön ikonografik inceleme, birincil veya

doğal anlam olarak ifade edilir. Bu aşamada bilgi birikimi gerekli değildir, sanat eserinde görülen şeyi tanımlamak, benzetmek yeterlidir. “Birincil veya doğal anlamların taşıyıcıları olarak kavranan saf biçimler dünyasına sanatsal motifler dünyası denebilir. Bu motiflerin sayılıp ortaya dökülmesi sanat eserinin ön-ikonolojik betimi olacaktır” (Panofsky, 2012: 28). Doğal anlam olarak tanımlanan bu aşama; sanat yapıtının biçimsel tanımlamasına dayanmakla birlikte kendi içinde olgusal ve ifadesel anlam olmak üzere iki aşamadan oluşmaktadır. Olgusal anlamın ortaya çıkması, bir eserde görülen biçimleri tanıdığımız nesnelere benzeterek elde edilmektedir. Diğer yandan ifadesel anlam ise bu benzetimlerin hangi hareketler içerisinde olduğunun saptanmasıyla ortaya çıkmaktadır. Olgusal ve ifadesel anlamların bütünü, sanat yapıtının doğal anlamını yani biçimini ortaya çıkartmaktadır.

Analiz yönteminin ikinci aşaması olan ikonografik tanımlamada (uzlaşımsal ya da anlaşmalı anlam) ise sanat yapıtında betimlenmiş olan biçimlerle, konu ve kavramlar arasında bir bağ kurulmakta ayrıca imgeler çözümlenerek öykü ve alegoriler saptanmaktadır. “Panofsky, eserin, bize ilk bakışta kapalı kalan ve gündelik pratik deneylerimizle açıklayamadığımız bu anlamına, anlaşmalı anlam diyor. Anlaşmalı anlamın bulunması ise gündelik pratik deneylerimizin dışına çıkmakla, onları başka bilgilerle tamamlamakla mümkün olmaktadır” (Cömert, 2019: 9). Bu aşamaya göre sanat eserinin motifleri ve bu motiflere karşılık gelen kavramlar irdelenir, eser ve kavramlar arasında bir bağ kurulur. Böylelikle sanat yapıtının konusu tanımlanmaktadır.

Analiz yönteminin üçüncü aşamasında ise asıl anlam (içsel anlam ya da içerik) saptanmaktadır. Bunun için sanat yapıtını üretildiği dönemdeki kültürel nitelikler, sosyo-ekonomik yapı, sanatçının kişiliği ve üretildiği dönem incelenerek yapıtın içerdiği anlam irdelenmektedir. “Bu anlam, bir ulusun, bir dönemin, bir sınıfın, bir dinsel ya da felsefi düşüncenin temel tutumunu açığa vuran esas ilkeler saptanarak anlaşılır” (Panofsky, 2012: 29). Bu bağlamda içsel anlam eserin asıl anlamını taşımaktadır.

Böylelikle Olympia 1. Bölüm: Ulusların Bayramı’nın prolog kısmında bulunan 4 plan, İkonolojik ve İkonografik Sanat Eleştirisi yönteminin bu aşamaları bağlamında çözümlenecektir.

Olympia 1. Bölüm: Ulusların Bayramı Prolog Kısmı Çözümlemeleri

Olympia 1. Bölüm: Ulusların Bayramı’nın prolog kısmı karanlık ve sislerin içerisinde harabe, terk edilmiş bir yapıya ait unsurların görüntüsüyle başlamaktadır. Yakın plan ve şaryo hareketiyle çekilen bu harabe mekânda dikkat çeken en önemli ayrıntı Dor düzeni sütunlardır. Dor düzeni sütunlar, Antik Yunan mimarisi ve dolayısıyla Antik Yunan Medeniyetiyle bağdaşmaktadır. Diğer yandan yakın plan görüntüler geniş plana çıktıkça Antik Yunan yapısına ait detaylar da belli olmakta ve mimari yapı tüm ayrıntılarıyla gün yüzüne çıkmaktadır. Filmin 03. dakika 40. saniyesinde geniş planda gösterilen mimari yapı, Atina Akropolisi’ne M.Ö. 5. yüzyılda inşa edilmiş Parthenon’dur.

Görsel 9. Parthenon (Dakika: 03:40)

Ön ikonografik inceleme sonucunda Parthenon'la ilişkilendirilen bu yapı, Iktinos ve Kallikrates adlı mimarlar tarafından inşa edilen ve Antik Yunan Medeniyetinin altın çağını temsil eden en büyük eserlerinden birisidir. Antik Yunan demokrasisinin bir sembolü olan Parthenon, zekâ, sanat, stratejik savaş ve bilgelik tanrıçası Athena'ya adanmış bir tapınak olarak inşa edilmiştir. Diğer yandan bu tapınak; Antik Yunan Medeniyetinin başkenti Atina'da bulunan, Avrupa Medeniyetinin beşiği ve demokrasinin doğum yeri olarak kabul edilen ve Antik Yunan Medeniyetinin başkenti Atina Akropolisi'nin en heybetli yapıtlarından birisidir.

İkonografik inceleme sonucunda elde edilen bu bulgular ışığında harabeler içerisindeki Parthenon'un bir Nazi propaganda filmi olarak Olympia'da gösterilmesi; 1. Dünya Savaşı öncesi ve sonrasında Avrupa'da yaşanan siyasi krizlere bir göndermedir. Bununla birlikte Almanların hem 1. Dünya Savaşı öncesinde hem de sonrasında Nazi İktidarıyla birlikte Avrupa üzerindeki hakimiyet iddiasını irdelemektedir. Nitekim Parthenon'a ait görsel sonrasında gelen diğer planlar bu iddiayı destekler niteliktedir.

Olympia 1. Bölüm: Ulusların Bayramı'nın prolog kısmında Parthenon'un dış cephe planından sonra şaryo ve kaydırma hareketleriyle tekrar yapının içerisine girerek bir büst gösterilmektedir. Bu mermer büst, bir kaide üzerinde ve yine antik bir yapı içerisinde gösterilmektedir. Bu büst, lüle saçlarıyla erkek bir figüre aittir. Figür, sanat tarihi içerisinde sıkılıkla tasvir edilen Büyük İskender'e (M.Ö. 356- M.Ö. 323) aittir.

Görsel 10. Büyük İskender (Dakika: 04:04).

Büyük İskender Helenistik Dönem Yunanistan'ın baskın devleti Antik Makedonya Krallığı'nın kralı ve tarihin en başarılı askeri komutanlarından birisi olarak kabul edilmektedir. Büyük İskender, tahta geçtikten sonra babası II. Fillip'in en büyük arzusu olan Perslerin yenilgiye uğratılması için tüm Yunanları bir araya getirmeyi amaçlayan Pan-Helenistik idealini yerine getirmiştir. Yunan devletlerini tek bir çatı altında toplayan Büyük İskender, 30 yaşına geldiğinde krallığın sınırlarını Yunanistan'dan Kuzeybatı Hindistan'a kadar taşıyarak Antik Dünya'nın en büyük imparatorluklarından biri haline getirmiştir. Hayatı boyunca imparatorluğun sınırlarını "Dünyanın sonu'na" kadar ilerletmek isteyen Büyük İskender, Jül Sezar (M.Ö. 100 – M.Ö. 44), Napolyon Bonapart (1769-1821) ve Adolf Hitler gibi Dünyayı fethetmek isteyen liderlerin başlıca ilham kaynağıdır. Cartledge 'Büyük İskender' adlı eserinde: Büyük İskender'in şaşırtıcı fetih kariyeri sadece Sezar ve Augustus'a değil, aynı zamanda Marcus Antonius, Napolyon, Hitler'in yanı sıra Batı'daki diğer dünya liderlerine de ilham verdiğini belirtmektedir (2005).

İkonografik tanımlama sonucunda elde edilen bu bulgular ışığında Parthenon'un içerisinde bulunan bu büst, Hitler'in Büyük İskender'e öykünmesinin ve Büyük Alman İmparatorluğunu kurma isteğinin temsilidir. Büyük Alman İmparatorluğu Nazi rejiminin, 1. Dünya Savaşı'nda yenildikten sonra parçalanan Alman İmparatorluğu'nu ve Alman uluslarını tek bir çatı altında tekrar toplamak adına kurguladığı bir kavramdır.
Birleşik bir ulus devleti kurmayı amaçlayan bu düşüncenin gerçekleştirilebilmesi için, 1. Dünya Savaşı'nda hezimete uğrayan Almanların da bir araya gelmesi dolayısıyla da Almanya'nın sınırlarının ötesine ilerlemek gerekmektedir. Büyük Alman İmparatorluğunu gerçekleştirmek için de tıpkı Büyük İskender gibi lidere ihtiyaç duyulmaktadır.

Büyük İskender büstünün gösterildikten sonra Uyuyan Satir, Apollo (Apollon), Juno (Hera), Mars (Ares) ve Venüs (Afrodit) gibi Roma Dönemine ait tanrı ve tanrıçaların heykelleri gösterilmektedir. Bu planlarla Antik Yunan Medeniyeti ile başlayıp Roma Dönemine geçilmiştir. Sinematografik bir zaman geçişi sağlayan bu anlatı, Avrupa tarihine de bir gönderme niteliğindedir. Bu heykellerin sonunda, sağ elini sırtına, sol kolunu ise göğsüne doğru eğmiş bir figüre ait heykel gözükmektedir. Sağ elinde disk tutan bu figür, maskülen hatlarıyla dikkat çeken bir erkektir. Vücut hatlarının tüm detayları çıplak bir şekilde tasvir edilmiştir. Bu tasvir sanat tarihi içerisinde Disk Atan Adam Heykeli (Discobolus) ile bağdaşmaktadır.

Görsel 11. Disk Atan Adam Heykel (Dakika: 06:52). **Görsel 12.** Alman Sporcu Erwin Huber (Dakika: 07:07).

Disk Atan Adam Heykeli M.Ö. 450 yılında Miron tarafından yapılan bronz bir heykeldir. Heykelde genç ve atletik bir Yunan sporcu görülmektedir. Diğer taraftan bu planda görünen "cansız" Disk Atan Adam Heykeli bir anda aynı şekilde duran insana dönüşerek "hayat" bulmaktadır. Burada görünen oyuncu, 1936 Yaz Olimpiyatları'na Almanya'yı temsil eden atlet Erwin Huber'dir.

Huber, elindeki diski fırlatmadan önce ileri geri hareketlerle kusursuz bedenini kameralara sergilemektedir. Hitler için kusursuz beden ve Aryan ırk kavramı önem teşkil etmektedir. Antik Yunan heykellerinin kusursuzluğundan etkilenerek bu heykeli 1937 yılında İtalya'dan satın alarak Münih'te bulunan Glyptothek Müzesi'nde Alman halkına sergilemesinin amacı da budur. Böylelikle Antik Yunan'ın ihtişamını Alman ırkı sürdürmeye devam ediyor mesajı açıkça verilmektedir. Diğer bir değişle Disk Atan Adam Heykeli'nin Alman atlet Erwin Huber'e dönüştüğü bu plan ikonolojik bağlamda değerlendirildiğinde Nazi ideolojisinin idealize ettiği Aryan ırkı inancı ile bağdaşmaktadır.

Disk Atan Adam'ın Nazi sporcu Huber'e dönüşmesinden sonra gülle atma ve cirit atma sporcuları şiirsel bir şekilde tasvir edilmektedir. Alt açı çekimlerle sporcuların yüceltildiği bu plandaki erkek sporcuların ortak özellikleri, çıplak olmalarıdır. Erkek sporculardan sonra, biri Leni Riefenstahl olmak üzere, üç çıplak kadın sporcu kameralara yansımaktadır. Bu sporcular Antik Yunan Alegorisi Üç Güzeller'i andıracak şekilde ahenkle dans etmektedirler. Çıplak bir şekilde dans eden kadın sporcular, erotizm ve pornografiden uzak bir şekilde tasvir edilmektedirler. Bunun nedeni; Hitler'in cinsellikten uzak bir şekilde, kusursuz aryan bedenini tüm dünyaya gösterme isteğidir. Nazi Almanya'sı ve Hitler için Olimpiyatlar; "Aryan ırkın" üstünlüğünü gözler önüne sermek adına oldukça elverişli bir organizasyon olmaktadır. Sanat ve spor gibi toplumu ve kamusal alanı ilgilendiren konular giderek egemen kesimin ideolojisini yansıtmaya başlamış ve böylelikle Nazi Almanya'sının gücü ve aryan bedeninin estetize edilmesi Olimpiyatlar aracılığıyla gerçekleşmektedir. Diğer yandan üç kadın sporcunun dansı, bir anda yakın planda gösterilen ateşle sona ermektedir.

Plan, ateş görüntüsü içerisinden elinde meşale ile çıkan bir atletle devam etmektedir. Elindeki meşaleyi ateşle tutuşturan erkek oyuncu daha sonra ardında bıraktığı harabe içerisinde koşmaya başlamaktadır.

Görsel 12. Meşale Tutan Adam (Dakika: 11:12). **Görsel 13.** Meşale Yakan Adam (Dakika: 11:30).

Ateş ve meşale, Olimpiyat Oyunlarının sembolüdür. Olimpiyat meşalesinin kökeni de Prometheus'un Zeus'tan ateşi yani bilgiyi çaldığı mitolojik öyküye dayanmaktadır. Bu bağlamda bu planda elinde meşale taşıyan erkek figürü, Prometheus'u temsil etmektedir. Nazi sporcu, taşıdığı Olimpiyat meşalesini Yunanistan'dan başlayarak "karanlık ve sisler" içerisinde tasvir edilen Avrupa'nın çeşitli başkentleri üzerinden Berlin'e kadar getirmektedir.

Nazi sporcu, karanlığın içerisinden meşalesiyle Almanya'ya ulaştığında sisler dağılmaya ve güneş açmaya başlamıştır. Ateşi tanrılardan çalıp insanlığa uygarlık ve bilgi biçiminde ileten Prometheus, Antik Yunan ve Antik Roma'nın baş tanrısı olarak kabul edilen Jüpiter (Zeus) tarafından cezalandırılmaktadır. "Prometheus, ateşi çaldığı için Zeus tarafından cezalandırılır. Onu bir dağa zincirlerler ve bir kartal, her gün Prometheus 'un karaciğerini yemek üzere geri gelir" (Özer, 2023: 7580). Jüpiter'in sembollerinden biri olan kartal, her gün Prometheus'un karaciğerini yemekte, her gün ise bu karaciğer yenilenmektedir. Böylelikle Prometheus, bitmek bilmeyen bir işkenceye maruz kalmaktadır. Antik Roma dininde baş tanrı ve tanrıların tanrısı olarak kabul edilen Jüpiter, kartal sembolüyle tanınmaktadır. Aynı zamanda Nazi Almanya'sının amblemi olan "Parteiadler" de ölümsüzlüğü, cesareti ve gücü sembolize eden bir kartaldır. Diğer bir deyişle Nazi Almanya'sı ateşe yani bilgi ve uygarlığa kavuşarak 1. Dünya Savaşı yenilgisi sonrası küllerinden doğup Antik Yunan ve Roma'nın mirasını sırtlandığını göstermektedir.

Olympia filminden seçilen 4 plan genel olarak değerlendirildiği taktirde filmin prolog kısmı sisler içerisinde başlamaktadır. Harabelerin arasında adeta parlayan Parthenon, Antik Yunan'ın demokrasi sembolü ve medeniyetin beşiğidir. Filmin Parthenon'da başlaması, Nazi rejiminin Antik Yunan ile bir bağ kurmasını göstermektedir. Parthenon'un içerisinde birçok Antik Yunan ve Roma heykelleri görülmektedir. "Kamera önce tarihi kalıntılardan bir kolaj sunmakta ve ardından mükemmel insan bedenini temsil eden erkek ve kadın heykellerine odaklanmaktadır" (Bölükbaşı, 2012: 96). Hitler'in Aryan ırkı, kusursuz mermer heykellere benzetilmekte akabinde de filmde gösterilen heykellerden biri olan Disk Atan Adam heykeli(Discobolos), ete kemiğe bürünerek Alman sporcu Erwin Huber'e dönüşmektedir. Böylelikle Hitler'in idealize ettiği kusursuz beden yani Aryan ırk, halka bu belgesel aracılığıyla sunulmaktadır. Aynı zamanda filmdeki planların mitolojik ve alegorik anlamları da Hitler'in Avrupa üzerindeki hakimiyet iddiasını ve Antik Yunan ve Roma İmparatorluğuna öykünmesinin kanıtı niteliğindedir. Böylelikle, sadece bir spor belgeselinden fazlası olan bu film, arka planında Hitler'in ulaşmak istediği ideal değerleri barındırmaktadır. "Bu bağlamda Olimpiyatlar, ideolojiyi ve rejimi yaymak adına gerçekleştirilen bir propaganda aracı olmaktadır. Hitler'in sanata bakış açısı ise yine bu yönde ilerlemektedir; "Hitler ve iktidarı için asıl sanat, Aryan ırkın yüceliğini yansıtacak olan klasik sanattır" (Duran, 2021: 180). Bu

noktada Olympia filmi Hitler'in sanatsal bakış açısına da tam olarak uyum sağlamaktadır. "Olympia'da Cermen ırkının bedensel farklılığı, estetik ve gücü sergilenirken, siyasal amaçlar ile spor arasında bir bağ kurularak toplumsal motivasyon oluşturulmaya çalışılmaktadır" (Hekimler, 2013: 120). Böylelikle bu film aracılığıyla Nazi rejimi, Antik Yunan'ın güzellik ve estetik değerlerine sahip çıkarken, Roma İmparatorluğu'nun mirasını da sırtlandığını açıkça belirtmektedir. Olympia filmi, Nazi rejiminin idealize ettiği Almanya'yı yansıtmaktadır.

Sonuç

Bu çalışmada Nazi Almanya'sında propaganda kavramının sanat alanında kullanımı tartışılmış ve Olympia filminin propaganda bağlamında taşıdığı anlamlar incelenmiştir. Çalışmaya göre, Nazi Almanya'sında propaganda kavramı hayatın her alanında görülmektedir. Kitleleri büyüleyen etkisiyle sanat, egemen kesimin ideoloji yayma araçlarından biri olarak da kullanılmaktadır. Bu bağlamda Nazi Almanya'sı resim, müzik, heykel gibi birçok sanat dalını kullanarak ideolojisini direkt olarak halka aktarmayı başarmıştır. Sanat eserlerinin estetik yapısı, kitlelerde merak ve haz uyandırması ideoloji aktarımının çaba sarf edilmeden gerçekleşmesine olanak sağlamıştır. Sanatın kitleleri ve toplumları etkileyen benzersiz gücü, propaganda aracılığıyla siyaset içerisinde kendine yer bulmaktadır.

Özellikle gelişen teknoloji ve kitle iletişim araçlarının yaygınlaşmasıyla sinema, propaganda bağlamında önemli bir konuma yükselmektedir. Kitlelerin adeta koşarak sinema salonlarını doldurması ve beyaz perdeden akan her şeyi pür dikkat özümsemeleri Hitler ve Goebbels'in sinemayı da propaganda aracı olarak kullanmasına sebep olmuştur. Bu bağlamda birçok propaganda filmi üretilmiş ve halkın eğlenme amacıyla gittiği sinema salonları birer beyin yıkama merkezine dönüştürülmüştür. Olympia filmi, barındırdığı alt metinler ve metaforlar ile birlikte Hitler'in Antik Yunan fantezisini gözler önüne sermekte ve adeta Yunan heykelleri gibi kusursuz sporcuları halka sunarken kusursuz genlere sahip Aryan bedeninin propagandasını gerçekleştirmektedir. Hitler'in bu kusursuz beden takıntısı Olympia filmiyle beraber şiirsel bir faşizm haline gelmektedir. Antik Yunan sanatı aynı zamanda Hitler'in beden, güzellik ve kusursuzluk gibi idealarının ortak noktası olmaktadır. Hitler Antik Yunan sanatını bir statü sembolü ve ideolojisinin tam ortasındaki temel taş olarak görmektedir. Bu nedenle Antik Yunan'ın ihtişamı Olympia filmi ile yeniden resmedilmektedir. Nazi Almanya'sı Antik Yunan'ın mirasını devralacak bir ülke olarak kendisini tanıtmaktadır. Böylelikle bu çalışmada sanat ve propaganda ilişkisi incelenmiş ve sanatın toplumları büyüleyen yapısının egemen kesim tarafından kullanılması Olympia filmi üzerinden örneklendirilmiştir.

KAYNAKÇA

Akarcalı, S. (2003). *2. Dünya Savaşında İletişim ve Propaganda*. İmaj Yayınevi.

Barth, C. W. (2004). Leni Riefenstahl Biography. IMDB: https://www.imdb.com/name/nm0726166/bio/?ref_=nm_ov_bio_sm (Erişim Tarihi: 09.05.2024)

All Time Movies, (2024 5, Mayıs). Time. Time Movies: https://entertainment.time.com/2005/02/12/all-time-100-movies/slide/all/ (Erişim Tarihi: 09.05.2024)

United State Holokost Memorial Museum, U. S. (2024, 5 Mayıs). Nazi Propagandası. Holokost Ansiklopedisi: https://encyclopedia.ushmm.org/content/tr/article/nazi-propaganda (Erişim Tarihi: 09.05.2024)

Baynes, K. (2002). *Toplumda Sanat*. YKY Yayınları.

Bektaş, A. (2013). *Kamuoyu, İletişim ve Demokrasi*. Bağlam Yayıncılık.

Bozkanat, E. (2021). "Algı Yönetimi Ve Propaganda: Nazi Almanya'sı Üzerinden Bir Değerlendirme". *Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi*, 16 (55), 74-94.

Bozkurt, N. (2000). *Sanat ve Estetik Kuramları*. Asa Kitapevi.
Bölükbaşı, M. (2012). *Faşist Estetik: Leni Riefenstahl Filmleri Üzerine Bir İnceleme*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi.
Brown, J.A.C. (1992). *Siyasal Propaganda*. Ağaç Yayıncılık.
Cartledge, P. (2005). *Alexander The Great*. Knopf Doubleday Publishing Group.
Clark, T. (2011). *Sanat ve Propaganda*. Ayrıntı Yayınları.
Clews, J.C. (1972). *Nasıl Aldatıyorlar?* Kardeş Matbaası.
Cömert, B. (2019). *Mitoloji ve İkonografi*. De Ki Basım.
Çakı, C. (2018). "Adolf Hitler'in Kült Lider İnşasında Kullanılan Propaganda Posterlerinin Göstergebilimsel Analizi". *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi*, 3 (6), 24-38.
Domenach, J. M. (1969). *Politika ve Propaganda.* Varlık Yayınevi.
Duran, B. N. (2021). "Nazi Almanya'sının Sanat Politikasında Yaratım ve Yıkım: Yoz Sanat Sergisi". *Sosyologca*, 22, 178-185.
Erinç, M. S. (2013). *Sanatın Boyutları*. Ütopya Yayınevi: Ankara.
Ertem, S. (1942). *Propaganda*. Vakit Matbaası: İstanbul.
Eşitti, Ş., & Işık, M. (2022). I. Dünya Savaşı'nda Osmanlı ve İngiliz Savaş Dergilerinin Propaganda Bağlamında Karşılaştırılması: "The War Illustrated" ve "Harp Mecmuası" Örneği. *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi* (40), 127-145. https://doi.org/10.17829/turcom.1051380
Goebbels, P. J. (2023). *Goebbels, Büyük Yalanlar*. Zeplin Kitap.
Gülada, M. O. (2019). "1936 Berlin Olimpiyatları'nda Spor Yayıncılığının Propaganda Amaçlı Kullanımı: Olympia Filmi Üzerine İnceleme". *TRT Akademi*, 4 (8), 326-344.
Hekimler, O. (2013). "1936 Berlin Olimpiyatları: Bir Barış Aracı mı? Yoksa Meşrutiyet Arayan Bir Rejimin Propaganda Aracı mı?" *Humanitas-Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(1), 103-128.
Hitler, A. (1999). *Mein Kampf*. Mariner Books.
IMBD (2024). Der Sieg Des Glaubens. Erişim: 10.05.2024. https://www.imdb.com/title/tt0156078/
IMBD (2024). Leni Riefenstahl. Erişim: 23.04.2024. https://www.imdb.com/name/nm0726166/bio/?ref_=nm_ov_bio_sm
IMBD (2024). Olympia 1. Teil: Fest Der Völker Awards. Erişim: 10.05.2024. https://www.imdb.com/title/tt0030522/awards/?ref_=tt_awd
Kuruoğlu, H. (2006). *Propaganda ve Özgürlük Aracı Olarak Radyo*. Nobel.
Lasswell, H. D. (2013). *Propaganda Technique In The World War*. Martino Fine Book: Connecticut.
Levi-Strauss, C. (1997). *Irk, Tarih ve Kültür.* Metis Yayınevi.
Lippman, W. (2020). *Kamuoyu*. Kabalcı Yayınları.
Odabaş, B. (1996) *"Leni Riefenstahl ve İradenin Zaferi", Fransız Siyasal Sineması ve Jean-Luc Godard*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Marmara Üniversitesi.
Özer, A. (2023). Prometheus 'un ve Benzer Mitlerin İzindeki Sanat. *International Social Sciences Studies Journal*, 9(13).
Öztürk, G. (2017). Bir Propaganda Aracı Olarak Radyo. Abant Kültürel Çalışmalar Dergisi, 2(3), 157-174.
Panofsky, E. (2012). *İkonoloji Araştırmaları*. Pinhan Yayıncılık.
Parlakkalay, H. (2020). "Kamusal Alanda Sanat ve Sanat Eserleri". *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22 (4), 1157-1172.
Rhodes, A. (1987). *Propaganda: The Art Of Persuasion: World War II. Wellfleet Press*.
Riefenstahl, L. (1938), *Olympia 1.Teil: Fest der Völker* (Film).
Işık, M. Ve Eşitti, Ş. (2018). "Osmanlı İmparatorluğu'nun Birinci Dünya Savaşı'ndaki Propaganda Faaliyetleri Üzerine Bir İnceleme: Harp Mecmuası Örneği". *Hacettepe Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları (HÜTAD)*, (29), 185-216.
Soysaldı, A. (2018). Kültür Sanat ve Beşeriyet İlişkisi. *Sanat ve Tasarım Dergisi*, (22), 305-315.
Sözen, M. & Tanyeli, U. (2001). *Sanat Kavram ve Terimleri Sözlüğü*. Remzi Kitabevi.
Şahin, K. & Atabay, M. (2021). "Otoriter Siyasal Sistemlerde Propaganda ve Eleştiri Aracı Olarak Sanat". *Ekonomi İşletme Siyaset ve Uluslararası İlişkiler Dergisi*, 7(1), 85-94.

Tatar, O. (2019). *Dijital Çağda Fotoğraf Sanatı*. A7 Kitap.
TDK Sözlük (2023). Propaganda. Erişim: 29.09.2023. https://sozluk.gov.tr
TIME (2024). All Time 100 Movies. Erişim: 23.04.2024. https://entertainment.time.com/2005/02/12/all-time-100-movies/slide/all/
Tokgöz, O. (2020). *Siyasal İletişimi Anlamak*. İmge Kitabevi.
Taylor, P. M. (2003). Munitions of the mind: A history of propaganda. Manchester: Manchester University Press.
USHMM (2024). Nazi Propagandası. Erişim: 21.04.2024. https://encyclopedia.ushmm.org/content/tr/article/nazi-propaganda
Vikipedi (2024). Der Stürmer. Erişim: 10.05.2024. https://tr.wikipedia.org/wiki/Der_Stürmer
Ziyaoğlu, R. (1963). *Propaganda ve Sanatı*. İstanbul Halk Basımevi.

EKLER

Görsel 1. https://www.theartnewspaper.com/2019/04/10/new-berlin-exhibition-exposes-emil-noldes-nazi-ties
Görsel 2. https://ghdi.ghi-dc.org/sub_image.cfm?image_id=2075
Görsel 3. https://www.ekdergi.com/naziler-spor-ve-heykel-sanati-naziler-ve-sanat-vii/
Görsel 4. https://tr.wikipedia.org/wiki/Welthauptstadt_Germania
Görsel 5. https://www.alamy.com/stock-photo-national-socialism-nazism-persecution-of-the-jews-anti-semitic-drawing-27953230.html?imageid=E932C3A7-C233-4B5F-AE46-A808E75B0B39&p=58867&pn=1&searchId=868f594862611e1c9484fe6499529f34&searchtype=0
Görsel 6. https://www.imdb.com/title/tt0156078/mediaviewer/rm354010624/?ref_=tt_ov_i
Görsel 7. https://www.imdb.com/title/tt0025913/mediaviewer/rm2474525952/?ref_=tt_ov_i
Görsel 8. https://www.imdb.com/title/tt0030522/?ref_=nmbio_rvi_tt_i_5

CEZALANDIRMANIN AMACINI AÇIKLAYAN TEORİLER

Öğrenci (YL) Kerem ŞENEL
Kadir Has Üniversitesi, İstanbul, Türkiye, keremsenel01@gmail.com

ÖZET

Ceza suça yönelik toplumsal bir kontrol yaptırımıdır. İnsanlık tarihinin her döneminde ceza olgusu ile karşılaşılmaktadır. Cezalandırma toplumsal yapının sürdürülebilirliği açısından düşünüldüğünde vazgeçilmez olduğu bir gerçektir. Cezalandırmanın gerekliliği insanların toplum içerisinde yaşamasının bir sonucudur. Düzenin bozulmasına yol açan davranışlara karşı bizzat toplum tarafından sosyal tepki adıyla ceza verilir. Bu tepki sayesinde hukuk düzeni sağlanır. Hukuk düzeninin sağlanması ile devletler kendi varlıklarını geleceğe aktarabileceklerdir. Cezayı vazgeçilmez bir olgu olarak görmeleri bu sebeptendir. Ancak bu tepkinin amacı belirlenebildiği takdirde toplumun iradesi ortaya çıkmış olur. Cezalandırma bir zorunluluk olmasına rağmen amacının ne olduğu net değildir. Günümüze kadar cezanın amacına ilişkin çeşitli teoriler mevcuttur. Tarihte cezanın amacı hakkında birçok düşünce ortaya atılmış olup üç teori üzerinde yoğunlaşılmıştır**.** Bu çalışmada; cezalandırmanın altında yatan sebepleri açıklayan bu üç teori üzerinden topluma katkılarını eleştirel bakış açısı ile irdelemek amaçlanmıştır. Bunlar mutlak, faydacı ve karma teoriler olup çalışmanın odağını oluşturmaktadır. Mutlak teoride cezanın kendisi amaç olarak görülmektedir. Bu teori, cezanın suç olarak tanımlanan fiillerin kefareti olduğunu ileri sürmektedir. Mutlak teoriler başlığı altında adaletçi ve kefaretçi teoriler irdelenmiştir. İkinci teori olan faydacı teorilerin alt başlığında, suçları caydırıcı rol üstlenen önleme teorisi ve suçluları topluma geri kazandırmayı amaç edinen ıslah teorisi incelenmiştir. Üçüncü ve son olarak mutlak ve faydacı teorilerini birlikte değerlendiren karma teorilere yer verilmiştir. Bu çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden yazılı kaynak araştırması tercih edilmiştir. Çalışmada irdelenen teorilerin tanımı, kimler tarafından ortaya çıkarıldığı, teoriler arasındaki farklar, günümüze yansımaları ve adalet sistemimize etkileri açıklanmaya çalışılacaktır. Çalışmanın sonuç bölümünde "Cezalandırmanın amacı nedir?" sorusuna yanıt aranmış ve bu teorilerin soruyu karşılayıp karşılamadığı sorgulanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Ceza, suç, cezalandırma, ceza teorileri

THEORIES EXPLAINING THE PURPOSE OF PUNISHMENT

Student (LL.M) Kerem ŞENEL
Kadir Has University, İstanbul, Türkiye, keremsenel01@gmail.com

ABSTRACT

Punishment is a social control sanction for crime. The phenomenon of punishment is observed in every period of humanity. It is a fact that punishment is indispensable when considered for the sustainability of the social structure. The necessity of punishment is a result of people living in society. Society itself punishes the criminal as a reaction to any behavior that causes disorder. Through this reaction, legal order is maintained. By ensuring the legal order, states will be able to transfer their presence to the future. This is why states enforce punishment as an indispensable phenomenon. However, if the purpose of this reaction can be determined, the will of the public will be revealed. Although punishment is a necessity, its purpose is unclear. Until today, there have been various theories regarding the purpose of punishment. Throughout history, many ideas have been put forward about the purpose of punishment and three theories have been prominent. This study aims to examine the contribution of punishment to society from a critical perspective through these three theories explaining the underlying reasons for punishment. These theories, namely absolute, utilitarian, and mixed, constitute the focus of the study. In absolute theory, punishment itself is seen as the goal. This theory argues that punishment is an atonement for acts defined as crimes. Justice and atonement theories were examined under the title of absolute theories. Under the subheading of the second theory, utilitarian theories, the prevention theory, which plays a deterrent role in crimes, and the correctional theory, which aims to reintegrate criminals into society, are examined. Thirdly and lastly, mixed theories that consider absolute and utilitarian theories together are included. In this study, written source research, one of the qualitative research methods, was used. It will be tried to explain the definition of the theories examined in the study, who introduced them, the differences between the theories, their reflections on the present day, and their effects on our justice system. In the conclusion of the study, the question "What is the purpose of punishment?" was answered and it was questioned whether these theories meet the question.

Keywords: Punishment, crime, punish, theories of punishment

GİRİŞ

Suç olarak nitelenen fiillerin karşılığı olan cezanın varlığı çok eskiye dayanır. Toplumsallaşma süreci 10.000 yıl öncesine dayanmasına karşın, tarihte cezalandırma ile ilgili az değişiklik olmuştur. Çünkü geçmişten günümüze insanların duygu, düşünce ve davranışları büyük oranda aynı kalmıştır. Bu süre zarfında cezalandırma yöntemleri de toplumların siyasi, ekonomik ve sosyal temellere dayalı olarak gelişmiştir (Lyons, 2013: 229). Çalışmanın amacı, toplumların suç işleyen kişilere karşı cezalandırma gereksinimini; intikam, adalet, caydırma ve ıslah düşünceleri üzerinden irdelenmesidir.

MUTLAK TEORİLER

Suç işleyen kişiye karşı bir ceza uygulamasını salt amaç olarak gören teorilere mutlak teoriler denir. Bu teorilere göre hakkaniyete dayalı bir düzende yaşayabilmek için Hammurabi'nin mirası olan "göze göz dişe diş" prensibi

dikkate alınmaktadır (Mieroop, 2017: 105). Böylece failden davranışının sonucuna ilişkin bir bedel ödemesi istenmektedir. Başka bir deyişle bu teoride cezanın kendisi bir amaç haline gelir (Centel, 2020: 337).

Fail adaletin yerini bulması ve şahsi öç duygunun tatmini için cezalandırılır. Cezalandırma eyleminin meşruluğu da geçmişte yaşanan hesabın kapatılması bakımından ileri sürülecektir. Mutlak teoriler, kefaret düşüncesi ve adaletçi düşünce başlığı altında incelenmektedir.

Kefaret Düşüncesi

Konuya ilişkin en eski düşünce, cezanın bir kefaret olarak verildiği düşüncesidir. Kefaret düşüncesinde ceza sadece failin acı çekmesi için verilir. Fail yaptığı kötülük yüzünden karşılığını alır (Aktaş, 2009: 16).

Tarihe bakıldığında toplumlar inançları doğrultusunda çeşitli cezalandırma yöntemleri geliştirmişlerdir. Örneğin Orta Asya toplulukları, ahlaka aykırı kabul ettikleri suçları işleyen faillerin daha fazla acı ve utanç duyması için ölüm cezasının yanında onların aşağılanmalarını da sağlayacak teşhir edici cezalar verirlerdi. Toplumun yaygın inanışına göre faile verilen hiçbir ceza vücut bütünlüğünü bozanlar kadar korkutucu olamayacaktır. Çünkü inandıkları din olan Şamanizm'de ölüm sonrası ruhun rahata erebilmesi için insan bedeninin eksiksiz olarak gömülmesi gerekliydi (Roth, 2017: 17). Bu yüzden de hukuku uygulayanlar, faillerin hem maddi ve hem de manevi dünyada huzuru bulamamaları için onları acımasızca cezalandırdılar.

Cezalandırmayı dinin bir gereği olarak gören ve failin cezasını çekerek arınmasını amaçlayan toplumlar da bulunmaktadır. Katolik kilise hukukunu temel alarak kefaret düşüncesini cezalandırmada uygulayan toplumlarda ahlak ilişkisi temel alınmaktadır. Temel olarak hukuka dair her ihlal gayrı ahlaki bir durum oluşturur (Toroslu ve Toroslu, 2016: 27). Fail cezalandırıldığında maddi dünyaya ilişkin bir intikam alınmış olurken, bozulmuş ahlak dengesi de yeniden sağlanmış olur.

Adaletçi Düşünce

Adaletçi düşünceye göre ise fail adalet yerini bulsun diye cezalandırılır. Adalet toplumun; intikam, nefret ve öfke duyguları ile ilgili olmayıp; kimseye haksızlık etmeme, hakkaniyetli davranma ve ayrım gözetmeden hüküm verebilme anlamına gelir. Fail işlediği suçu bireye karşı yöneltse bile cezalandırma hakkı, toplumun güvenlik isteğini gerçekleştiren ve ayrıca iradesini kullanan devlet tarafından kullanılır (Dinçkol, 2007: 169).

Devlet faili cezalandırırken Platon'un da en önemli dört erdem olarak belirttiği; cesaret, ölçülülük, bilgelik ve diğerlerini içine alan adalete uygun hareket etmelidir (Knoll, 2013: 2011). Böylece erdem olgusu temel alındığında, adaletin cezalandırmanın amacı olduğu ve cezanın da ölçüsünü barındırdığı düşünülür.

Immanuel Kant ve Friedrich Hegel'in Cezalandırma Yaklaşımı

Aydınlanma düşünürleri cezalandırmanın insancıl ilkelere tabi olması gerektiğini savunmuş ve hukuk alanını olumlu yönde etkilemişlerdir. Çağın önemli düşünürlerden olan Immanuel Kant ve Friedrich Hegel; cezalandırmanın, insanların güvende yaşamaları için gerekli olduğunu belirtmişlerdir. Onlara göre toplumsal sözleşme dolayısıyla var olan devletin sürdürülebilirliği hukuk düzeninin sağlamasına bağlıdır.

Immanuel Kant'a göre ceza, adaletin yeniden sağlanması amacıyla verilir. Fakat bu amaç failin eylemi ile aynı ölçüde bir ceza verilirse sağlanacaktır. Kant ölçülülüğü, failin iradesine ve insan onuruna ilişkin gösterilecek saygıya bağlar (Aydın, 2020: 137). İradeye gösterilecek saygı o kadar kesindir ki, hukukun temel koruma gayesi olan toplumsal yaşam sona erse bile cezaevindeki idam sırasını bekleyen kişi de cezalandırılmalıdır (Centel, 2020: 338).

Fredrich Hegel de adalet düşüncesini dikkat alarak cezalandırmanın amacını açıklamaya çalışmıştır. Faile verilecek ceza; bizzat eyleminden hayat bulacağından, cezalandırmak onu onurlandırmaktır (Aydın, 2020: 137). Fail suçun ahlaka aykırı olmasından veya kötülük yapmalarından ziyade o işlediği fiillin hukuk düzenini bozmasından dolayı cezalandırılır. İnsan iradesine saygı gösterilerek bizzat eylemi oranında bir ceza verilir ise de adalet sağlanmış olur. Hukuk düzeninin sağlanması beraberinde devletin sürekliliğini sağlar.

Mutlak Teorilere Eleştirel Bir Bakış

Adaletçi düşünceye göre ceza, adaleti gerçekleştirmek için verilir. Adalet uğruna, failin işlediği kötülüğün ceza müeyyidesi ile denkleştirilmesi sonucu ortaya çıkar. Ancak tarihe bakıldığında aynı tür ve nitelikteki suçlara ilişkin farklı cezalar verildiği de görülecektir. Örneğin birkaç asır önce Osmanlı İmparatorluğu'nda hırsızlık suçuna organ kesme cezası verilirken günümüzün modern Türkiye'sinde bedenen cezalar tarihin tozlu sayfalarına karışarak, sadece failin özgürlüğüne ilişkin cezalar verilmektedir (Roth, 2017: 391). Cezalardaki tür farkı da adalet olgusuna ilişkin birtakım soruları beraberinde getirir.

Ceza hukukunun amacı toplumun güvenini sağlamak ve bireyler arası ilişkileri düzenlemektir. Bu amacı da ceza hukuku kanunlar yoluyla gerçekleştirir (Centel vd., 2016: 4). Kanunlar sayesinde ceza hukuku, cezalandırma sürecini yerine getirdiği kadar fail mağdur ayrımı yapılmaksızın tüm insanların haklarını koruyan bir düzene sahiptir. Fakat ceza hukukunun muhakeme kısmında gizli kalmış suçlar cezasız kalmakta, bazı suç türlerinin teşebbüs halleri cezalandırılmamakta ve bazılarının ise faillerinin cezalandırılması için mağdurun şikâyeti gerekmektedir. Ayrıca cezanın ertelenmesi ve zamanaşımı gibi muhakeme kurumları da cezalandırmayı engellemektedir (Centel, 2020: 339). Sonuçta uygulamada salt adalet olgusunu gerçekleştirmek için failler cezalandırılsaydı her işlenen suçun eksiksiz bir cezası olması gerekirdi.

NİSPİ TEORİLER

Nispi teoriler mutlak teorilerin aksine cezalandırmanın amacını cezadan sağlanacak fayda ile açıklar. Bu teoride faile verilecek ceza geleceğe yönelik verilirken, cezalandırma ile de işlenmesi olası suçların önlenmesi amaçlanır (Centel, 2020: 340).

Suçla mücadelenin cezalandırmadan sağlanacak fayda ile ilişkilendirilmesi fikri, Aydınlanma Çağı ile yeni ortaya atılmış değildir. Temellerini Konfüçyüs felsefesinden alan eski Çin geleneğinde suç işleyen faile yönelik verilen cezaların, hukuk düzeninin ve dolayısıyla devletin sürdürülmesinin tek yolu olduğu kabul edilmiştir. Devletin sürdürülebilirliğini sağlayabilmek için de cezalandırılmanın önlemeye ilişkin toplumsal bir faydaya sahip olması, başka bir deyişle toplumsal kontrolü yerine getirmesi beklenirdi. Bu fayda durumu, Avrupa'da Rönesans ve Reform hareketlerinin insaniliği ön plana çıkarması ile failin ıslahını yani topluma yeniden kazandırılmasını içine almıştır. Böylece cezalandırmanın fayda amacı, zamanı ve mekânı aşan süreç sayesinde biri önleme diğeri ıslah olmak üzere iki düşünceye yer vermiştir.

Önleme Düşüncesi

Önleme düşüncesi cezalandırma ile potansiyel failleri caydırmayı amaçlamaktadır. Bu düşünceye göre cezanın amacı fail dışındaki toplumu kapsayacak şekilde korumadır. Modernleşme süreci toplumları giderek birbirine bağlı hale getirmiştir (Sili, 2013: 245). Bilişim suçları, organ ve doku ticareti suçları, çevreye suçları ve iklim krizi, göçmen kaçakçılığı ve trafik suçları gibi toplumsal sorunlara yol açacak yeni suç türlerinin ortaya çıkması, devletlerin düzenin sağlanmasında önleme düşüncesini ön plana çıkarmasında büyük rolü olmuştur.

Ulusal baskı ve cezalandırmaların suç işleme düşüncesine sahip kişilerde korku yaratacağı ve böylece toplum düzenini tehlikeye atmaya teşebbüs edemeyeceği varsayılmaktadır. Diğer bir deyişle insanların her koşulda cezalandırılacağını bilmesi bizzat toplumu suç olgusundan koruyacağına inanılır. Örneğin Japonya'da ceza adaleti sistemi, ülke nüfusuna daha iyi tesir etmesi için sert yönde ilerlemektedir. Meji Restorasyonu öncesi başlayan ve günümüzde de devam eden süreçte genç suçluluk korkusu, müebbet hapis ve idam cezası gibi çok ağır cezalarla topluma sirayet etmesi istenmiştir (Roth, 2017: 468). Diğer taraftan tarihte, Osmanlı İmparatorluğu'nun son dönemlerinden itibaren modern hapishane reformları uygulanmaya başlanmıştır (Roth, 2017: 403). Hapishane sisteminin yerleşmesi ile birlikte fiziksel ve idam cezalarından özgürlüğe ilişkin cezalara kadar varan bir geçiş süreci yaşanmıştır. Böylece Osmanlı İmparatorluğu sonrasındaki Türkiye Cumhuriyeti'nde ceza yaptırımlarına ilişkin değişikliklerin toplumu suç olgusundan koruması amaçlanmıştır.

Islah Düşüncesi

Islah düşüncesinde ise failin ceza infaz kurumlarında yapılan maddi ve manevi gelişim faaliyetlerine katılması sayesinde topluma yeniden kazandırılması amaçlanır. Fail hapis cezası aldığında hem toplum ondan korunmuş olur hem de ıslah süreci sayesinde fail sosyal bilinç kazanarak suç işleme düşüncesinden arınmış olacağına inanılır (Toroslu, 2010: 47).

Topluma yeniden kazandırma kavramı, failin infaz sürecinden sonra toplumda yer bulması ve insan onuruna yakışır bir hayat sürmesini sağlayacak her türlü faaliyeti içerir. Islahın topluma yeniden kazandırma gibi bir kavramla uygulamaya geçilmesi; terapi ve dayanışma, eğitim-öğretim ve meslek kazandırma gibi unsurlarla gerçekleşir

(Bacaksız, 2015: 4925). Günümüz ceza muhakemesi anlayışında failin topluma yeniden kazandırılması hakkı olduğu kabul edilir. Bu hak doğrultusunda cezaevlerinde hükümlülerin maddi ve manevi gelişimlerini sağlayacak ıslah süreci uygulanmaya çalışılmaktadır (Bilgiç, 2013: 105).

Cesare Beccaria'nın Cezalandırma Yaklaşımı

Aydınlanma düşünürleri; insan onuru, özgür irade ve insanın doğuştan iyi olduğu inancıyla yeni sosyal fikirler öne sürmüştür. Amerikan ve Fransız devrimlerinde de görüldüğü üzere düşünürler, toplumların davranışlarını etkilemişlerdir. Yeni fikirler toplumları etkiledikçe cezalandırmaya ilişkin eğilimlerde değişim yaşanmıştır. Cesare Beccaria'nın 1764 yılında çıkardığı "Suçlar ve Cezalar Hakkında" adlı eseri cezalandırma alanına ilişkin etkileyici bir reform özelliği taşımaktadır (Lyons, 2013: 134).

Beccaria eserinde cezalandırmanın amacını, ***"Suçlunun kendi yurttaşlarına karşı zarar vermelerini engellemekten ve başkalarının benzer eylemlerde bulunmamalarını önlemekten başka bir şey değildir."*** diyerek açıklamıştır (Beccaria, çev.2019: 70). Düşünür cezaların ağırlığını, toplumun koşullarına ve suç olgusuna bakışına bağlamaktadır. Ona göre bu bağlantıda caydırıcılık niteliği ön planda olmalı yani toplumsal önlemeyi gerçekleştirmelidir. (Beyza, 2017: 164) Çünkü suçların önlenmesi cezaların sertliğine değil, cezalandırmanın mutlaklığına ve toplumsal bilinci oluşturmasına bağlıdır (Centel vd., 2016: 25).

Nispi Teorilere Eleştirel Bir Bakış

Önleme teorisinde faile toplumdaki diğer bireyler suça karışmasın diye ağır cezalar verilir. Böylelikle fail, devlet ile toplum ilişkisinde bir araç işlevi görür. Fakat insanın bir araç olarak kullanılması cezalandırmanın meşruluğuna ilişkin ilkel bir düşünce olarak kabul edilmektedir. Cezalandırmanın amacı, toplumu suçtan caydırmak ise o zaman bu teori başarısız olmuş demektir (Lyons, 2017: 233). Tarih göstermiştir ki cezalandırma asla suçların meydana gelmesini önleyemez. Suç ve cezalandırma, insanın var olduğu zamandan beri vardır.

Kriminolojinin yardımıyla ceza hukuku, suçu ve cezayı bir bütün olarak nedensellik ilişkisi içinde inceler. Birey ve topluma yönelik tüm etkenleri de göz önünde bulundurur (Akıncı, 2021: 32). Cezalandırmanın amacının sadece ıslah olması durumunda ise cezanın miktarı, suçun türü ve failin kusuruna göre belirlenmeyip failin kişiliğine yönelik olacaktır. Fakat böyle bir durum söz konusu olduğunda ceza süresi failin tam olarak topluma yeniden kazandırıldığı zamana kadar devam edecektir. Sürenin belirsizliğinin yanında failin ıslah edilmesi yani topluma yeniden kazandırılması gerekmiyorsa, kişi cezalandırılmayacak ve böylece suç ile ceza arasındaki bağlantı ortadan kalkacaktır.

KARMA TEORİ

Karma teoriye göre cezalandırmanın tek bir amacı olamaz. Cezalandırma ile göre hem faile yaptığının kefaretinin

ödettirilmesi hem ıslah faaliyeti ile kişinin tekrar suç işlemekten alıkonulması amaçlanmaktadır. Buna ek olarak failin cezalandırılmasıyla toplumun bilinçlenmesi ve böylece yeni suçların önlenmesi istenmektedir (Centel, 2020: 371).

Sonuçta karma teori ile bir bütün olarak adalet olgusu sağlanmış olacaktır. Bu nedenle karma teoriye göre ceza, hem mutlak teorilerde ileri sürüldüğü gibi geçmişe ve hem de nispi teorilerde ileri sürüldüğü gibi geleceğe yöneliktir (Toroslu, 2010: 55).

SONUÇ

Suça karşılık verilen ceza etkili, caydırıcı ve faili topluma yeniden kazandırmayı hedefliyorsa adil bir cezadır. Cezalandırmanın suç oranını düşürebilmesi için amacının iyi belirlenmesi gerekir. Toplumsal sorunları çözümünde cezalandırmanın yararlı olabilmesi için de niyet ile uygulamanın aynı olması zorunludur.

Tarihte cezalandırmaya yönelik, farklı dönem ve yönetimlerde; toplumların sosyoekonomik düzeyine göre mutlak ve nispi teorilere bağlı olarak çeşitli cezalandırma amaçları dikkate alınmasına karşın, karma teorisi daha hakkaniyete uygun görülmektedir. 5275 sayılı Ceza ve Güvenlik Tedbirlerinin İnfazı Hakkında Kanun'un "İnfazda temel amaç" başlıklı 3. maddesinin 1. Fıkrasında;

> *"Ceza ve güvenlik tedbirlerinin infazı ile ulaşılmak istenilen temel amaç, öncelikle önlemeyi sağlamak, bu maksatla hükümlünün yeniden suç işlemesini engelleyici etkenleri güçlendirmek, toplumu suça karşı korumak, hükümlünün; yeniden sosyalleşmesini teşvik etmek, üretken ve kanunlara, nizamlara ve toplumsal kurallara saygılı, sorumluluk taşıyan bir yaşam biçimine uyumunu kolaylaştırmaktır."*

olarak ifade edilerek, Türk Hukukunda cezalandırma amacı karma teori ile açıklanmıştır.

KAYNAKÇA

Akıncı, F. (2021). Kriminoloji. Beta Basım Yayın, İstanbul.

Aktaş, S. (2009). Cezalandırmanın amacı üzerine. *Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi* ,8/1-2 s.f: 1-25. Erzincan.

Aydın, M. (2020). Kant'ın ve hegel'in felsefesinde cezanın amacı. *İnönü Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi* 11-1, sf:126-138, Malatya.

Bacaksız, P. (2014). Cezalandırma ve topluma yeniden kazandırma, cilt:16/1 *Dokuz Eylül Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi,* sf: 4917-4941, İzmir.

Beccaria, C. (1764). Suçlar ve cezalar hakkında. Çev: Sami Selçuk (2019), İmge Yayınevi, Ankara.

Bilgiç, Ş. (2013). Yeniden suç işleme. Editör: G. Önkal, Ö. Sarı, Suçun sosyolojisi cezanın felsefesi temel kavramlar ve tartışmalar. Nobel Akdemik Yayıncılık, Ankara.

Centel, N. (2020). Cezanın amacı ve belirlenmesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi* sf:337-372. İzmir.

Centel, N., Zafer, H., Çakmut, Ö., (2016). Türk ceza hukukuna giriş. Beta Basım Yayım, İstanbul.

Dinçkol, A. (2007). Hukuka giriş hukukun temel kavramları, Der Yayınları, İstanbul.

Knoll, M. (2013). Platon'un politieia, politikos ve nomoi'sinde yasa ile erdemin ilişkisi. Editör: G. Önkal, Ö. Sarı, Suçun sosyolojisi cezanın felsefesi temel kavramlar ve tartışmalar. Çev: Utkan Atbakan, Nobel Akdemik Yayıncılık, Ankara.

Lyons, L. (2013). Cezalandırmanın tarihi. Çev: Silya Zengilli, Paris Yayınları, İstanbul.

Mieroop, M. (2017). Hammurabi. Çev: Bülent Doğan, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, Ankara.

Roth, M. (2017). Göze göz suç ve cezanın küresel tarihi. Çev: Barışhan Erdoğan, Can Sanat Yayınları, İstanbul.

Sili, A. (2013). Suçun kavramsal analizi: felsefi, sosyolojik ve antropolojik bir bakış. Editör: G. Önkal, Ö. Sarı, Suçun sosyolojisi cezanın felsefesi temel kavramlar ve tartışmalar. Nobel Akdemik Yayıncılık, Ankara.

Toroslu, N., Toroslu, H. (2016). Ceza hukuku genel kısmı. Savaş Yayınevi, Ankara.

Toroslu, N. (2007). Ceza müeyyidesi. Ankara Üniversitesi, Ankara.

ÇOCUK HAKLARI VE ÇEVRESEL SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK

Zehra TORTOP KUDDAŞ
Doktora Öğrencisi, Ankara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Sosyal Hizmet Anabilim Dalı, Ankara, Türkiye, ztkuddas@ankara.edu.tr

ÖZET

Dünya nüfusunun yaklaşık üçte birini oluşturan çocukların başta sağlık, güvenlik, eğitim ve yaşam hakları olmak üzere neredeyse tüm hakları doğal çevreye ayrılmaz bir şekilde bağlıdır. Tüm politika ve programlar çocuklar üzerinde doğrudan veya dolaylı olarak olumlu veya olumsuz etkilere sahiptir. Çevreye yönelik politikalar da çocuklar üzerinde doğrudan ve dolaylı etkilere sahiptir. Gelecek nesillerin ihtiyacı ve haklarını ellerinden almadan, şu anki ihtiyaçları karşılayan gelişmeyi ifade eden sürdürülebilir kalkınma ve çevresel sürdürülebilirlik de çocukların yaşamlarına derinden etki eden alanlardan biridir. Başarısız sürdürülebilir kalkınma ve çevresel sürdürülebilirlik politikaları, çocuk haklarının gerçekleştirilmesi önünde ciddi bir engel teşkil etmektedir. Temiz ve sağlıklı bir çevrede yaşama hakkı hem ulusal hem uluslararası mevzuatta yer alsa da iklim değişikliği ve çevresel bozulma nedeniyle çocuklar; hava ve su kirliliği, yetersiz beslenme ve çevre kaynaklı hastalıklar nedeniyle yaşamlarını kaybetmektedirler ve en temel hak olan yaşam hakkı korunamamış olmaktadır. Bir derleme olan bu çalışmanın amacı çocuk hakları ve çevreyi ilişkilendirmek ve çocuk hakları ve çevrenin birbirine ayrılmaz biçimde bağlı olduğunu vurgulamaktır. Bu çerçevede ilk olarak sürdürülebilir kalkınma ve çevresel sürdürülebilirlik kavramlarına yer verilmiş, ikinci olarak çevresel bozulmanın ve eşitliksiz ve adaletsiz kalkınma politikalarının çocuklar üzerindeki etkilerine yer verilmiş ve sonuç olarak birtakım değerlendirmeler sunulmuştur. Değerlendirmeler arasında iklim değişikliğine yönelik acil önlem alınması, çocuk haklarına yönelik farkındalık kazandırma, doğal kaynakların korunmasında ve kullanılmasında ekosentrik bakış açısının gerekliliği, okul öncesi ve yaşam boyu eğitim müfredatına yönelik öneriler, sosyal adalet ve ekolojik adaletin gerçekleştirilmesi bulunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilir kalkınma, çevresel sürdürülebilirlik, çocuk hakları, çevre, çevresel bozulma

CHILDREN'S RIGHTS and ENVIRONMENTAL SUSTAINABILITY

Zehra TORTOP KUDDAŞ
PhD Student, Ankara University Graduate School of Health Sciences Department of Social Work, Ankara, Turkey, ztkuddas@ankara.edu.tr

ABSTRACT

Almost all the rights of children, who constitute approximately one-third of the world's population, are inextricably linked to the natural environment, especially the rights to health, security, education and life. All policies and programs have direct or indirect positive or negative effects on children. Environmental policies also have direct and indirect effects on children. Sustainable development and environmental sustainability, which refer to development that meets current needs without taking away the needs and rights of future generations, are also among the areas that have profound impact on children's lives. Unsuccessful sustainable development and environmental sustainability policies pose a serious obstacle to the realization of children's rights. Although the right to live in a clean and healthy environment is included in both national and international legislation, children lose their lives due to air and water pollution, malnutrition and environmental diseases and the most fundamental right, the right to life, is not protected. The aim of this study, which is a review, is to relate children's rights and the environment and to emphasize that children's rights and the environment are inextricably linked. In this framework, firstly, the concepts of sustainable development and environmental sustainability are included, secondly, the effects of environmental degradation and unequal and unfair development policies on children are included and some conclusions are presented. Conclusions include taking urgent measures against climate change, raising awareness about children's rights, the necessity of an ecocentric perspective in protection and use of natural resources, suggestions for pre-school and lifelong education curricula, and the realization of social justice and ecological justice.

Key Words: Sustainable development, environmental sustainability, children's rights, environment, environmental degradation

GİRİŞ

Sosyal kalkınma, ekonomik kalkınma ve çevresel kalkınma boyutlarına sahip olan sürdürülebilir kalkınma, Birleşmiş Milletler tarafından belirlenen 17 amaç çerçevesinde gerçekleştirilmeye çalışılmaktadır. Kalkınmanın tüm boyutları çocukların yaşamları üzerinde etkilere sahip olmakla birlikte en temel hakları olan yaşama, hayatta kalma ve gelişme hakkının da belirleyicisi olmaktadır. Gelecek nesillerin ihtiyaç ve haklarını göz önünde bulundururken şimdiki neslin de ihtiyaç ve haklarının gerçekleştirilmesi olarak tanımlanan sürdürülebilir kalkınma politikalarında başarısızlıklar, ekosistemin bozulması, sosyal adaletin bozulması ve doğal kaynakların tükenmesine neden olmaktadır.

Bir derleme olan bu çalışmanın amacı; çocuk hakları ve çevreyi ilişkilendirmek ve çocuk hakları ve çevrenin birbirine ayrılmaz biçimde bağlı olduğunu vurgulamaktır. Bu çerçevede ilk olarak sürdürülebilir kalkınma ve çevresel sürdürülebilirlik kavramlarına yer verilmiş, ikinci olarak çevresel bozulmanın ve eşitliksiz ve adaletsiz kalkınma politikalarının çocuklar üzerindeki etkilerine yer verilmiş ve sonuç olarak birtakım değerlendirmeler sunulmuştur.

SÜRDÜRÜLEBİLİR KALKINMA ve ÇEVRESEL SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK

Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu'nun 1987 yılındaki Ortak Geleceğimiz başlıklı raporunda ele alınan sürdürülebilir kalkınma; gelecek nesillerin ihtiyacından ve haklarından ödün vermeksizin, şu anda insanların ihtiyaçlarına cevap veren ve haklarını gerçekleştiren gelişmeyi ifade eder (Harris, 2000).

Sürdürülebilir kalkınma, birbirine bütünsel olarak bağlı olan kapsamlı sosyal kalkınma, kapsamlı ekonomik kalkınma, çevresel sürdürülebilirlik ve hukukun üstünlüğü boyutlarını içerir (UNICEF, 2013).

Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri, 2012 yılında Rio de Janeiro'da toplanan Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Konferansı'nda doğmuştur. Bu konferansta belirlenen 17 Sürdürülebilir Kalkınma Hedefine aşağıdaki tabloda yer verilmiştir.

Tablo 1. Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri

SKH1: Yoksulluğa Son	SKH7: Erişilebilir Temiz Enerji	SKH13: İklim Değişikliğiyle Mücadele
SKH2: Açlığın Yok Edilmesi	SKH8: İnsana Yakışır İş ve Ekonomik Büyüme	SKH14: Sudaki Yaşam
SKH3: Sağlık ve Refah	SKH9: Sanayi, Yenilikçilik ve Altyapı	SKH15: Karadaki Yaşam
SKH4: Kaliteli Eğitim	SKH10: Eşitsizliklerin Azaltılması	SKH16: Barış, Adalet ve Güçlü Kurumlar
SKH5: Toplumsal Cinsiyet Eşitliği	SKH11: Sürdürülebilir Şehirler ve Topluluklar	SKH17: Amaçlar İçin Ortaklıklar
SKH6: Sağlıklı Suya Erişim	SKH12:Bilinçli Üretim ve Tüketim	

(Kaynak: https://turkiye.un.org/tr/sdgs)

Yukarıdaki tabloda yer alan hedeflere yönelik gerçekleştirilecek politikaların tümü çocuklar ve çevre üzerinde doğrudan veya dolaylı etkilere sahiptir. Bu nedenle sürdürülebilir kalkınma hedeflerine yönelik başarılı politikalar izlenmesi çocukların yaşama, sağlık, güvenlik, eğitim hakları başta olmak üzere dinlenme, oyun oynama, boş zaman değerlendirme ve eğlenme gibi diğer haklarının da gerçekleştirilmesini sağlayacaktır.

Sürdürülebilir kalkınma boyutlarından biri olan çevresel sürdürülebilirlik; doğal kaynakların, biyolojik çeşitliliğin ve ekosistemin korunmasını da kapsamaktadır (Harris, 2000). Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı tarafından yayınlanan çevresel sürdürülebilirlik göstergeleri fosil yakıt enerji tüketimi, yenilenebilir enerji tüketimi, karbondioksit emisyonu, temiz su çekilmesi ve orman alanı yüzdesini içermektedir. Ülkelerin insani gelişmişlik düzeylerine göre gruplandırılan çevresel sürdürülebilirlik göstergelerine Tablo 2'de yer verilmiştir.

Tablo 2: Çevresel Sürdürülebilirlik Göstergeleri

İnsani Gelişme	Fosil yakıt enerji tüketimi 2010-2015	Yenilenebilir Enerji Tüketimi 2015	Karbondioksit Emisyonu 2014	Temiz su çekilmesi	Orman alanı (Toplam kara alanı yüzdesi	Değişim (1990-2015)
Çok yüksek	82,6	10,4	10,7	6,1	33,1	1,1
Yüksek	85,8	14,6	6,1	4,8	31,5	-1,7

Orta	71,2	35,8	1,7	..	30,5	-9,7
Düşük	..	81,0	0,3	..	23,1	-14,5

Kaynak: http://hdr.undp.org/en/composite/Dashboard4

Çok yüksek insani gelişme oranına sahip ülkeler ve yüksek insani gelişmeye sahip ülkeler oldukça çok fosil yakıt tüketmekte, bu nedenle yüksek karbondioksit emisyonuna sahip olmakta ve yenilenebilir enerji tüketimleri de %10 ve %15 arasında kalmaktadır. Yenilenebilir enerji tüketimi, düşük insani gelişme oranına sahip ülkelerde %81 gibi oldukça yüksek bir orandır ancak düşük insani gelişmeye sahip ülkelerin de orman alanları yaklaşık %9 ve %15 oranında azalmaktadır. Bu oran çok yüksek ve yüksek insani gelişmeye sahip ülkelerle karşılaştırıldığında oldukça fazladır.

ÇEVRESEL BOZULMANIN ÇOCUK HAKLARINA ETKİSİ

Çocuklar dünya nüfusunun yaklaşık üçte birini temsil etmektedir ve hakları Çocuk Hakları Sözleşmesi ile korunmaktadır. Bu haklar diğer insan hakları gibi evrensel, devredilemez ve doğuştan gelen haklardır; bölünmez ve birbirine bağlıdır (UNICEF, 2013).

Birleşmiş Milletler Çocuk Haklarına Dair Sözleşme'de çocuk refahı için çevre konusundaki koşullara ve önlemlere değinilmiştir ve çocukların bu Sözleşmede belirtilen haklarının bir çoğu çevresel bozulma nedeniyle tehdit altındadır (Birleşmiş Milletler Çocuk Hakları Sözleşmesi, 1989). İklim değişikliği odağında çocuk hakları ve çevre hakkında 26 No'lu Genel Yorum, Birleşmiş Milletler Çocuk Hakları Komitesi tarafından doksan üçüncü oturumda kabul edilmiştir. Söz konusu belgede; doğal kaynakların sürdürülebilir olmayan şekilde kullanılmasının iklim değişikliğini artırdığı ve bununla birlikte ekosistemlerin yok edildiği vurgulanmış ve bu durumun da dünya çapında çocuk haklarına yönelik acil bir tehdit olduğu belirtilmiştir. Raporda ayrıca; çevresel bozulmanın çocuk hakları üzerindeki olumsuz etkisine yönelik acil önlem alınması amaçlanmıştır (Birleşmiş Milletler Çocuk Hakları Komitesi, 2023).

Çevresel kirlilik ve kaynakların tükenmesi; yoksulluk ve yetersiz beslenmenin altında yatan sebepler arasında yer almakta ve en şiddetli olarak çocuklar üzerinde, özellikle de ekolojik olarak savunmasız alanlarda görülmektedir (UNICEF, 2012).

Dünya Sağlık Örgütü Çocuk Sağlığı ve Çevre için Küresel Eylem Planı'nda da (2010-2015) belirtildiği üzere; içme suyu, besleyici gıda, temiz hava ve barınma alanı gibi ekosistem hizmetlerinin eksikliği beş yaşın altındaki çocukların ölüm nedenlerini önde gelenlerden biridir (DSÖ, 2009). Diyare ve sıtma vakalarının yüzde 80 ila 90'ı çevresel koşullarla ilgilidir, özellikle, kirli su ve yetersiz sanitasyon beş yaşından küçük yaklaşık 1 milyon çocuğun ölümüne yol açmıştır (Birleşmiş Milletler İnsan Hakları Yüksek Komiserliği, 2016). Sera gazları nedeniyle değişen iklim şartları da çocukların mevcut gelişim zorluklarını şiddetlendirmektedir ve uzmanlar, çocukların felaketlerden ve iklim değişikliklerinden en çok etkilenenler arasında olduğunu işaret etmektedir (UNICEF, 2013). İklim değişikliği çocukların haklarını tehlikeye atarsa Çocuk Hakları Sözleşmesi kapsamında eyleme geçilmesine ihtiyaç vardır (Arts, 2017).

Dünya Sağlık Örgütüne göre, çevresel etkenlerin %80'i çocukları olumsuz etkilemektedir (Birleşmiş Milletler İnsan

Hakları Yüksek Komiserliği, 2016). Gelişmekte olan organları ve bağışıklık sistemleri ve daha küçük bedenleri ve solunum yolları nedeniyle çocuklar hava kirliliği ve su kirliliğine karşı savunmasızdır. 2010 yılında yapılan geniş ölçekli bir çalışma da bunu doğrulamış ve şehrin kirli hava bölgelerinde yaşayan çocukların normalden % 10 daha az akciğer kapasitesine sahip olduğunu ortaya koymuştur (DSÖ, 2017; BBC, 2016; Kid's Rights Report, 2016). Dünyada her yıl: "Beş yaşın altındaki üç milyon çocuk, çevre ile ilgili hastalıklar nedeniyle ölmekte; akut solunum yolu enfeksiyonları, yılda beş yaşın altındaki 1,6 milyon çocuğu öldürmektedir" (Kid's Rights Foundation, 2016).

SONUÇ VE ÖNERİLER

Çevre-kalkınma-haklar ilişkisi sorgulanmalıdır, hem teori hem de uygulamada antroposentrik bakış açısı yerine ekosentrik bakış açısı getirilmelidir (Arts, 2017).

Tüm paydaşların ihtiyaçlarını göz önünde bulunduran yeni ekonomik paradigmalar geliştirilmedir (Dominelli, 2018).

Erken çocukluk eğitimine ve yaşam boyu eğitime yatırım yapılmalıdır. Eğitim müfredatlarında mutlaka doğa, çevre, ekoloji, ekolojik adalet vb. konular yer almalıdır.

Dünyadaki 2.2 milyar çocuktan 1 milyarı, her iki çocuktan biri yoksuldur. 2030'da % 50 daha fazla gıdaya, % 40 daha fazla enerjiye, % 30 daha fazla suya ihtiyaç olacaktır. Ancak iklim değişiklikleri, bu talebin karşılanmasını çok zora sokacaktır (Yıldız, 2010; aktaran: Gökırmaklı ve Bayram, 2018). Bu kapsamda yapısal eşitsizlikler olan yoksulluk ve iklim değişikliğinin acilen çözülmesi ve sosyal adalet ve ekolojik adaletin sağlanması gereklidir (Dominelli, 2018).

Yaşamakta olduğumuz sosyal-ekolojik kriz sürdürülebilir bir topluma geçişi zorunlu kılmaktadır ve bu süreçte sosyal hizmet bilim ve mesleğinin de harekete geçmesi gerekmektedir. İnsan hakları ve sosyal adalet temeline dayalı sosyal hizmet bilim ve mesleği, sosyal sorunları sosyal, ekolojik ve ekonomik boyutları ile bütüncül bir biçimde ele almalı ve temiz çevrede yaşama hakkı ve ekolojik adaletin sağlanması için toplumsal değişmeye katkı sunmalıdır. (Peeters, 2012).

KAYNAKÇA

Arts, K. (2017) Inclusive Sustainable Development: a human rights perspective. *Current Opinion in Environmental Sustainability* 24, 58-62

BBC (2016) https://www.bbc.com/news/av/health-39175410/who-chief-air-pollution-link-to-600000-deaths-in-children

Birleşmiş Milletler Çocuk Hakları Sözleşmesi (1989)

https://www.ohchr.org/en/professionalinterest/pages/crc.aspx

Birleşmiş Milletler Çocuk Hakları Komitesi (2023) İklim değişikliği odağında çocuk hakları ve çevre hakkında 26 No'lu Genel Yorum https://childrightsenvironment.org/

Birleşmiş Milletler İnsan Hakları Yüksek Komiserliği (2016) CRC Report of the 2016 Day of General Discussion-Children's Rights and the Environment

Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı http://hdr.undp.org/en/composite/Dashboard4

Birleşmiş Milletler Türkiye, https://turkiye.un.org/tr/sdgs

Dominelli, L. (2018). *Yeşil Sosyal Hizmet Çevre Krizlerinden Çevresel Adalete*, Nika Yayınevi

Dünya Sağlık Örgütü (2009) Global Action Plan on Child Health and Environment (2010-2015) http://www.who.int/ceh/global_plan/en/

Dünya Sağlık Örgütü (2017). http://www.who.int/news-room/detail/06-03-2017-the-cost-of-a-polluted-environment-1-7-million-child-deaths-a-year-says-who

Gökırmaklı, Ç., Bayram, M., (2018) Gıda İçin Gelecek Öngörüleri: Yıl 2050 *Akademik Gıda* 16 (3) 351-360, doi: 10.24323/akademik-gida.475396

Harris,J.M. (2000). Basic Principles of Sustainable Development. (çev. Özmete, E.) Global Development and Environment Institute Working Paper:00-04, Tufts University, USA.

Kid's Rights Foundation (2016) Kid's Rights Report, Children's Rights and Environmental Protection,Leiden University, Netherlands.

Peeters J. (2012) Sustainable Development: A Mission for Social Work? A Normative Approach. *Journal of Social Intervention: Theory and Practice* –21(2). 5–22

UNICEF (2012) Environmental Sustainability.

http://unicefinemergencies.com/downloads/eresource/docs/Environmenta%20Sustainability_PPPM.pdf

UNICEF (2013) A post 2015 World fit for Children, Sustainable Development Starts and Ends with Safe, Healthy and Well Educated Children.

https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/3372SD_children_FINAL.pdf

AR-GE MERKEZLERİ VE SOSYAL İNOVASYON ARASINDAKİ ETKİLEŞİM

Dr. Banu (Sarıkaya) Özkeser
Koluman Otomotiv Endüstri A.Ş., Mersin, Türkiye, banu.ozkeser@koluman.com

ÖZET

Sosyal inovasyon ve Ar-Ge merkezleri (Araştırma ve Geliştirme Merkezleri) kendi alanlarında son yıllarda üzerinde yoğun olarak çalışılan konulardır. İnovasyon (diğer bir deyişle yenileşim), sistemli olarak kurgulanırsa her sektörde minör ve majör düzeyde etkili sonuçlar doğurabilen bir olgudur ve farklı türleri mevcuttur. Bu türlerden biri olan sosyal inovasyon ise sosyal bir sorunun önceki yöntemlerden daha etkili, verimli, sürdürülebilir ve özgün şekilde çözümü olarak önemini arttırmaktadır. Yeryüzünde sürdürülebilir bir yaşam sağlamak adına geliştirilen projelerle, var olan toplumsal, ekonomik ve çevresel sorunlara yenilikçi çözümler üretme ve bunları hayata geçirme faaliyeti olarak öne çıkan sosyal inovasyon ile etkileşimde bulunan çok sayıda kavram vardır. Bu kavramlardan birisi de ülkenin gelişmişlik düzeyine yönelik kriterleri içeren Ar-Ge merkezleridir. Ar-Ge Merkezleri, faaliyetler ile yeni teknolojileri başlatan ve yaygınlaştıran kamu ve özel sektördeki kuruluşların bir ağı olarak özellikle gelişen ekonomiler için ayrı bir öneme sahiptir. Doğası gereği içinde bulunduğu firmaların lokomotifi görevinde bulunan Ar-Ge merkezleri, T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından belirlenen sınırlar ve beklentiler çerçevesinde her geçen gün daha da gelişmektedir. Sosyal inovasyon ve Ar-Ge merkezleri, gelişen ülkelerin gelişmiş ülke grubuna girebilmeleri için üzerinde önemle durmaları gereken hususları kapsamaktadır. Bu çalışmanın amacı, sosyal inovasyon ve Ar-Ge merkezlerinin dolaylı ya da dolaysız etkileşimleri fark etmeksizin aynı doğrultuda ilerlediğinin ve birbirini önemli ölçüde beslediğinin belirtilmesidir. Web of Science (WoS) veri tabanından çeşitli kriterlere göre belirlenen SSCI endeksli 70 bilimsel makale metin madenciliği yöntemi ile betimsel içerik analizi uygulanarak incelenmiştir. Sonuç olarak Ar-Ge merkezlerinin fonksiyonel olarak kalkınması iş birliği, etkileşim ve yenilikçi bir kültürü de beraberinde getirdiği için sosyal sorunların eliminasyonu da farklı yaklaşımlarla sağlanacaktır.

Anahtar Kelimeler: İnovasyon, sosyal İnovasyon, ar-ge merkezi, metin madenciliği

INTERACTION BETWEEN R&D CENTERS AND SOCIAL INNOVATION

Dr. Banu (Sarıkaya) Özkeser
Koluman Otomotiv Endüstri A.Ş., Mersin, Türkiye, banu.ozkeser@koluman.com

ABSTRACT

Social innovation and R&D centers (Research and Development Centers) are subjects that have been intensively studied in their specific fields in recent years. Innovation (in other wordsnewness/ freshness) is a phenomenon that can produce effective results at minor and major levels in every sector if it is designed systematically and there are different types. Social innovation, one of these types, increases its importance as a solution to a social problem in a more effective, efficient, sustainable and original way than previous methods. There are many concepts that interact with social innovation, which stands out as the activity of producing and implementing innovative solutions to existing social, economic and environmental problems with projects developed to ensure a sustainable life on earth. One of these concepts is R&D centers, which include criteria for the country's development level. R&D Centers have a special importance, especially for developing economies, as a network of organizations in the public and private sectors that initiate and disseminate new technologies through activities. R&D centers, which by their nature act as the locomotive of the companies they operate in, are developing day by day within the limits and expectations set by the Ministry of Industry and Technology. Social innovation and R&D centers cover the issues that developing countries need to focus on in order to be included in the developed country group. The aim of this study is to state that social innovation and R&D centers progress in the same direction and feed each other to a significant extent, regardless of their direct or indirect interactions. 70 SSCI-indexed scientific articles, determined according to various criteria from the Web of Science (WoS) database, were examined by applying descriptive content analysis with the text mining method. As a result, since the functional development of R&D centers brings with it cooperation, interaction and an innovative culture, the elimination of social problems will be achieved with different approaches.

Key words: Innovation, social innovation, R&D Center, text mining

GİRİŞ

Teknolojinin ilerlemesi ile eş zamanlı değişen yaşam koşullarına uyum sağlamak, gelişmiş ve gelişmekte olan tüm ülke ekonomileri için kaçınılmaz hale gelmiştir. Dolayısıyla değişen koşullara uygun ilerlemek için birtakım yetenekleri geliştirmek gerekmektedir. Bu yetenekler ise sadece sistematik bir yapı ve stratejik plan doğrultusunda gelişim gösterebilir. Diğer bir deyişle firma dinamiklerine uygun koşulları oluşturarak geleceğe uzanmak büyük öneme sahiptir. “Geleceği tahmin etmenin en iyi yolu, onu inşa etmektir” diyen Abraham Lincoln de özgün bir altyapı oluşturmanın önemini vurgulamıştır. Bu cümleden de anlaşılabileceği gibi geleceği, dünya beklentileri doğrultusunda şekillendiren en önemli araçlardan biri olan inovasyon ile firmaların varlığını sürdürmesi ve rakiplerini geride bırakması mümkün olacaktır. Kökeni latincede “innovatus” kelimesinden gelen inovasyon diğer bir deyişle yenileşim veya değişim anlamına gelir (Elçi, 2006). Sürdürülebilir olarak rekabeti sağlayabilmek adına inovasyonun firma içinde yaygınlaştırılması ve sistemli şekilde yürütülmesi beklenmektedir. Özellikle organizasyonel iklim açısından inovasyona direnç yerine yeniliklerin kabul görüp hızla uygulanması da hiç şüphesiz ivme kazandıracaktır.

Firmaların özellikle toplumsal kalkınmaya olan pozitif etkisi diğer deyişle toplumsal ve çevresel kalkınma için sağladığı fayda da marka değerinin artmasına katkı sağlamaktadır. Ekolojik ve(ya) toplumsal sorunların çözümü için

projeler geliştirilmesi neticesinde ise hayat standartlarının hızlı bir şekilde yükseldiği gözlemlenebilir. Sosyal inovasyon olarak nitelendirilen sosyal bir ihtiyacın alternatiflerine göre daha yenilikçi bir yöntemle çözülmesi faaliyetleri ile toplumların ve özellikle gelişmekte olan ekonomilerin ilerlemesi ve halkın hayat standartlarının yükselmesi önem arz etmektedir (Mulgan, 2006). Bu nedenle ses getiren inovasyon projeleri ve teknolojik dönüşümü hedefleyen firmalar ile yöneticiler için sosyal inovasyon tetikleyici bir kavram olarak kabul edilmiştir (Foroudi et al., 2021). Sürdürülebilir bir yaşam için inovasyon kavramı sistematik yaklaşımla ele alınıp uygulanırsa, toplumsal problemlere hızlı çözüm önerileri sunmak da kolaylaşacaktır. Bu bağlamda inovasyona sistematik bakış açısını kazandırabilen ve yaygınlaşmasına olanak veren Ar-Ge merkezlerinde sosyal inovasyon projelerinin gerçekleşmesi, ekonomik kalkınma ve toplumsal refah için önemli itici bir güçtür.

Sosyal inovasyon ve Ar-Ge merkezleri anahtar kelimelerinden oluşan literatür daha çok gelişmiş ekonomiler etrafında şekillenmiş olup özellikle son yıllarda kendi alanlarındaki popüler konulardandır. Ar-Ge merkezlerinin doğası gereği yenilik ihtiva eden projelerin gerçekleşmesi beklenirken, bu beklentiye ek olarak sosyal gelişime katkı sağlayacak olması çalışmanın önemini daha da vurgulamaktadır. Zira, bu şekilde gerçekleşen proje çalışmaları neticesinde elde edilen çıktı; hem ülkenin gelişmişlik düzeyine etki eden Ar-Ge merkezleri açısından hem de bölgesel ve(ya) sosyal kalkınma boyutunda fayda yaratmaktadır.

Bu çalışmanın amacı, sosyal inovasyon ve Ar-Ge merkezleri kavramlarını gelişmekte olan ekonomik düzey içinde incelemek ve sosyal inovasyon ile Ar-Ge merkezlerinin direk veya indirek farketmeksizin senkron yürüdüğünü ve birbirini önemli ölçüde beslediğini belirtmektir.

Çalışmada, ilk bölümde Ar-Ge merkezleri ile sosyal inovasyonun tanımları ve ilgili kavramlar yer almaktadır. İkinci bölümde metodoloji ve bulgulara yer verilmiştir. Web of Science (WoS) veri tabanından belli anahtar kelimelere göre gruplanan SSCI endeksli 70 bilimsel makale metin madenciliği yöntemi uygulanarak incelenmiştir. Üçüncü bölüm ise sonuçlar ve öneriler çatısında sunulmuştur. Ar-Ge merkezlerinin yapısı içinde sosyal inovasyonla etkileşimi sonucu yenilikçi bir kültürün de beraberinde gelişmesi dolayısıyla sosyal sorunların eliminasyonu da farklı yaklaşımlarla sağlanmaktadır. Bu sinerji aynı zamanda sosyal inovasyon ve Ar-Ge merkezleri ile ilgili politikaların şekillenmesine katkıda bulunmaktadır.

Literatürde sosyal inovasyon ve Ar-Ge merkezlerinin birlikte gelişebileceğini gösteren böyle bir çalışmaya henüz rastlanmamıştır. Dolayısıyla bu bilimsel çalışmanın ilgili alandaki eksikliği gidermesi beklenmektedir. Literatür incelemesinde mevcut çalışmalar inovasyon ile sarmal yapıda olan çeşitli kavramların olduğunu da göstermektedir. İnovasyonun; icat (buluş), yenilik, teknoloji yönetimi, girişimcilik, sınai haklar, Ar-Ge, tasarım, patent, ticarileşme, lisanslama gibi kavramlarla bir arada olduğu görülmektedir. Aslında bu kavramlar inovasyonun doğasını nitelendirmektedir. Dolayısıyla inovasyonla ilgili çalışmalar yapılırken göz önünde bulundurulması gereken olgulardır (Edwards-Schachter, 2018). İnovasyonun günümüz dünyasında en fazla karıştırıldığı kavramlardan birisi de "icat"tır. Türk Dil Kurumuna göre icat ya da eş anlamlı ifadesi ile buluş hali hazırdaki bilgiden fayda sağlayarak daha öncesinden bilinmeyen yeni bir bulguya ulaşma veya yöntem geliştirmeyi ifade etmektedir (Web 1, 2022). Başka deyişle, icat ile daha önceden mevcutta olmayan bir olgu meydana gelir. İcat, yeni ya da iyileştirilmiş bir ürünün/sürecin Ar-Ge faaliyetleri neticesinde meydana gelmesidir. Bu ürün veya süreçlerin yaşam koşullarını

etkilemeye başladığı zamanda ise inovasyonun ortaya çıkmasından söz edilebilir (Stewart and Fenn, 2006).

Schumpeter'den bu yana inovasyon kavramı, teknolojik çalışmalar, sosyal gelişim, toplumsal refah ve yönetim gibi farklı temalarda ayrı ilerlemiştir (Cajaiba-Santana, 2014) ve bu şekilde inovasyonun değişik türleri de ortaya çıkmıştır. Bu çerçevede toplumun yaşam standartlarını iyileştirmenin yollarını cevaplamak için tartışılan inovasyon türü ise sosyal inovasyondur (Pol and Ville, 2009).

Sosyal inovasyon, ekonomi literatüründe ve inovasyon yaklaşımında sadece teknolojinin ön planda tutulmasının toplumsal problemlerin çözülmesinde yeterli olmamasından doğmuştur (Caulier-Grice et al., 2012). Sosyal inovasyon; toplumsal gelişim amacıyla sosyal bir gereksinimi gidermek için gerçekleşen, öncelikli amacı sosyal gelişimi ve yaygınlaşmayı sağlayan inovatif etkinliklerdir (Web 2, 2007). Sosyal inovasyon, farklı tanımlansa da ortak vurgu sosyal ihtiyaçların karşılanması ya da sosyal bir soruna inovatif bir çözüm getirilmesidir. Başka bir deyişle, sosyal inovasyon hem toplum için fayda oluşturur hem de toplumun hareket kabiliyetini arttırır (Caulier-Grice et al., 2012).

Bölgesel ve toplumsal gelişime katkı sunan önemli bir aktör de Ar-Ge merkezleridir. İş birliği ile yenilikçi bir kültürü de birlikte getirdiği için sosyal problemlerin eliminasyonuna özgün ve farklı yaklaşımlar sağlayan Ar-Ge merkezleri, Türkiyede yenilik ekosisteminin geliştirilmesinde önemli araçlardan birisidir. Türkiyede bulunan sermaye şirketlerinin içerisinde fiziki giriş çıkış kontrolleri yapılan ayrı bir birim şeklinde organize edilmiş olan bir takım kamu teşvik ve muafiyetlerle desteklenmiş bu birimler, gerçekleştirdikleri Ar-Ge faaliyetleriyle mikro düzeyde firma için kârlılık artışının, makro düzeyde ise ihtiyaç duyulan inovatif dönüşümün sağlanmasına katkıda bulunmaktadırlar. Bu açıdan bakılırsa, Ar-Ge Merkezlerinde geliştirilen ürün ve hizmetler bir taraftan firmaya faydaya sağlarken diğer taraftan da ülkemize katkı sağlamaktadır (MARKA, 2016). Maliye Bakanlığı tarafından hazırlanan ve Resmi Gazetede 12 Mart 2008 tarihinde yayımlanan 5746 Sayılı "Araştırma ve Geliştirme Faaliyetlerinin Desteklenmesi Hakkında Kanun" 1 Nisan 2008 tarihinde yürürlüğe girmiştir. Kanunun Uygulama ve Denetim Yönetmeliği ise Resmi Gazetede 31 Temmuz 2008 tarihinde yayımlanmıştır. 30.09.2016 itibariyle de kanuna tasarım merkezleri eklenmiştir.

5746 Sayılı Kanunun Ar-Ge Merkezi Belgesi kapsamında sağlanan teşvik ve muafiyetler, ülkemizde özel sektörün Ar-Ge alt yapısının oluşması bakımından önem arz etmektedir (BSTB, 2015). Ar-Ge Merkezleri belgeyi aldıkları tarihten itibaren destek, teşvik ve muafiyetlerden yararlanır. Yararlanılan Ar-Ge destekleri; Ar-Ge indirimi, Gelir vergisi stopajı teşviği, sigorta primi işveren payı desteği, damga vergisi istisnası, gümrük vergisi istisnası ve temel bilimler alanlarından mezun personel için sağlanan ek destektir. Bu teşviklerden faydanalabilmek için de merkezlerin bazı zaruriyetleri yerine getirmesi şarttır. Bu zorunluluklardan birisi de Ar-Ge merkezi projeleridir.

İçinde yenilik vasfı yer alan Ar-Ge merkezi projeleri, proje içeriği, sahip olduğu insan kaynağının niteliği, sağlanan fiziksel olanaklar ve sunulan mali imkânlar bakımından diğer birimlerin faaliyetlerinden farklılaşmaktadır. Dolayısıyla bu merkezler firmaların üst yönetim beklentilerini en yüksek seviyede karşılama hedefiyle çalışmalar yürütmektedir (Barutçugil, 2009:25). Gelişmekte olan ekonomilerin tek özelliği gelir seviyeleri değildir. Birçoğu, yüksek katma değerli çıktılar üretebilen ve aynı zamanda global ticaret bütünleşmesine katılım gösterebilen ve

istikrar sergileyen ekonomilerdir (Casadella, 2018). Gelişmekte olan ekonomilerde gelirin de harcandığı alanlara yönelik kaçınılmaz olarak daha az bütçe ayrılabilmektedir. Dolayısıyla tatmin edici düzeyde kaynak ayrılamayan sosyal problemlerin çözümünü sadece kamudan beklemek yeterli olmayacaktır. Bu yüzden sosyal inovasyona ilişkin sorunların çözümünde Ar-Ge merkezleri yenilik içerikli proje yaklaşımları ve işbirlikçi yapısıyla gelişen ekonomiler için büyük öneme sahiptir (Phillips et al., 2015).

Genel bir ifadeyle, amacı ticari değer taşıyan yenilik içerikli bir ürün/süreç üretmek olan Ar-Ge merkezlerinde bilgi, yeniliğin yaratılması, yayılması ve kullanılmasında vazgeçilmez bir kaynaktır. Dolayısıyla Ar-Ge merkezlerinde bilgiyi üreten ve bilgiyi kullanan ekipler arasındaki ilişki önemli bir yere sahiptir. Bu bağlamda Ar-Ge organizasyonu, belirli bir coğrafi alan içinde, yenilikleri destekleyecek bilginin üretilmesi ve yayılmasına yönelik faaliyetlere kaynak tahsis etmek amacıyla etkileşimde bulunan ticari organizasyonlar kümesi olarak tanımlanabilir (Buesa et al., 2006).

Özetle; belli seviye üstü yetkinliklere ve altyapıya sahip Ar-Ge merkezleri ile toplumsal sorunların çözümlerine önemli etki eden sosyal inovasyon projeleri, ülkelerin gelişmişlik düzeyinde ciddi paya sahiptir. Bu çalışmadaki amaç da Ar-Ge merkezleri ve sosyal inovasyon arasındaki etkileşimin aynı doğrultuda ilerlediğini ve birbirini besleyen iki argüman olduğunu vurgulamaktır.

YÖNTEM

Bu çalışmada Web of Science (WoS) veri tabanından çeşitli kriterler/anahtar kelimeler dikkate alınarak belirlenen SSCI indeksli 70 bilimsel makale metin madenciliği yöntemi ile betimsel içerik analizi uygulanarak incelenmiştir. Bilimsel makaleyi veri kaynağı olarak kabul ederek uygulanan metin madenciliği yönteminde her bir bilimsel yayının ana temaları veya konuları açıklanır. Metin verilerini düzenlemede en çok kullanılan yöntemlerden birisidir. Metin üzerinden yapısallaştırılmış veri elde etmeyi amaçlar. Örneğin, metinlerin sınıflandırılması, bölümlenmesi, metinlerden konu çıkarılması gibi çalışmaları hedefler.

Bu araştırma modeli olarak seçilen metin madenciliği sonrasında, Web of Science (WoS) veri tabanındaki SSCI endeksli dergilerden seçilen 70 bilimsel yayın örneklemi oluşturmaktadır.

BULGULAR

Sosyal inovasyon ve Ar-Ge merkezleri ile ilgili SSCI indeksinde gerçekleştirilen tarama sonucunda belirlenen kriterlere göre tespit edilen 70 bilimsel makale yayınlandıkları akademik dergilere, yıllara, araştırma konularına ve türlerine göre incelenmiştir. Tablo 1'de gösterildiği üzere arama yapılırken SSCI indeksli dergiler söz konusu olduğu için ingilizce terimlerle arama yapılmıştır.

Tablo 1. Bilimsel Yayın Arama Terimleri

Web of Science'da kullanılan arama terimleri	Makale sayısı	Nihai sayı
Social innovation (and) developing countries	25	20
Social innovation (and) emerging economies	7	6
Social innovation (and) reseach and development	36	30

Research and Development (and) emerging economies	14	10
National systems of innovation (and) developing countries	5	3
National systems of innovation (and) emerging economies	3	1
	90	70

Bu çalışmada yapılan analizde ele alınacak makalelerin belirlenmesinde Web of Science veri tabanı üzerinden gerçekleştirilen taramada; makalelerin başlığında, özetinde ve anahtar kelimeler kısmında arama yapılmıştır. Ele alan makalelerin yayımlandıkları yıllar bazındaki dağılımı Tablo 2'de gösterilmiştir.

Tablo 2. Bilimsel Yayınların Yayın Yılına Göre Dağılımı

Yayın yılı	Yayınlanan Makale Sayısı		Yayın sayısı
	Ar-Ge	Sosyal İnovasyon	
2022	3	2	5
2021	2	9	11
2020	3	6	9
2019	7	2	9
2018	5	1	6
2017	4	5	9
2016	4	1	5
2015	3	0	3
2014	3	1	4
2013	3	0	3
2012	2	0	2
2011	1	0	1
2010	3	0	3

Dergilerin çok çeşitli ve sayısının ise makale sayısı göz önünde bulundurulduğunda fazla olması literatür araştırması sonucunda sosyal inovasyonun toplumsal yaşamın iyileştirilebileceği herhangi bir alanda gerçekleştirilebileceğindendir. Dergilerin çeşitliliği bu durumu ispatlamaktadır.

Tablo 3. Makalelerin Yayınlandıkları Dergiler (Sosyal İnovasyon)

Makalelerin Yayınlandıkları Dergiler (Sosyal İnovasyon)	Makale Sayısı
Innovation-The Eruropean Journal of Social Science Research	3
Technology in Society	2
Technovation	2
Technological Forecasting and Social Change	3
Systemic Practice and Action Research	2
Sustainability	4
Journal of Knowledge Management	2
Science, Technology and Society	2
Innovation-The European Journal of Social Science Research	3

Journal of Business Ethics	3
Information Technology for Development	3
Journal of Strategic Information Systems	3
Industrial Marketing Management	4

Tablo 4. Makalelerin Yayınlandıkları Dergiler (Ar-Ge Merkezi)

Makalelerin Yayınlandıkları Dergiler (Ar-Ge Merkezi)	Makale Sayısı
European Journal of Development	5
Journal of Global Information Technology Management	4
Progress in Development Studies	3
Research Evaluation	2
Science, Technology and Society	6
Journal of Global Information Technology Management	4
Journal of International Trade and Economic Development	2
Research Policy	1
Strategic Entrepreneurship Journal	3
Journal of Technology Transfer	4

Tablo 5. Makalelerin Araştırma Alanları

Business, Economics
Business, Ethics
Business, Management
Development Studies; Economics
Economics; Management
Economics; Public Administration
Engineering, Industrial, Management
Green and Sustainable Science and Technology
Information Science and Library Science

Araştırma alanları arasında "Multidisciplinary", Interdisciplinary Applications" gibi alanlar ve alanların çeşitliliği, sosyal inovasyon ve Ar-Ge'nin disiplinlerarası yapılarını doğrulamaktadır.

TARTIŞMA VE SONUÇ

İnovasyon, fikirlerden pazara giden yolculukta bilginin ekonomik ve sosyal faydaya dönüştürülmesidir. Yoğun olarak teknik alanda gerçekleştiği için teknolojik inovasyon literatürde yaygın olarak yer almaktadır. Ancak kimi zaman teknolojik inovasyon tek başına yeterli olmamakta ve hatta teknolojik inovasyonun oluşması başka alanlarda inovasyon gerçekleştirilmesini de gerektirebilmektedir.

İnovasyon çalışmalarında her şeyin birbiriyle bağlantılı olduğu ve multidisipliner düşünme tarzının gerekli olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Dolayısıyla özellikle gelişen ekonomilerde, kaynak ayrılamamış toplumsal problemler için

yeni ve sürdürülebilir çözümler getirme amacında olduğundan ayrı bir öneme sahiptir. Ar-Ge merkezleri ise maddî amaçlara hizmet eden, kapsamı daha geniş, gelişen ekonomiler için sosyal inovasyon gibi önemli bir yere sahip olan bir olgudur. Ar-Ge merkezleri de sosyal inovasyon gibi etkileşimi ve işbirliğini gerektirmektedir. Amacı yeniliğin oluşmasını sağlayacak bir organizasyon yaratmak olan Ar-Ge merkezlerinde sosyal sorunlara yenilikçi ve kalıcı çözümler getirmek olan sosyal inovasyonu da kapsayacak şekilde de tasarlanabilir.

Bu şekilde sosyal inovasyon da daha sistematik olarak toplumsal sorunların çözülmesinde aktif bir oyuncu olarak yer alacaktır. Sosyal sorunlar ortadan kalktığı için diğer alanlarda yenilik oluşturmak amacıyla daha fazla imkan bulunabilecektir.

ÖNERİLER

Bu çalışma neticesinde, gelişen ekonomilerde hem sosyal inovasyonun gelişmesi hem de Ar-Ge merkezinin daha verimli bir şekilde çalışabilmesi için işbirliği geliştirilmesi sonucuna ulaşılmıştır. İncelenen bilimsel yayınlarda, sosyal inovasyon için de Ar-Ge için de etkileşimli stratejilerin önemi vurgulanmaktadır.

Gelecek çalışmalarda sosyal inovasyon ile Ar-Ge merkezinin doğasında olması gereken alt unsurlar da ayrı ayrı incelenebilir. Örneğin üniversite-sanayi işbirlikleri açısından sosyal inovasyonu geliştirebilecek proje altyapısının hazırlanması ya da sınai haklar alanındaki gelişimlerin sosyal inovasyon bazında ilişkilendirilmesi farklı konu başlıkları olabilir.

KAYNAKÇA

Barutçugil, İ. (2009). Ar-Ge Yönetimi, İstanbul: Kariyer Yayınları.

Buesa M., Heijs J., Ramirez Pellitero M., Baumert T., (2006), "Regional systems of innovation and the knowledge production function: The Spanish case", Technovation, 26, 463-472.

Cajaiba-Santana G., (2014), "Social innovation: Moving the field forward. A conceptual framework", Technological Forecasting and Social Change, 82, 42-51.

Caulier-Grice J., Davies A., Patrick R., Norman W., (2012), "Defining social innovation", A deliverable of the project: "The theoretical, empirical and policy foundations for building social innovation in Europe" (TEPSIE), European Commission–7th Framework Programme, Brussels: European Commission, DG Research, 22.

Casadella V., (2018), "Innovation Systems in Emerging Economies: MINT (Mexico, Indonesia, Nigeria, Turkey)", 1th Edition, John Wiley & Sons

Doğu Marmara Kalkınma Ajansı (MARKA). (2016). Doğu Marmara Bölgesi Özel Sektör

Ar-Ge Merkezleri Genel Görünüm Raporu, Kocaeli.

Edwards-Schachter M., Wallace M. L., (2017), "Shaken, but not stirred: Sixty years of defining social innovation", Technological Forecasting and Social Change, 119, 64-79.

Edwards-Schachter M., (2018), "The nature and variety of innovation", International Journal of Innovation Studies, 2 (2), 65-79.

Elçi Ş., (2006), "İnovasyon: Kalkınma ve Rekabetin Anahtarı", 7. Baskı, Nova Basın Yayın.

Foroudi P., Akarsu T. N., Marvi R., Balakrishnan J., (2021), "Intellectual evolution of social innovation: A

bibliometric analysis and avenues for future research trends", Industrial Marketing Management, 93, 446-465.

Mulgan G., (2006), "The process of social innovation", Innovations: Technology, Governance, Globalization, 1 (2), 145–162.

Phillips W., Lee H., Ghobadian A., O'Regan N., James P., (2015), "Social innovation and social entrepreneurship: a systematic review", Group and Organization Management, 40 (3), 428-461.

Pol E., Ville S., (2009), "Social innovation: Buzz word or enduring term?", The Journal of Socio-Economics, 38 (6), 878-885.

Seker, S. E., Mert, C., Al-Naami, K., Ozalp, N., & Ayan, U. (2013). Correlation between the economy news and stock market in Turkey. International Journal of Business Intelligence Research (IJBIR), 4(4), 1-21.

Stewart I., Fenn P., (2006), "Strategy: the motivation for innovation", Construction Innovation, 6 (3), 173-185.

Web 1, (2022), https://sozluk.gov.tr/, (Erişim Tarihi: 15/04/2022).

Web 2, (2007), "Social Innovation: What it is, why it matters, how it can be accelerated", http://www.youngfoundation.org/node/460, (Erişim tarihi: 14/04/2022).

MATEMATİK ÖĞRETMEN ADAYLARININ ÖĞRETİMİ PLANLAMAYA YÖNELİK GÖRÜŞLERİNİN DERS PLANLARI ÇERÇEVESİNDE İNCELENMESİ

Mevhibe KOBAK DEMİR
Dr. Öğr. Üyesi, Balıkesir Üniversitesi/Necatibey Eğitim Fakültesi, Balıkesir, Türkiye, mevhibekobak@balikesir.edu.tr

ÖZET

Bu çalışmanın amacı, matematik öğretmen adaylarının öğretimi planlamaya yönelik görüşlerinin hazırladıkları ders planları çerçevesinde incelenmesidir. Nitel bir yaklaşımla hazırlanan çalışmada durum çalışması benimsenmiştir. Çalışmanın katılımcılarını 27 üçüncü sınıf ve 23 dördüncü sınıfta öğrenim gören toplam 50 matematik öğretmen adayı oluşturmaktadır. Çalışmada veriler araştırmacı tarafından geliştirilen 6 soruluk görüş formu aracılığı ile yazılı olarak toplanmıştır. Elde edilen veriler içerik analizi ile yorumlanıp değerlendirilmiştir. Elde edilen sonuçlar, öğretmen adaylarının ders planlarını daha fazla soru ile destekleyememesi, ders planlarını etkili uygulayamama, kişisel özelliklerden kaynaklı olarak zamanı etkili planlayamama ve teknoloji becerilerindeki eksiklikler konularında yetersiz hissettiklerini ve ders planlarının içeriği açısından özgün olma, girme basamağında ilgi çekme amacıyla günlük hayattan sorularla desteklemekte, öğretim yöntem/tekniği belirleme, bilgiyi keşfettirmeye yönelik soruları oluşturma ve teknolojiyi ders planlarına entegre etme açısından güçlük yaşadıklarını göstermektedir. Çalışmanın sonuçlarından; ders planlarını uygularken derse hazırlıklı gelmeyi ihmal ettikleri için materyal kullanımında aksilikler olduğu, öğretmen adayının heyecan ve gerginliğinden kaynaklı aksaklıkların yanı sıra bu aşamada konunun anlaşılmasında problem çözmenin önemini kavradıkları da görülmektedir. Öğretmen adaylarına uygulama aşamasında verilen dönütlerin; etkinliklerin kazanımlara uygunluğunu arttırırken, 5E modeline uygunluğu açısından eksiklerini görmelerine imkan tanıdığı, öğrenci düzeyine uygun hale getirdiği, ders planlarında günlük hayatla ilgili sorulardaki eksiklikleri görmesini sağladığı, materyal kullanımının önemini fark ettiği ve ileride hazırlayacağı farklı ders planları için öğretmen adaylarına fikir verdiği de çalışmada ulaşılan diğer sonuçlardır. Çalışmanın sonunda, öğretimi etkili bir şekilde planlayabilme açısından geleceğin öğretmenlerinin görüşlerinden elde edilen bu sonuçlar doğrultusunda ileride yapılacak çalışmalar yönelik öneriler sunulmuştur.
Anahtar Kelimeler: Matematik eğitimi, öğretmen adayı, öğretimi planlama.

AN EXAMINATION OF PRE-SERVICE MATHEMATICS TEACHERS' VIEWS ON INSTRUCTION PLANNING IN THE CONTEXT OF LESSON PLANS

ABSTRACT

The aim of this study is to examine the views of pre-service mathematics teachers about instruction planning within the framework of the lesson plans they prepared. In the study conducted with a qualitative approach, case study design was adopted. The participants of the study consist of a total of 50 pre-service mathematics teachers, 27 of whom are in the 3rd grade and 23 of whom are in the 4th grade. In the study, data were collected in writing through a 6-question opinion form developed by the researcher. The data obtained were interpreted and evaluated by content analysis. The results obtained show that pre-service teachers feel inadequate in terms of not being able to support lesson plans with more questions, not being able to implement lesson plans successfully, not being able to plan time effectively and deficiencies in technology skills due to personal characteristics. They have difficulties in being original in terms of content, creating questions from real world in order to attract attention at the engage stage, determining teaching methods/techniques, forming questions to explore knowledge and integrating technology into their lesson plans. From the results of the study; It is seen that there were problems in the use of materials because they neglected to come prepared for the lesson, and in addition to the problems caused by the excitement and tension of the pre-service teachers while implementing the lesson plans. In addition, the conclusion was also reached that they understood the importance of problem solving in this stage. Other results of this study are that feedback given during the implementation increased the compliance of the activities for the achievements, it allows them to see their deficiencies in terms of compliance for the 5E model, makes them suitable for the student level, enables them to see the deficiencies in questions connecting with real world in the lesson plans, realizes the importance of using materials and gives ideas to pre-service teachers for different lesson plans they will prepare in the future. At the end of the study, suggestions for further studies were presented in line with these results obtained from the opinions of future teachers in terms of instruction planning effectively.

Keywords: Mathematics education, pre-service teacher, instruction planning.

GİRİŞ

Eğitim öğretim faaliyetlerinin etkili bir şekilde yürütülmesinde önemli bir bileşen planlamadır. Plansız ve önceden belli olmayan amaçlar doğrultusunda gerçekleştirilen öğretim, aksaklıklara, zaman ve emek kaybına yol açmaktadır (Gültekin, 2005). Kazanımlara ulaşma açısından da planlamanın yapılmadığı bir öğretimde başarı da şansa bırakıldığı için genellikle düşük olmaktadır (Yılmaz ve Sünbül, 2006; Çelik ve Önal, 2005). Clark ve Peterson (1986)'a göre; bir öğretmen öğretim sürecinde ortalama her 2 dakikada bir karar vermektedir. Öğretmenlerin bu karar verme süreçleri, ayaktayken düşünme kararlarının yanı sıra konu ne kadar sürede bitecek, ne kadar sunu yapılacak, sorulara ve tartışmalara ne kadar zaman ayrılacak, farklılaştırma ve özel ihtiyacı olan öğrencilere ulaşma gibi kararlardan da oluşmaktadır (Borich, 2014). Bu nedenle öğretim sürecinde doğru kararlar alabilme ve öğretim etkinliklerini sistemli ve düzenli bir biçimde gerçekleştirilmesi için önceden planlanması gerekmektedir.

Talim ve Terbiye Kurulu Başkanlığı 2022 Eylül ayında 2779-EK sayılı tebliğler dergisinde yayımlanan Eğitim ve Öğretim çalışmalarının planlı yürütülmesine ilişkin yönergeye göre "Öğrenme-öğretme sürecinde resmî ve özel okul öncesi eğitim kurumlarında aylık plan ve günlük eğitim akışı, ilköğretim ve ortaöğretim kurumlarında yıllık plan ve ders planı yapılması zorunludur." İfadesi ile iki çeşit plana vurgu yapılmaktadır: Yıllık plan ve ders planı.

Öğretimde istenilen hedeflere ulaşmanın bir yolu olarak öğretimin planlanması, mikro düzeyde bakıldığında dersin planlanması ile gerçekleştirilebilir. Ders planı, zümre ve şube öğretmenlerinin katkısıyla ders öğretmeni tarafından; dersle ilgili kazanımlar yada belirli bir zaman diliminde gerçekleştirilecek dersin konu örüntüsüne ilişkin öğretim etkinliklerinin, değerlerin, tartışma sorularının ve verilecek proje ve ödevlerden ders materyallerine kadar planlanmasıdır (MEB,2022). Etkili bir öğrenme-öğretme süreci için ders planının hazırlanması gereklidir (Monett ve Weishaar, 2015; Li ve Zou, 2017; Yıldırım ve Yıldırım, 2020).

İlgili literatür, en iyi planın öğretmenin kendisinin hazırladığı (Taşdemir, 2006), uygulama sürecinde ise esas belirleyicinin öğretmen (Çoşkun, Gelen ve Öztürk, 2009) olduğunu ortaya koymaktadır. Nitekim, ders planın hazırlanması ve uygulanmasından o dersin öğretmeni sorumludur (MEB, 2022). Başarılı bir planlama ve uygulama ancak bu planı hazırlayacak ve uygulayacak olan öğretmenlerin yeterlikleri ile mümkündür. Yıldırım ve Yıldırım'a göre (2020), öğretmenlerin dersi planlama yeterliklerine yönelik algıları oldukça yüksektir. Benzer şekilde Maden ve Ustabulut (2022)'a göre öğretmen adayları da ders planlarını hazırlama konusunda kendilerini yeterli görmektedirler. Ancak kişilerin yeterlik algıları ile planların uygulaması sonucunda ortaya çıkan durumlar farklılık gösterebilmektedir. Ders planı hazırlama kuramsal öğrenmelerden etkilenirken, ders planının uygulanması somut yaşantılardan etkilenmektedir (Kablan, 2012). Kılıç ve Acat'ın (2007) çalışması, öğretmenlik yeterliklerini artırma noktasında, öğretmen adaylarının uygulamaya yönelik dersleri daha yararlı bulduklarını ortaya koymaktadır. Bu doğrultuda çağdaş yaklaşımları sınıf ortamına taşıyacak olan öğretmen adaylarının ders planlarını hazırlama ve uygulama konusunda kendilerini yetersiz gördükleri yönlerin ve yaşadıkları aksaklıkların belirlenmesi, onların yeterliklerini arttırma ve gerekli hizmet öncesi faaliyetleri yürütme açısından önem taşımaktadır.

Bu doğrultuda çalışmanın amacı, matematik öğretmen adaylarının öğretimi planlamaya yönelik görüşlerinin ders planları çerçevesinde incelenmesidir.

YÖNTEM

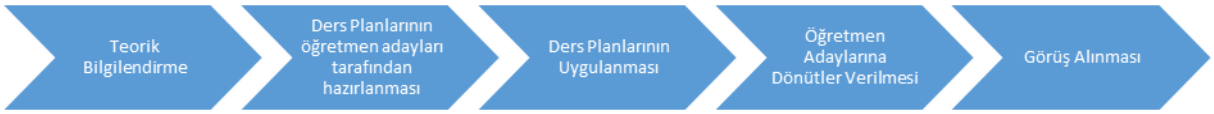
Araştırmanın Modeli

Matematik öğretmen adaylarının öğretimi planlamaya yönelik görüşlerinin incelendiği bu çalışmada nitel bir yaklaşımla hazırlanmış, durum çalışması yöntemi benimsenmiştir. Sınırlandırılmış bir durumun derinlemesine incelenerek bağlı olduğu temaların tanımlandığı nitel bir araştırma olması, çalışmada durum çalışmasının benimsenmesinde etkili olmuştur (Creswell, 2007; Merriam, 2013).

Çalışma Grubu

Çalışmaya, 27 üçüncü sınıf ve 23 dördüncü sınıfta öğrenim gören 50 matematik öğretmen adayı katılmıştır. Araştırmacı tarafından önceden belirlenen kritere bağlı olarak bazı önem ölçütlerini sağlayan tüm durumları çalışmaya imkan tanıması nedeniyle (Başaran, 2019) bu çalışmanın katılımcıları amaçlı örnekleme yöntemlerinden ölçüt örnekleme ile seçilmiştir. Öğretmen adaylarının çalışma grubuna dahil edilmeleri için ölçüt, 5E öğrenme modeline uygun daha önce plan hazırlamış olmalarıdır.

Araştırma Süreci



Şekil 1. Araştırma Süreci.

Araştırma sürecinde öncelikle matematik öğretmen adaylarına "Ders planı nedir? Hazırlanmasında dikkat edilmesi gereken hususlar nelerdir?" konularında 2 ders saati teorik bilgilendirmeler yapılmıştır. İkinci aşamada öğretmen adaylarının ders planlarını hazırlamaları için 2 hafta süre tanınmıştır. Üçüncü aşama hazırlanan planların uygulanması aşamasıdır. 56 ders saati süren ders planının uygulanması sonrasında her bir öğretmen adayı ile dönütler için 30 dakikalık toplantılar yapılmıştır. Araştırmanın son aşaması uygulamalar bittikten sonra görüş alınmasıdır.

Veri Toplama Aracı

Çalışmanın verileri, 6 soruluk görüş formu aracılığıyla yazılı olarak toplanmıştır. Görüş formunun oluşturulmasında öncelikle ilgili literatür taranarak oluşturulan 8 taslak soru, öğretmenlik uygulaması derslerinde uygulama akademisyeni olarak görev yapan alan eğitimi uzmanının görüşü alınarak 6 açık uçlu soruluk nihai hale kavuşturulmuştur.

Çalışmada katılımcılara uygulama öncesinde çalışma hakkında ve uygulanacak görüşme formundaki sorular hakkında bilgi verilmiştir. Çalışmaya katılım gönüllülük esasına göre belirlenmiş, kişisel bilgilerini içeren herhangi bir soru olmadığı ve bu yönde ad-soyad gibi bir veri gerektirmediği, soruları bu bilgileri vermeden cevaplandırmaları istenmiştir.

Veri Analizi

Çalışmada elde edilen veriler, içerik analizi kullanılarak analiz edilmiştir. İçerik analizi, katılımcı görüşlerinden verileri açıklayabilecek ortak kavram ve ilişkilere ulaşmayı amaçlayan bir tekniktir (Yıldırım ve Şimşek, 2008). Bu çalışmada da matematik öğretmen adaylarının görüşlerinin içerik analizinden tema ve alt temalar elde edilmiş, frekanslar eşliğinde doğrudan alıntılarla desteklenerek sunulmuştur. Örnek görüşler, katılımcı gizliliğini korumak adına Ö1, Ö2,.. şeklinde kodlanarak sunulmuştur.

BULGULAR

Bu bölümde matematik öğretmen adaylarının öğretimi planlamaya yönelik görüşlerinden elde edilen bulgular, tema, alt tema ve frekanslar eşliğinde tablolaştırılarak sunulmuştur.

Matematik öğretmen adaylarının ders planlarını hazırlamada kendilerini başarılı hissettikleri yönlere ilişkin görüşlerinden elde edilen tema ve alt temalar Tablo 1'de yer almaktadır:

Tablo 1. Matematik Öğretmen Adaylarının Ders Planlarını Hazırlamada Başarılı Hissettikleri Yönlere İlişkin Görüşleri

Tema	Alt Tema	f
Öğrenme ve öğretme süreci (f=60)	Keşfetmelerine imkan tanıma	13
	Derse ilgi çekme/Dikkat çekme	12
	Günlük hayatla ilişkilendirme	9
	Kazanıma uygunluk	7
	Öğrencilerin hazırbulunuşluklarını belirleme	4
	Zamanı etkili kullanma	4
	Eğlenerek öğrenme/değerlendirme	3
	Özgünlük	2
	Modelleme etkinliğine yer verme	2
	Aktif katılım sağlama	2
	Basitten karmaşığa ilerleme	1
	Farklı disiplinlerle ilişkilendirme	1
Kişisel özellikler (f=30)	Teknoloji Kullanma becerisi	14
	Kaynaklardan yararlanma	4
	5e Öğrenme döngüsüne uygunluk	4
	Planlı çalışma	3
	Araştırma çalışmalara yer verme	3
	Alan bilgisi	1
	Yaratıcılık	1

Tablo 1 incelendiğinde öğretmen adaylarının ders planı hazırlamada kendilerini başarılı hissettikleri yönlere ilişkin daha çok öğrenme ve öğretme süreci açısından başarılı buldukları (f=60) görülmektedir. Öğrenme ve öğretme süreci açısından kendilerini başarılı hissettiklerini ifade eden katılımcılar, bu temaya ilişkin öğrencilerin keşfetmelerine imkan tanıma (f=13), derse ilgi ve dikkat çekme (f=12), günlük hayatla ilişkilendirmeler (f=9) konularında kendilerini başarılı görmektedirler. Bu temaya ilişkin öğretmen adayların görüşlerinden örnek ifadeler aşağıda sunulmuştur:

"Öğrencilere yönelttiğim keşfetme soruları ile bilgiyi yapılandırmalarını kolaylaştırdığımı düşünüyorum" Ö11

"Günlük hayatla ilişkili hazırladığım problemlerin öğrencilerin ilgisini çekebildiğini düşünüyorum." Ö9

"Planı hazırlarken kazanım bileşenlerine yer verdim. Kazanımın dışına çıkmadığım için planımı akışa ve içeriğe uygun hazırlayabildim." Ö50

"Konu içeriğini öğrencilere web 2.0 araçları ile görselleştirerek etkinlikler tasarlama ve matematiksel modeller üretebilme noktasında başarılı olduğumu düşünüyorum." Ö10

"Planı hazırlarken literatür taraması yaptım. Alanımda hazırlanmış örnekleri incelemek plan hazırlama açısından önemliydi" Ö16

Ulaşılan diğer bir tema kişisel özelliklerdir (f=30). Bu temaya ilişkin Ö8 kodlu öğretmen adayı hem teknoloji kullanımını hem de öğrenme ve öğretme süreci temasındaki keşfetmeye imkan tanıma konusundaki yeterliliğini *"Teknolojik yazılımlara yatkınlığım keşfetme aşamasında öğrencilerin bilgiyi keşfetmelerine uygun materyalleri kolaylıkla hazırlamamı sağladı"* ifadesi ile vurgulamaktadır. Ayrıca kaynaklardan yararlanmayı (f=4) vurgulayan Ö4 ve Ö16 kodlu öğretmen adayları ile 5e öğrenme döngüsü konusundaki bilgisine (f=4) dikkat çeken Ö27 kodlu katılımcı görüşleri aşağıda yer almaktadır:

"Ders planımı hazırlarken rastgele sayılar değil, bilimsel verilerdeki gerçek verileri kullanarak ilerlettim. Bu da çalışmamın gerçekçiliğini artırdı." Ö4

"Planı hazırlarken literatür taraması yaptım. Alanımda hazırlanmış örnekleri incelemek plan hazırlama açısından önemliydi" Ö16

"5e'nin akışına hakim olduğumu doğru ve etkili kullandığımı düşünüyorum" Ö27

Matematik öğretmen adaylarının ders planlarını hazırlamada kendilerini yetersiz hissettikleri yönlere ilişkin görüşlerinden elde edilen tema ve alt temalar Tablo 2'de yer almaktadır:

Tablo 2. Matematik Öğretmen Adaylarının Ders Planlarını Hazırlamada Yetersiz Hissettikleri Yönlere İlişkin Görüşleri

Tema	Alt Tema	f
Öğretimi planlama (f=30)	Keşfettirmeye yönelik sorular hazırlama	15
	Değerlendirme	5
	Derse girişi planlama	4
	Soru sayısını arttırma	3
	Öğretim yöntem/tekniği belirleme	1
	Dikkat çekme	1
	Derinleştirme	1
Kişisel özellikler (f=23)	Teknoloji kullanma becerisi	9
	Zamanı etkili kullanma	5
	Alan bilgisi	4
	Heyecan	3
	Planlı olma	2

Matematik öğretmen adayların görüşlerinden ders planlarını hazırlamada kendilerini yetersiz hissettikleri yönlere ilişkin öğretimi planlama (f=30) ve kişisel özellikler (f=23) ön plan çıkmaktadır. Öğretimi planlamaya yönelik katılımcılar, keşfetmeye yönelik soruları hazırlama (f=15) açısından yetersizliklerine yönelik görüş bildirirken, bunu değerlendirme (f=5) ve dersin girişini planlama (f=4) konusundaki yetersizlikler takip etmektedir. Bu temaya ilişkin örnek görüşler aşağıda yer almaktadır:

"Keşfetme aşamasında soruları oluşturmada yetersiz olduğumu düşünüyorum. Çünkü öğrencilere kazandırılması gereken bilginin yönlendirme ile yapılacak olması ve bu yönlendirme sorularının daha açık daha yeterli olması gerektiği düşüncesindeyim." Ö8

"Değerlendirmelerde ürüne odaklandım süreç değerlendirmelerine de odaklanmak gerekirdi. Ayrıca dönütlerin kısa zamanda ve doğru olması gerekiyordu. Bu konularda kendimi geliştirmem gerektiğini hissediyorum." Ö16

"Girişte fotoğraflara yer verdim. Öğrencilerin yaparak yaşayarak katılımını sağlayabilirdim. Örneğin öğrenciler dairesel koniyi kağıtlardan elde edebilirlerdi." Ö6

Öğretmen adaylarının ders planı hazırlamadaki yetersizliklerine ilişkin elde edilen kişisel özellikler teması altında teknoloji kullanım becerisi (f=9), zamanı etkili kullanma (f=5) ve alan bilgisi (f=4) aşağıdaki örnek ifadelerde göze

çarpmaktadır:

"Teknolojik açıdan kendimi yeterli görmüyorum ve anlatıma entegre edemedim. Teknolojiyi kullanabilseydim daha eğlenceli bir ders planlayabilirdim." Ö14

"Planı hazırlarken çok zaman kaybettim. Oluşturduğum problemleri defalarca değiştirdim ve her defasında farklı görseller oluşturdum. Zamanı daha etkili kullanabilseydim daha güzel olurdu." Ö7

"Kazanıma uygun etkinlik hazırlama noktasında her konuda yeterli alan bilgim olmadığını hissettim." Ö26

Tablo 3'de matematik öğretmen adaylarının ders planlarını hazırlarken yaşadıkları güçlükler ve giderme yollarına ilişkin görüşlerinden elde edilen bulgular sunulmuştur:

Tablo 3. Matematik Öğretmen Adaylarının Ders Planlarını Hazırlarken Yaşadıkları Güçlükler Ve Giderme Yollarına İlişkin Görüşleri

Tema	Alt Tema	f
Güçlük yaşanılan durumlar (f=41)	Keşfettirmeye yönelik etkinliklerin hazırlanması	16
	Teknolojiyi kullanma	12
	Derse giriş	4
	Değerlendirme	3
	Soru hazırlama	2
	Özgünlük	1
	Günlük hayattan sorular sorma	1
	Materyal hazırlama	1
	Sürenin planlanması	1
Güçlüğü giderme yolları (f=31)	Internetten araştırma yapma	12
	MEB Kaynakları (Kitap/EBA)	8
	Eğitmen desteği	3
	Akran desteği	3
	Bilimsel çalışmaları inceleme	3
	Pilot uygulama	2

*10 öğretmen adayı güçlük yaşamadığını belirtmiştir.

Tablo 3 incelendiğinde katılımcıların yaşadıkları güçlüklerin kendilerini yetersiz hissettikleri konularla paralellik gösterdiği görülmektedir. Güçlük yaşanılan durumlarda keşfetmeye yönelik etkinliklerin hazırlanması (f=16) ve teknoloji kullanımı (f=12) ön plana çıkmaktadır. Güçlükleri giderme yollarına ilişkin öğretmen adaylarının görüşleri ise eğitmen veya akran desteğinden ziyade internetten araştırma yapmayı (f=12) tercih ettikleri, bu yolu MEB kaynakları (Kitap/EBA) (f=8) takip ettiği yönündedir. Ayrıca bilimsel çalışmaların da (f=3) öğretmen adaylarına öğretim süreçlerini planlama yönünde destek sağladığı görülmektedir. Matematik öğretmen adaylarının ders planlarını hazırlamada karşılaştıkları güçlükler ve giderme yollarına ilişkin örnek görüşler aşağıda sunulmuştur:

"Öğrencilerin ön bilgi eksiklikleri yetersiz olduğu için keşif etkinliğini hazırlamak çok zordu." Ö47

"Öğrencilere nasıl keşfettireceğime yönelik günlerce araştırma yaptım. Örnek ders planlarını inceledim." Ö23

"Bilişim teknolojilerini entegre etmekte zorlandım. İnternetten araştırmalar yaptım araçların kullanımına yönelik videolar izledim." Ö2

"Dersin girişinde kullanacağım problemleri oluşturmakta zorlandım. Öğrencilerin dikkatini çekmek ve merak uyandırmak istiyordum. MEB ders kitapları ve EBA daki kaynakları inceledim. Çok yararlı oldu." Ö8

"Değerlendirme aşamasında kavram yanılgılarını belirlemek için bir kavram karikatürü hazırlamak istedim. Ama bu konuda nasıl yapacağımı bilmiyordum Matematik konusunda hazırlanmış kavram karikatürü ile ilgili makaleleri inceledim." Ö30

"Derste etkinliklerin ne kadar süreceğini planlamakta zorlandım. Sınıfa uygulamadan önce bir kaç kişiyle denemesini yaptım. Sonra uyguladığım sürenin 30-40 dakika fazlasını ders planının süresi olarak belirledim." Ö45

Çalışmada ulaşılan bir diğer bulgu, öğretim sürecinin bileşeni olan uygulamada matematik öğretmen adaylarının karşılaştıkları aksaklıklarla ilgilidir (Tablo 4).

Tablo 4. Matematik Öğretmen Adaylarının Ders Planlarını Uygularken Yaşadıkları Aksaklıklara İlişkin Görüşleri

Tema	Alt Tema	f
Sınıf yönetimi (f=7)	Öğrenci yanıtları	3
	Öğrencinin aktif katılımı	2
	Sınıf mevcudu	1
	Geribildirim verme	1
Ders öncesi hazırlık (f=6)	Ders Materyalinin önceden kontrol edilmemesi	5
	Ön koşul bilgilerin eksikliği	1
Teknoloji kullanımı (f=7)	Geogebra kullanımı	6
	Teknolojik materyalin demo sürümü olması	1
Problem durumunun sunumu (f=1)	Problemin açık ve net ifade edilmesi	1
Zamanı yönetme (f=3)	Keşfetme etkinliklerinin süresi	2
	Soru sayısı	1
Kişisel özellikler (f=6)	Heyecan	5
	Gerginlik	2

* 12 öğretmen adayı ders planını uygularken herhangi bir aksaklık olmadığını belirtmiştir.

Uygulamada matematik öğretmen adayları en çok öğrenci yanıtlarını yönetme ve aktif katılım sağlayamama nedeniyle sınıf yönetimi (f=7) ve geogebra kullanımı açısından teknoloji kullanımında (f=7) aksaklıklar yaşarken derse hazırlıklı gelme (f=6) noktasında da güçlükle karşılaşıldığı ulaşılan bulgular arasındadır. Öğretmen adaylarının kişisel özelliklerinden kaynaklı uygulama sırasında heyecanlanmaları (f=5) da aksaklıklara neden olmuştur. Katılımcıların görüşlerinden örnek ifadeler aşağıdaki gibidir:

"Öğrencilerden hep doğru yanıt gelecek zannediyoruz. Fakat öyle olmadı bazı sorular konunun sapmasına neden oldu. O problem çözülmeden konunun anlaşılmadığını anlıyorsunuz ama öğrenci yanıtlarını yönetmek çok zor." Ö47

"Sınıfta kullanacağım materyalleri önceden kontrol etme ihtiyacı hissetmemiştim. Derse hazırlıklı gelme noktasında kontrol etmem gerekirdi." Ö4

"Materyalleri oluştururken bir sorun yaşamamıştım. Ama sınıfta kullanmak biraz zorladı. O an çizimleri oluşturmakta zorluk yaşadım." Ö6

"Öğrencilerin bilgiyi yapılandırmasının bu kadar uzun süreceğini tahmin etmemiştim. Etkinlik bir ders uzadı." Ö14

"Planı uygularken biraz heyecanlandım. Bu da öğrencilerle olan iletişimimi kısıtladı." Ö2

Katılımcılara uygulamalar sonrasında verilen dönütlere ilişkin görüşlerin analizinden elde edilen bulgular (Tablo 5), geribildirimlerin sadece ilköğretim ve ortaöğretim kurumlarında değil lisans eğitimlerinde de öğretmen adaylarının yeterliklerinin artırılması noktasında önemli olduğunu göstermektedir.

Tablo 5. Matematik Öğretmen Adaylarının Verilen Dönütlere İlişkin Görüşleri

Tema	Alt Tema	f
Olumlu (f=51)	Farkındalık	9
	Değerlendirmenin nasıl yapılacağı	6
	Sınıf yönetimi	6
	Kazanıma uygun hale getirme	5
	Keşif sürecinin nasıl yürütüleceği	5
	Öğrenci düzeyine uygun hale getirme	4
	Zaman yönetimi	4
	Dikkat çekmesini sağlama	3
	Etkinlik sayısını arttırma	3
	5e öğrenme döngüsü bilgisi	3
	Teknoloji kullanımı	1
	Matematiksel kavram ve terminolojinin doğru kullanımı	1
	Günlük hayatla ilişkilendirme	1
Olumsuz (f=1)		1

Tablo 5'de verilen dönütlere ilişkin öğretmen adaylarının görüşlerinin analizinden elde edilen bulgular, dönütlerin öğretmen adaylarının öğretimlerindeki eksikliklere yönelik farkındalıklarını artırdığı (f=9), değerlendirmeleri nasıl yapacakları (f=6) ve sınıf yönetimini (f=6) açısından olumlu etkilere sahip olduğunu göstermektedir:

"Aldığım dönütler sayesinde planımı değerlendirerek eksik veya hatalı yönlerimi düzelttim. Bu dönütlerle iyileştirme imkanım oldu. Herhangi bir dönüt almasaydım kendi planımın başarılı ve yeterli olduğunu düşünüp bu şekilde ders planlamaya ve uygulamaya devam ederdim." Ö17

"Süreç değerlendirmelerindeki eksiklikleri görme imkanım oldu. Değerlendirmeyi iyileştirmeme katkı sağladı." Ö2

"Çok heyecanlıydım. Bu heyecan sınıf içi hakimiyetimi kaybetmeme neden oldu. Dönütler kendime olan güvenimi arttırdı. İleride kendime daha çok güvenerek hakimiyetimi iyileştireceğimi düşünüyorum." Ö29

"Keşfetmedeki bazı etkinliklerin ne kadar üstün körü ve yetersiz olduğunu gördüm. kazanımla tutarsız olduğunu fark ettim. Kesinlikle kazanımla uygun hale getirebilme açısından yararlı oldu." Ö3

Çalışmada ulaşılan son bulgu, matematik öğretmen adaylarının öğretimlerini iyileştirmeye yönelik önerilerine ilişkindir. Tablo 6'da katılımcıların önerilerinden elde edilen tema, alt tema ve frekanslar sunulmuştur:

Tablo 6. Matematik Öğretmen Adaylarının Öğretimlerini İyileştirmeye Yönelik Önerileri

Tema	Alt Tema	f
Plana yönelik değişiklikler (f=54)	Keşfetme aşamasını iyileştirme	14
	Değerlendirme süreci	7
	Kazanımın içeriğinin tamamını ele alma	6
	Soru sayısını artırma	6
	Giriş aşaması	5
	Teknoloji kullanımı artırma	5
	Somut materyallerle destekleme	4
	Hazırlama aşamasına daha fazla süre ayırma	2
	Ön bilgi eksikliklerine yönelik ek etkinlikler oluşturma	2
	Çalışma kağıdı hazırlama	1
	Olası aksaklıklara yönelik B planları oluşturma	1
	İlişkilendirmelere yer verme	1
Uygulamaya yönelik değişiklikler (f=14)	Heyecanı kontrol edebilme	7
	İletişim	4
	Anlaşılır sorular sorma	2
	Tahta kullanımı	1

Matematik öğretmen adaylarının öğretimlerini iyileştirmeye yönelik önerileri incelendiğinde daha çok plana yönelik değişiklik (f=54) yapmak istediklerini göstermektedir. İlgili temada en çok keşfetme aşamasını iyileştirme önerisi (f=14) ile karşılaşılmıştır. Temaya ilişkin Ö4 kodlu öğretmen adayı *"Keşfetme aşamasındaki hazırlamış olduğum etkinliğin sorularını daha çok geliştirebilirdim*." İfadesi ile keşfetme aşamasını iyileştirmek istediğini belirtirken Ö12 *"Planıma alternatif ölçme-değerlendirme araçları eklemek isterdim Örneğin öz değerlendirme olabilirdi"* görüşü ile değerlendirme bölümünü iyileştirmeyi vurgulamaktadır. Kazanımın içeriğinin tamamını ele alma (f=6), soru sayısını artırma (f=6), derse girişi iyileştirme (f=5) ve teknoloji kullanımını arttırma (f=5) konularında öğretmen adaylarının önerilerinden örnek ifadeler aşağıda sunulmuştur:

"Hazırlarken üçgenin merkezini almamıştım. Konuda kopukluk oldu. Kazanımı dikkate alarak etkinliklerde içeriği dahil etmek isterdim" Ö9

"Ders planımı iyileştirmek için soru sayısını arttırırdım." Ö1

"Derse girişte öğrenci seviyesine uygun ilgi ve dikkat çekici bir giriş yapmak isterdim." Ö31

"Teknoloji kullanarak gerçekleştirebilecekleri etkinlikleri artırmak isterdim. Daha eğlenceli ve kapsamlı bir plan olurdu." Ö14

Katılımcıların uygulamaya yönelik önerileri (f=14) heyecanını kontrol etme (f=7) ve iletişim (f=4) konularındadır:

"Planı daha sakin ve heyecanlanmadan gerçekleştirmek isterdim." Ö5

"Uygularken öğrencileri daha çok derse katacak şekilde uygulama yapmayı isterdim. Daha yavaş anlatabilirdim." Ö42

"Uygulama aşamasında öğrencilere daha iyi bir dönüt almak için daha net ve anlaşılır sorular sorardım. Örneğin sürekli "sıkıntı var mı" diye sorup durmazdım." Ö15

SONUÇ ve TARTIŞMA

Matematik öğretmen adaylarının öğretimi planlamaya yönelik görüşlerinin hazırladıkları ders planları çerçevesinde incelenmesi amacıyla gerçekleştirilen bu çalışmanın sonuçları; öğretmen adaylarının ders planlarını hazırlarken teknoloji kullanımı, keşfetmeye imkan tanıma, derse ilgi çekme, günlük hayatla konuyu ilişkilendirebilme ve kazanıma uygunluk hususlarında kendilerini başarılı hissettiklerini göstermektedir. Bu durum ilgili literatürde Yıldırım ve Yıldırım (2020)'ın öğretmenlerin; Maden ve Ustabulut (2022)'un öğretmen adaylarının dersi planlama konusunda kendilerini yeterli hissettiklerine ilişkin sonuçlarıyla örtüşmektedir. Öğretmen adayları keşfetmeye yönelik soruları hazırlama ve teknolojiyi ders planlarına entegre etme noktasında kendilerini yetersiz görmektedirler. Yetersiz olduklarını vurguladıkları diğer bir nokta, dersin değerlendirme sürecinde ne yapacakları ve hazırlama aşamasında zamanı yönetemedikleridir. Keşfetmeye yönelik yaşadıkları sorunlar da göz önünde bulundurulduğunda öğretmen adaylarının yapılandırmacı yaklaşımı, sınıf ortamında uygulama konusunda hala problemler yaşadıklarını görülmektedir. Bu sonuç, Yılmaz (2020) 5E modeline uygun ders planı hazırlamada öğretmen adaylarının yetersizliklerinin olduğu bulgusuyla örtüşmektedir. Keşfetmeye yönelik etkinliklerin planlaması ve teknoloji kullanımına yönelik yetersizlik hissi, yaşadıkları güçlüklere ilişkin görüşlerinde de rastlanmaktadır. Öğretmen adayları, bu güçlükleri gidermek için çoğunlukla, internetten araştırma yapmaya ve MEB kaynaklarına (Kitap/EBA) başvurmaktadırlar. Eğitim paradigmalarındaki değişimle birlikte zaman içinde öğretimde başvurulan kaynağın da değiştiğini görülmektedir. Teknolojideki değişim ve gelişmeler ile birlikte, z kuşağı diye de adlandırılan dijital yerli öğrenenler için; öğretimde yaşanılan güçlüklerde başvurulan kaynak açısından internet kaynaklarının; öğretmen ya da ders veren eğitimciden önce geldiğini söylemek mümkündür. Ancak bu çalışmadan farklı olarak Davran (2020) çalışmasının sonuçları, öğretmen adayları için ders planı hazırlama ve uygulama noktasında uygulama öğretim üyesinin desteğinin önemini vurgulamaktadır.

Öğretim sürecinin bir diğer bileşeni uygulamadır. Matematik öğretmen adaylarının ders planlarını uygularken yaşanılan aksaklıklar açısından teknoloji kullanımı, sınıf yönetimi (özellikle öğrenci yanıtlarını yönetme) ve ders öncesi hazırlık (ders materyallerinin önceden kontrolü) durumları dikkat çekmektedir. Benzer şekilde Yılmaz (2020) çalışması da öğretmen adaylarının uygulamada aksaklıklar yaşadıklarını göstermektedir. Davran (2020)'ın ders planlarının uygulanması sırasında öğretmen adaylarının sınıf yönetiminde zorlandıkları bulgusu bu çalışmanın sonuçlarını desteklemektedir. Öğretmen adaylarının görüşleri, verilen dönütlerin planlarındaki eksikliklere yönelik farkındalıklarını artırdığını, değerlendirme sürecini ve sınıf yönetimindeki eksiklikleri giderme noktasında yarar sağladığını göstermektedir. Ayrıca planların kazanıma uygun hale getirilmesi ve keşif süreci konusunda da destek sağladıklarını ifade etmektedirler. Elde edilen sonuçlar; Özel (2022) çalışmasının öğretmen adaylarının hazırladıkları ders planlarına verilen geribildirimlerin öğretmen adaylarının ders planı hazırlama yeterliğine olumlu yönde etki ettiğine ilişkin sonucu destekler niteliktedir. Yılmaz (2020)'de öğretmen adaylarının geri bildirimlerle ders planlarını yeterli aşamaya getirdiklerini göstermektedir. Son olarak öğretmen adaylarının öğretimlerini iyileştirmeye yönelik önerileri incelendiğinde plana yönelik; keşfetme ve değerlendirme aşamasını iyileştirme yapmak istedikleri ön plana çıkarken, uygulamaya yönelik heyecanını kontrol edebilme düşüncesinde oldukları sonucuna ulaşılmıştır.

ÖNERİLER

Bu çalışmanın sonuçları; matematik öğretmen adaylarının ders planlarında keşfetme, teknoloji kullanımı sınıf

yönetimi ve alternatif ölçme ve değerlendirme araçlarını kullanma ve hazırlama noktasında sorunlar yaşadıklarını göstermektedir. Bu konuda verilecek hizmet öncesi eğitimler, öğretim sürecinin etkili yürütülmesi noktasında fayda sağlayacaktır. Eğitimlerin ardından yapılacak çalışmalar ile sonuç durumu değerlendirilebilir. Çalışma, matematik öğretmen adayları ile gerçekleştirilmiştir. Matematik öğretmenleriyle gerçekleştirilerek çalışmalar ile görev yapmakta olan öğretmenlerin öğretimi planlamaya yönelik durumu detaylı bir şekilde incelenebilir. Farklı branşlardaki öğretmen adaylarıyla gerçekleştirilecek çalışmalar, alan yazında disipliner arası çalışma boyutunda öğretimi planlama sürecini düzenleme açısından önemlidir. Her bilim dalının kendine özgü yapısı var. Matematiksel bilgi ise soyutlama sonucu elde edilmektedir (Altun, 2016). Soyutlama her ne kadar keşfetme gerektirse de bu soyut yapı keşfetmenin nasıl yapılacağı konusunda öğretmen/öğretmen adayları açısından güçlükleri de beraberinde getirmektedir. Bu nedenle yapılacak çalışmalar ise öğretmen adaylarının keşfetme sürecinde yaşadıkları güçlüklerin matematiğin soyut yapısından mı kaynaklandığı detaylı bir şekilde araştırılarak karşılaştırmalar yapılabilir.

KAYNAKÇA

Altun, M. (2016). *Liselerde matematik öğretimi* (9. Baskı). Aktüel Yayıncılık.

Başaran, Y. K. (2019). Sampling theory in social sciences. *The Journal of Academic Social Science, 5*(47), 480-495. http://dx.doi.org/10.16992/ASOS.12368

Borich, G. D. (2014). *Effective teaching methods* (8th Edition). Pearson Education Inc.

Clark, C.M. & Peterson, P.L. (1986) Teachers' thought processes. In: Wittrock, M.C., Ed., *Handbook of Research on Teaching*, 3rd Edition, Macmillan, New York, 255-296.

Coşkun, E., Gelen, İ., & Öztürk, E. P. (2009). Türkçe öğretmeni adaylarının öğretimi planlama, uygulama ve değerlendirme yeterlik algıları. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 6*(12),140-163.

Creswell, J. W. (2007). *Qualitative inquiry & research design: Choosing among five approaches (2. Baskı).* USA: SAGE Publications.

Çelik, F., & Önal, A. S. (2005). Öğretimde planlama ve değerlendirme dersi öğretim programının değerlendirilmesi. *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 18(*18), 31-49.

Davran, A. (2020). Eğitim fakültesi öğrencilerinin öğretmenlik uygulamasında ders planı hazırlama ve uygulama durumları, [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Ankara Üniversitesi.

Gültekin, M. (2005). *Öğretimde planlama ve değerlendirme* (5. Baskı). Anadolu Üniversitesi.

Kablan, Z. (2012). Öğretmen adaylarının ders planı hazırlama ve uygulama becerilerine bilişsel öğrenme ve somut yaşantı düzeylerinin etkisi. *Eğitim ve Bilim, 37* (163), 239-253.

Kılıç, A. & Acat, M. B. (2007). Öğretmen adaylarının algılarına göre öğretmen yetiştirme programlarındaki derslerin gereklilik ve işe vurukluk düzeyi. *Sosyal Bilimler Dergisi, 17*, 21-37.

Li, W. & Zou, W. (2017). A study of EFL teacher expertise in lesson planning. *Teaching and Teacher Education, 66,* 231-241.

Maden, A., & Ustabulut, M. Y. (2022). Türkçe öğretmeni adaylarının ders planlamaya yönelik öz yeterlilik algıları.

Bayburt Eğitim Fakültesi Dergisi, 17(36), 1497-1513. https://doi.org/10.35675/befdergi.1168759

MEB (2022). Milli Eğitim Bakanlığı tebliğler dergisi: eğitim ve öğretim çalışmalarının planlı yürütülmesine ilişkin yönerge http://dhgm.meb.gov.tr/tebligler-dergisi/2022/2779_Eylul_2022_EK.pdf, http://mevzuat.meb.gov.tr/dosyalar/2143.pdf adresinden 12.10.2023 tarihinde ulaşılmıştır.

Merriam, S. B. (2013). *Nitel araştırma: Desen ve uygulama için bir rehber* (3. Baskıdan Çeviri, Çeviri Editörü: S. Turan). Ankara: Nobel Yayın Dağıtım

Monett, D. & Weishaar, T. (2015). *Evolving lesson plans to assist educators: from paper-based to adaptive lesson planning.* Proceedings of the Multidisciplinary Academic Conference on Education, Teaching and Learning. Prague: MAC Prague Consulting Ltd.

Özel, İ. (2022). *Ders planlarına verilen geribildirimlerin öğretmen adaylarının ders planı hazırlama yeterliğine etkisi* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Siirt Üniversitesi.

Taşdemir, M. (2006). Sınıf öğretmenlerinin planlama yeterliklerini algılama düzeyleri. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi, 4(*3) 287–307.

Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2008). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri* (6. Baskı). Seçkin Yayıncılık.

Yıldırım, E., & Yıldırım, Ö. (2020). İlkokul ve ortaokul öğretmenlerinin ders planlama yeterliklerinin incelenmesi. *Milli Eğitim Dergisi, 49*(228), 7-37. https://doi.org/10.37669/milliegitim.824820

Yılmaz, E. B. (2020). *Matematik öğretmen adaylarının çevrimiçi eğitimde harita kullanımına yönelik ders planı hazırlama ve uygulama deneyimleri*, [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi.

Yılmaz, H. & Sünbül, A. M. (2006). *Öğretimde planlama ve değerlendirme*. Çizgi Kitapevi.

YÖRESEL BEBEKLER İLE DEĞERLER EĞİTİMİ

Okul Müdürü Arzu ARSLAN
Şehit İbrahim Yılmaz Anaokulu, Türkiye, İstanbul arzuaslann@hotmail.com
Öğretmen Betül Özdeniz
Şehit İbrahim Yılmaz Anaokulu, Türkiye, İstanbul betulozdeniz@hotmail.com
Öğretmen Betül SAÇAR
Şehit İbrahim Yılmaz Anaokulu, Türkiye, İstanbul betulsacar@gmail.com
Öğretmen Ebru YAKUPOĞLU
Şehit İbrahim Yılmaz Anaokulu, Türkiye, İstanbul ebruyakupoglu@gmail.com

ÖZET

Okul öncesi dönemin, bilişsel, duygusal, sosyal gelişim açısından çocuğun tüm yaşamında. Kendini ifade etmede, tercihlerini, isteklerini, kabul ettikleri, etmedikleri durumları nedenleriyle birlikte açıklama konusunda özgür, kendinden emin ve kendine güvenli bireyler yetiştirmek okulöncesi eğitimin temel amaçları arasındadır. Bu proje ile Yöresel bebekler ile değerler eğitimi projesini ile çocuklarımıza kültürel ve medeniyet anlayışı açısından farkındalık sağlamaktır. Bu kapsamda çocuklarının farklılıklara saygı kapsamında sevgi, yardımlaşma ve sorumluluk gibi değerleri kazanma sırasında yöresel kıyafetler giydirilmiş bebeklerden faydalanmak ve bu bebekler aracılığıyla değerler eğitiminin önemine dikkat çekmek çalışmanın alt amaçlarını oluşturmaktadır. Projenin uygulanması için bir eğitim programı hazırlanmış hazırlanan eğitim programı için uzman görüşleri alınmıştır. Projede Eğitim Programında kültürel değerlerini tanımalarını sağlamak ve medeniyet anlayışı sağlayarak farklılıklara saygı temasına yönelik dikkat çekme, ilk resimlerim, beyin fırtınası, drama, müzik, oyun, yaparak yaşayarak öğrenme, model alma, anlatım, sunuş teknik, yöntemleri kullanılarak sevgi, yardımlaşma ve sorumluluk kavramları somutlaştırılmaya çalışılmıştır. Bütün bunlar için 2013 Okulöncesi Eğitim programı çerçevesinde 4 haftalık bir eğitim programı sınıflarda hazırlanmıştır. Bu amaçlarla, farklı okullarda okulöncesine devam eden 5 yaş grubu çocuklardan kontrol ve deney grupları oluşturulmuştur.4 değer tespit edilmiş olup, çocuklara bu değerleri öğretirken drama, beyin fırtınası, sanat etkinlikleri, resim çalışmaları, oyunlarında yöresel kıyafetlerle giydirilmiş bebekler kullanılmıştır. Projede deney grubuna farklı yörelerin kıyafetleri ile giydirilmiş yöresel bebekler aracılığıyla 5 yaş grubundan 39 çocuğa değerler eğitimi verilmiştir. Çocukların bu bebeklere yükledikleri anlamlar ve onlarla oynama ve iletişim kurma biçimleri incelenerek bu bebekler aracılığıyla değerler eğitimi çalışması yapılmıştır. Kontrol grubunda ise değerler eğitimi normal metodlarla kavratılmaya çalışılmıştır. Projenin etkisini test etmek için program uygulanmadan önce ve program bittikten sonra çocuklara bu 4 kavram ile ilgili sorular yöneltilmiş ve sevgi, yardımlaşma, sorumluluk temalı resimler yapmaları istenmiştir. Projenin etkinliği test etmek amacıyla çalışmada veri toplama aracı olarak kullanılan ilk ve son resimlerden elde edilen veriler içerik analizi yöntemi ile analiz edilmiş ve program öncesi ve sonrasında toplanan veriler karşılaştırılmıştır. Projenin sonucunda bu eğitimi alan ve almayan çocuklar arasında oluşan farklar üzerinde yoğunlaştıracak ve bu farklar, çocukların iletişim becerilerinde ortaya çıkan eylem ve söylemlere içerik analizi yapılarak bulgular tespit edilmiştir. Proje sonunda çocukların değer algılarında yükselme görülmüş, Değer ile ilgili kavramsal becerilerin artığı tespit edilmiştir.
Anahtar Kelimeler: Anahtar Yöresel, bebek, değerler, eğitim.

VALUES EDUCATION WITH LOCAL BABIES

ABSTRACT

In the whole life of the child in terms of cognitive, emotional, social development of the preschool period. It is among the main objectives of preschool education to raise self-confident, self-confident individuals who are free to express themselves, to express their preferences, wishes, situations that they accept and do not accept, together with their reasons. With this project, we aim to raise awareness of our children in terms of cultural and civilization understanding with the local babies and values education project. In this context, the sub-objectives of the study are to benefit from dolls dressed in local clothes while children acquire values such as love, cooperation and responsibility within the scope of respect for differences, and to draw attention to the importance of values education through these babies. A training program was prepared for the implementation of the project and expert opinions were taken for the prepared training program. In the project, it was tried to concretize the concepts of love, cooperation and responsibility by using the methods of drawing attention to the theme of respect for differences, my first paintings, brainstorming, drama, music, games, learning by doing, modeling, expression, presentation techniques and methods to enable them to recognize their cultural values in the Education Program and to provide an understanding of civilization. For all these, a 4-week training program was prepared in the classrooms within the framework of the 2013 Preschool Education program. For these purposes, control and experimental groups were formed from 5-year-old children attending preschool in different schools.4 values were determined, and babies dressed in local clothes were used in drama, brainstorming, art activities, painting studies and games while teaching these values to children. In the project, values education was given to 39 children from the 5-year-old age group through local dolls dressed in the clothes of different regions. Values education was carried out through these babies by examining the meanings that children attribute to these babies and the way they play and communicate with them. In the control group, values education was tried to be comprehended with normal methods. In order to test the effect of the project, before and after the program was implemented, the children were asked questions about these 4 concepts and asked to paint pictures with the themes of love, cooperation and responsibility. In order to test the effectiveness of the project, the data obtained from the first and last pictures used as data collection tools in the study were analyzed by content analysis method and the data collected before and after the program were compared. As a result of the project, we will focus on the differences between children who receive this education and those who do not, and these differences are determined by content analysis of the actions and discourses that occur in children's communication skills. At the end of the Project, an increase was observed in the value perceptions of the children, and it was determined that the conceptual skills related to value increased.
Keywords: Local, infant, values, education

GİRİŞ

Bu projenin amacı, yöresel bebekler ile değerler eğitimi projesini ile çocuklarımıza kültürel ve medeniyet anlayışı açısından farkındalık sağlamak.

Alt amaçlar ise; erken çocukluk çağındaki çocuklarının kültürel değerlerini tanımalarını sağlamak ve medeniyet anlayışı farklılıklara saygı kapsamında belirlenen değerleri kazanma yolculuğu sırasında diğer etkinliklerin yanında yöresel kıyafetler giydirilmiş bebeklerden faydalanmak ve bu bebekler aracılığıyla değerler eğitimini kavratmak olarak belirlenmiştir.

Yaşamın ilk yıllarında alınan eğitimin ve kazanılan deneyimlerinin daha sonraki yıllarda bireyin öğrenme ve

akademik başarısı üzerinde önemli etkilerinin olduğunun anlaşılması 0- 6 yaşlarını kapsayan okulöncesi dönemin önemi daha da artırmıştır (Kaya, 2002). Okul öncesi dönem, gelişimin hızlı olması ve bireyin hayatında kalıcı etkiler oluşturması açısından önem taşımaktadır (Gülay, 2009).

Eğitim; insan davranışında bilgi, beceri, anlayış, tavır, karakter gibi önemli sayılan kişilik nitelikleri yönünden, gelişimler sağlamak amacı ile yürütülen düzenli etkileşim sürecidir (Lickona, 1991). Eğitim amaçlarının gerçekleştirilmesi yani çocuklara istenilen davranışların, alışkanlıkların ve tutumların kazandırılması için uygun eğitim tekniklerinden yararlanılması gerekmektedir (Aral, Baran, 2000). Dolayısıyla çocukların bu dönemi yaşamsal deneyimler kazanarak geçirmesi oldukça önemlidir.

Öğrenilen bilginin sosyal projelerle desteklenmesi ve sosyal yaşama dâhil edilmesi önemlidir (Gür, Yuvacı, Şafak 2012). Çocukların yetilerin kazanılması, oyun, onun bir aracı olan oyuncaklarla başlar. Bu anlayış içinde düşünüldüğünde oyun, çocuğa kendini anlatma, yeteneklerini anlama, dil, akıl, sosyal, duygusal ve motor becerilerini geliştirmede, önemli bir olay olarak tanımlanabilir. Bu nedenle Montaigne, oyun, çocukların en gerçek uğraşıdır, der. Oyun, çocuğa yaşam deneyimi sağlar. Bu deneyim, çocuğun kendini farklı durumlara uyarlamasına yardımcı olur (Russ,1998).

Çocukların gelişim süreçlerinde 0–6 yaş dediğimiz zaman dilimi oldukça önemlidir. Bu dönemde çocuğa verilecek temel değerler kalıcı olup, çocuğun aynı zamanda vicdan yapılanmasını sağlamaktadır. Bu bağlamda oyuncaklar ve özellikle de bebekler, çocukların duygularını ifade edebilmeleri, diğer kişilerin hislerini anlamaları, değerlerimizi aktarmada, farklı kimlik, ırk, cinsiyet, ten rengi, engele sahip insanlara saygı göstermeleri; eşitlik, adalet, sevgi ve yardımlaşma, sorumluluk konularında duyarlı olmalarını sağlayan; önyargılar ve ayrımcılıkla mücadelede güçlü bir araçtır (Alexander,1994).

Bu projenin amacı, yöresel bebekler ile değerler eğitimi projesini ile çocuklarımıza kültürel ve medeniyet anlayışı açısından farkındalık sağlamaktır. Projede farklı yörelerin kıyafetleri ile giydirilmiş yöresel bebekler aracılığıyla 5 yaş grubundan 39 çocuğa çocuklara değerler eğitimi verilmiştir. Bu amaçla, 4 (sevgi, yardımlaşma, sorumluluk, iyilik) değer tespit edilmiş olup, çocuklara bu değerleri öğretirken okulöncesi etkinliklerinde, yöresel kıyafetlerle giydirilmiş bebekler de kullanılmıştır. Çocukların bu bebeklerin etkinliklerde kullanımı, çocukların yükledikleri anlamlar, onlarla oynama ve iletişim kurma biçimleri incelenerek bu bebekler aracılığıyla değerler eğitimi çalışması yapılmıştır.

Tüm bu gerekçeler ile; amaç erken çocukluk çağındaki çocuklarının kültürel değerlerini tanımalarını sağlamak ve medeniyet anlayışı sağlamak, farklılıklara saygı kapsamında belirlenen değerleri kazanma yolculuğu sırasında diğer etkinliklerin yanında yöresel kıyafetler giydirilmiş bebeklerden faydalanarak kültürel özelliklerin farkındalığını sağlamak ve bu bebekler aracılığıyla değerler eğitiminin önemine dikkat çekmektir

Proje kapsamında yapılan çalışmalar diğer okul ve kurumlar için örnek ve model olacak niteliktedir.

YÖNTEM

Proje ile o okulöncesi eğitim müfredatında yer alan içerik ve kazanımlar ile ilişkili olarak planlamıştır. Projemizde; erken çocukluk eğitim kurumlarına devam eden çocuklarının değerler eğitimi programının etkisini incelemek üzere yapılmıştır. Projede; ilişkisel içerik analizi ve bakış açısı alma testi kullanılmıştır. Projede; Çocukların yaparak yaşayarak öğrenmelerini sağlamak ve değerlerin beceri haline getirerek yaşantılarına katmak amacıyla eğitim etkinlikleri, aile katımları, öğretmen eğitimleri şeklinde uygulanmıştır. Uygulanan eğitim programı Proje Tabanlı Öğrenme yaklaşımına göre MEB 2013 Okulöncesi eğitim programına göre planlanarak sevgi, yardımlaşma, sorumluluk ve İyilik değerlerini kapsayan 4 ana başlıktan oluşmaktadır.

Projede; Yöresel bebekler ile Değerler Eğitimi Programda erken çocukluk döneminde iletişim, demokrasi, saygı, kimlik, hak ve sorumlulukları kapsayan vatandaşlık temasına yönelik dikkat çekme, ilk resimlerim, beyin fırtınası, gezi gözlem, drama, müzik, oyun, yaparak yaşayarak öğrenme, model alma, anlatım, son resimlerim, sunuş teknik ve yöntemleri kullanılarak SEVGİ, YARDIMLAŞMA SORUMLULUK ve İYİLİK kavramları yöresel bebekler yardımı ile somutlaştırılmaya çalışılmıştır.

Çalışma proje tabanlı öğrenme yaklaşımı ile bir proje şeklinde uygulanmış. Yöresel kıyafet giymiş bebekler değerler eğitimi sırasındaki etkinliklerde etkinlik türüne göre kullanılmıştır. Uygulama için Değerler Eğitimi ile ilgili bir eğitim programı hazırlanmış hazırlanan değerler eğitimi programı ile ilgili uzman görüş formları hazırlanarak uzman görüşleri alınmıştır. Projenin etkisini test etmek için program uygulanmadan önce ve program bittikten sonra çocuklara bu 3 kavram ile ilgili sorular yöneltilmiş değerler temalı resimler yapmaları istenmiştir. Projenin etkinliği test etmek amacıyla çalışmada veri toplama aracı olarak kullanılan ilk ve son resimlerden elde edilen veriler içerik analizi yöntemi ile analiz edilmiş ve program öncesi ve sonrasında toplanan veriler karşılaştırılmıştır. Projede kullanılan yöresel bebekler çalışmada kimi zaman bir masal kahramanı, kimi zaman bir şarkı kahramanı, kimi zaman sanat etkinliklerinde bizlere model, kimi zaman fen çalışmalarımızda kavramları öğrenirken fiziksel özellikleri ile bizlere örnek, kimi zaman coğrafya öğretiminde yöresel kıyafetleri ile çocuklara rehberlik etmek amacı ile kullanılmıştır.

Proje kapsamında; Eğitim Programında, farklılıklara saygı temasına yönelik dikkat çekme, ilk resimlerim, beyin fırtınası, drama, müzik, oyun, yaparak yaşayarak öğrenme, model alma, anlatım ve sunuş teknik ve yöntemleri kullanılarak sevgi, yardımlaşma, sorumluluk ve iyilik değerleri somutlaştırılmaya çalışılmıştır. Bütün bunlar için 16 haftalık bir eğitim programı hazırlanmış ve sınıflarda uygulanmıştır.

Proje uygulamalarında erken çocukluk eğitimi etkinlikleri uygulanmıştır. Bu etkinliklere ilave olarak çocukların yaşantılarında kalıcı davranış geliştirmek ve süreklilik sağlanmak amacı ile farklı etkinlikler gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonucunda bu eğitimi alan ve almayan çocuklar arasında oluşan farklar üzerinde yoğunlaşılacak ve bu farklar, çocukların iletişim becerilerinde ortaya çıkan eylem ve söylemlere içerik analizi yapılarak bulgular tespit edilmiştir.

Projede; elde edilen bulgular betimlenerek okulöncesi eğitiminde değerler eğitiminin farkındalığının sağlanması açısından varsa oluşan doğrular tartışılmıştır. Projede ele alınan okulöncesi eğitim kurumlarına devam eden 5 yaş grubu çocukların sevgi, yardımlaşma ve sorumluluk eğitiminden ne anladıkları, bu eğitimleri yaşamlarının birer

parçası haline getirdikleri tespit edilmiştir. Projede yöresel kıyafetli bebeklerin kullanılması çocukların kültürel değerlerini tanımalarını sağlamak ve medeniyet anlayışı etkinlikleri ile değerlere dikkat çekme aşamasında somut birer nesne olduğu için belirgin rol oynamıştır. Projede belirlenen bebekler çalışmalar sırasında çocuklara dikkat çekme, ilgi süresi, somutlaştırma ve değerleri ifade aşamasında etkili olduğu gözlenmiştir. Değerler eğitiminin temel amacı olarak belirlenen, çocuklara sevgi dolu bir dünyada, yardımlaşma içinde, mantıklı ve iyi kararlar alabilmeleri ve sorumluluk sahibi vatandaşlar olarak davranabilmeleri konularında, iyi ve mantıklı karar alabilme, bilgi edinme, bu bilgiyi, düşünme için analitik olarak kullanabilmeyi öğrenme buna uygun duygular içinde olma ya da tepkide bulunma ve kişi olarak harekete geçmeye, başladıkları tespit edilmiştir. Uygulanan Değerler eğitimi programlarıyla, çocuklar, yaşadığımız dünyada sahip olduğumuz değerler konusunda, doğru davranış ve beceri geliştirme konusunda, istekli olma duygularını gelişerek yaşantılarından örnekleri de yaparak yaşayarak öğrenmelerine fırsat tanımaları sağlanmıştır. Proje sonunda çocukların değer algılarında yükselme görülmüş, Değer ile ilgili kavramsal becerilerin artığı tespit edilmiştir. Çocukların kazandıkları sevgi, yardımlaşma ve sorumluluk ile ilgi kavramsal becerileri hayata geçirdikleri de velilerden gelen geri dönüşlerle belirlenmiştir.

Proje sonucunda bu eğitimi alan ve almayan çocuklar arasında oluşan farklar üzerinde yoğunlaşılacak ve bu farklar, çocukların iletişim becerilerinde ortaya çıkan eylem ve söylemlere içerik analizi yapılarak bulgular tespit edilmiştir. Çalışmanın sonunda çocukların değer algılarında yükselme görülmüş, Değerler ile ilgili kavramsal becerilerin artığı tespit edilmiştir. Çocukların kazandıkları değerler ile ilgi kavramsal becerileri hayata geçirdikleri de velilerden gelen geri dönüşlerle belirlenmiştir. Proje kapsamında değerler eğitimi ile ilgili olarak; Çocukların eğitim aldığı Şehit İbrahim Yılmaz Anaokulunda ihtiyacı olan çocuklarımızın ve annelerimizin ihtiyaçlarını karşılamak amacı ile MUTLULUK BANKASI oluşturulmuş, ihtiyaç fazlası malzemeler ihtiyacı olanlara ulaştırılmıştır.

BULGULAR

Hedef gruplar/yararlanıcılar üzerinde gözlemlenen etkiler

Okulumuzda görev yapan öğretmenlerce Proje Tabanlı Öğrenme yaklaşımına göre MEB 2013 Okulöncesi eğitim programına göre Yöresel Bebekler ile Değerler Eğitimi Programının geçerlilik ve güvenilirliği için uzman görüş formları hazırlanarak uzman görüşleri alınmıştır. Böylece projede uygulanan programın geçerliliği ve güvenilirliği ölçülmüştür.

Proje sonucunda çocuklarda oluşan farklar üzerinde yoğunlaşıldı. Bu farklar, çocukların iletişim becerilerinde ortaya çıkan eylem ve söylemlere içerik analizi yapılarak bulgular tespit edilmiştir. Proje sonunda çocukların değer algılarında yükselme görülmüş, değer ile ilgili kavramsal becerilerin artığı tespit edilmiştir.

Bu projede ele çocukların sevgi, yardımlaşma, sorumluluk, iyilik değerlerini bebekleri kullanarak yaşamlarının birer parçası haline getirdikleri ilk resim ve son resim içerik analizlerinden tespit edilmiştir. Projenin sonunda çocukların her değer çalışmasında, değer algılarında yükselme çocukların yaptıkları ilk ve son resimlerimdeki içerik analizleri sonucunda görülmüştür.

Bakış Açısı Alma Testi (Algısal Bakış Açısı Alma, Bilişsel Bakış Açısı Alma, Duygusal Bakış Açısı Alma) ölçeği kullanılarak yapılan bu çalışmaya ait verilerin analizinde; yüzde dağılımı istatistiksel analiz şeklinde kullanılmıştır.

Tablo 1: Sosyal-Duygusal Bakış Açısı Alma Testi Frekans Yüzdesi Katsayısı Testi Sonuçları

	ÖNTEST		SONTEST	
SOSYAL-DUYGUSAL TEST	ÇOCUK SAYISI	FERKANS YÜZDESİ	ÇOCUK SAYISI	FERKANS YÜZDESİ
4 PUAN	10	%25,6	12	%30,8
3 PUAN	19	%48,8	21	%53,8
2 PUAN	10	%25,6	6	%15,4
TOPLAM	39	100	39	100

Tablo 2: Algısal Bakış Açısı Alma Testi Frekans Yüzdesi Katsayısı Testi Sonuçları

	ÖNTEST		SONTEST	
ALGISAL TEST	ÇOCUK SAYISI	FERKANS YÜZDESİ	ÇOCUK SAYISI	FERKANS YÜZDESİ
4 PUAN	7	%17,9	19	%48,8
3 PUAN	27	%69,3	17	%43,5
2 PUAN	5	%12,8	3	%7,7
TOPLAM	39	100	39	100

Çizelge 3. Bilişsel Bakış Açısı Alma Testi Frekans Yüzdesi Katsayısı Testi Sonuçları

	ÖNTEST		SONTEST	
BİLİŞSEL TEST	ÇOCUK SAYISI	FERKANS YÜZDESİ	ÇOCUK SAYISI	FERKANS YÜZDESİ
3 PUAN	8	%20,5	14	%35,8
2 PUAN	11	%28,2	15	%38,5
1 PUAN	16	%41,1	6	%15,5
0 PUAN	4	%10,2	5	%10,2
TOPLAM	39	100	39	100

Projede yöresel kıyafetli bebeklerin kullanılması çocukların değerlere dikkat çekme aşamasında somut birer nesne olduğu için belirgin rol oynamıştır. Yöresel bebeklerin; çalışmalar sırasında çocuklara dikkat çekme, ilgi süresi, somutlaştırma ve değerleri ifade aşamasında etkili olduğu gözlenmiştir.

Değerler ile ilgili kavramsal becerilerin artığı sınıf ortamındaki davranış gözlemlerinden tespit edilmiştir.

Yürütücü/yürütücülerin kapasitelerindeki artış;

Kuruma sağlanan katkılar (sosyal, duyuşsal, kültürel, bilişsel ve mesleki) Uygulanan projenin ilk ve özgün bir proje olması aynı zamanda ulusal ve uluslararası kongrelerde sunum yapılmış olması kurumsal kimliğe katkı sağlamıştır.

Diğer Paydaşlara sağlanan katkılar (sosyal, duyuşsal, kültürel, bilişsel ve mesleki) Değerler eğitimi ve kültürel değerlerin kavratılması anlamında**, y**eni ve özgün bir eğitim programı hazırlanmış bu hazırlanan program alana katkı sağlamıştır. Öğretmenlerin kişisel gelişimleri artmıştır. Paydaşlarla çalışma iletişi geliştirilerek yeni projeler planlamıştır.

Proje ürünleri somut çıktılar

Okulumuzda uygulanan bu proje kapsamında; somut çıktılar;

1.Değerler eğitimi kapsamında özgün bir eğitim programı hazırlanarak alana katkı sağlandı.

2.Değerler eğitimi kapsamında; Çalışma; 2016 Nisan Üniversite Of Patras- Yunanistan,Second South Europen And Meditrranean Conferencei, 2016 Mayıs Malmö,Sweden The Eleventh Annual CiCe network Conferanca 2016 Ireland, The Thirteenth Annual CiCe Network ConferenceDublin City University, 28/31 Ekim 2014 İtalya-Roma International Journal of Arts & Sciences The American University de sözlü bildiri olarak sunularak bildiri kitabında yer almıştır.

3. Proje kapsamında değerler eğitimi ile ilgili olarak; ihtiyacı olan çocuklarımızın ve annelerimizin ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla MUTLULUK BANKASI oluşturulmuştur.

TARTIŞMA VE SONUÇ

Yapılan Projede; Sürdürülebilirliğin üç ana başlığı mevcut: Ekonomik, çevresel ve sosyal.

1.Çalışma ekonomik; çünkü uzmanların onayı ile hazırlanmış bir eğitim programına sahiptir. Bu programda kolayca bulunabilecek bebekler yöresel bebekler ana materyal olarak kullanılmış.

2.Çalışma çevresel; kendi kültürüne özgü bebekler kullanılmış ve çevreye zarar verecek herhangi bir olumsuz çıktısı yok.

3.Çalışma sosyal; toplumsal kimliğe sahip bebekler ile sahip olduğumuz değerler verilmeye çalışılmıştır. Bu da proje faaliyetlerinin hedef kitle üzerinde oluşturacağı etkilerde devamlılık arz etmesini sağlayacaktır.

Son yıllarda Okullarda değerler eğitimi ile ilgili konularda farklı eğitim programlarına ihtiyaç hissedilmesi, bu alanda uygulamaların sınırlı olması, değerlerin bir yaparak yaşayarak uygulanmaması, çalışmanın belli bir program dahilinde yürütülebileceği gibi hususlar göz önüne alındığında çalışma sürdürülebilirliği olan bir çalışmadır.

Çalışmada proje temelli eğitim yaklaşımı uygulanmış çocukların yaparak, yaşayarak öğrenmeleri gerçekleşmiştir.

Proje yaklaşımının çocuklarının; sosyal gelişimlerinin sağlanmasında, öğrenme stilinin belirlenmesinde (Çakar ve Üstün, 2006), sosyal uyum ve becerilerinin geliştirilmesinde olumlu yönde etkili olduğu görülmüştür. Benzer şekilde yapılan bir çalışmada proje yaklaşımının çocuğun motor, alıcı-ifade edici dil, akademik/bilişsel gelişim, günlük yaşam becerileri, sosyal/duygusal gelişim alanlarını olumlu yönde etkilediği (Kurt, 2007) sonucuna ulaşılmıştır. Buda çalışmanın sürdürülebilirliği açısından büyük önem taşımaktadır.

Projenin, çocuk personel, aile üç ana başlık altında yürütülmesi çalışmanın sürekliliğinin sağlanması adına önemli bir adımdır.

Çalışmamızda; değer eğitimi kapsamındaki temel değerleri, yöresel anonim kaybolmaya yüz tutmuş, günümüzde önemsenmeyen gelenek ve göreneklerimize ait eski dönem oyunlarından ve oyuncak kültüründen faydalanarak geçmişten geleceğe süreklilik sağlanmıştır.

Okulumuzda yapılan çalışma kapsamında değerler eğitimi ile ilgili olarak; ihtiyacı olan çocuklarımızın ve annelerimizin ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla MUTLULUK BANKASI oluşturulmuş, ihtiyaç fazlası malzemeler ihtiyacı olanlara ulaştırılmaktadır. Buda çalışmanın unutulmasını imkânsız hale getirerek sürdürülebilirliğini güçlendirmektedir, yapılan tüm uygulamalar proje tamamlandıktan sonrada da sürdürülebileceğinin ispatıdır.

Ayrıca projenin bitiminden sonra sürdürülebileceği ön görülen faaliyetler okulda uygulanan rutin faaliyetler olup herhangi bir finansa ihtiyaç yoktur.

ÖNERİLER

Yöresel bebekler ile değerler eğitimi Projesi kapsamında gerçekleşen veya gerçekleştirilen görünürlük (tanıtım) faaliyetleri;

Projeye dahil olan sınıfların yaş düzeylerine göre uygulamalar yapılması. Planlama sürecinde, her bir etkinlik için mümkün olduğu ölçüde hem süreci hem de ürünü ölçecek değerlendirme yöntem ve araçlarının kullanılması.

Gerçekleşen etkinlikler sonucunda ortaya çıkan öğrenme becerileri, bu becerileri yaşantı haline getirerek öğretmiş olup uygulanan programı öğrenmek, öğrendiklerini paylaşarak öğretmek amacıyla iyi bir model olması,

Çalışmada uygulanan eğitim programı diğer kurumlarla yapılacak, toplantılar, paylaşımlar, sosyal medya, web sitemiz aracılığı ile yaygınlaşması.

Çalışmada kullanılan ana materyal yöresel bebeklerin her an her türlü malzemelerle yörelere uygun oluşturulabileceğinden Sosyo-ekonomik/ sosyo-kültürel durumu farklı olan tüm kurumlarda da uygulanabileceği,

Uygulanan Değerler eğitimi program çalışmaların kendine özgü etkinlikler olması ve bu etkinlikler ile bir eğitim programı hazırlanması ve hazırlanan bu etkinlik programının bir ilk olması ve tüm eğitim kademelerinde farkındalık yaratacağı,

Öğretmenlerin neler yapabileceklerine dair yönlendirilmeye ve örnek çalışmalar görmeye ihtiyaçları

bulunmaktadır. Bu çalışmanın da örnek bir çalışma olması.

Çalışma kapsamında yapılan tüm etkinlikler farklı koşullardaki tüm okullarda uygulanabilecek düzeyde kolay, pratik ve ilgi çekici olması

Çalışma; 2016 Nisan Üniversite Of Patras- Yunanistan,Second South Europen And Meditrranean Conferencei, 2016 Mayıs Malmö,Sweden The Eleventh Annual CiCe network Conferanca 2016 Ireland, The Thirteenth Annual CiCe Network ConferenceDublin City University, 28/31 Ekim 2014 İtalya-Roma International Journal of Arts & Sciences The American University de sözlü bildiri olarak sunuldu.

İşte tüm bu gerekçeler ile; yöresel bebekler ile yapılan tüm etkinliklerin kültürel değerlerini tanımalarını ve medeniyet anlayışı alanında farkındalık sağlamak, "Değerler Eğitimi" projelerinde çalışma yürüten tüm okullarımıza örnek teşkil edeceği kanaati taşımaktayız. Sonuç olarak, bu etkili ve oldukça ilgi çekici projemiz, tüm okullarda uygulanabilir.

KAYNAKÇA

Acat, M.B., ve ASLAN,M. (2011). Okulların Karakter Eğitimi Yetkinliği Ölçeği(OKEYÖ) Değerler Eğitimi Dergisi Cilt 9, No. 21, 7-27

Aydın, M.Z. (2003). Ahlak Öğretiminde Örnek Olay İncelemesi Yöntemi, 1. Baskı, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.

Barnett, M. A. 1990. Empathy and related responses in children. In: Empathy and Its Development. Eisenberg, N. and Strayer, J. (Eds.), Cambridge University Press, p. 146-163, Cambridge.

Başaran, I. E. (1991). Eğitime giriş. Ankara: Kadıoğlu Matbaası.

Üstün,E., & Çakar, E (2006). Proje yaklaşımının okul öncesi dönem çocuklarının sosyal gelişimlerine ve öğrenme stillerine etkisinin incelenmesi. I. Uluslararası Okul öncesi Eğitim Kongresi Bildiri Kitabı- 30 Haziran-3 Temmuz 2004. I. cilt, s: 44- 51. İstanbul: Ya-Pa Yayınları

Dökmen, Ü. 2004. Sanatta ve günlük yaşamda iletişim çatışmaları ve empati. Sistem Yayıncılık, 363 s., İstanbul.

Eisenberg, N. and Lennon, R. 1983. Sex differences in empathy and related capacities. Psychological Bulletin, 94 (1); 100-131.

Ekşi, H. (2003). Temel insani değerlerin kazandırılmasında bir yaklaşım: Karakter eğitimi programları. Değerler Eğitimi Dergisi, 1(1), 79-96.

Güngör, E. (2010). Ahlak Psikolojisi ve Sosyal Ahlak, 6. Baskı, Ötüken Yayınları, İstanbul.

H. Sarıçam, M. Halmatov (2012) Okul öncesi eğitime devam eden ve etmeyen 6 yaş çocukların ahlaki ve sosyal kural algılamalarının karşılaştırılması **.** Akademik Bakış Dergisi Sayı: 33

Kalkınç, F. 2003. Okul evde başlar. Nobel Yayın Dağıtım, 288 s., İzmir.

Kurt, F. (2007). Okul öncesi eğitim kurumlarına devam eden beş altı yaş çocuklarının sosyal uyum ve becerilerine proje yaklaşımlı eğitim programlarının etkisinin incelenmesi, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

Nevzat,Tarhan 2004.Çocuklarda iyilik yapma alışkanlığının kazandırılması. Makul Çözüm Dergisi.

Oğuzkan, Ş., Oral, G., (2002). Okul Öncesi Eğitimi, Milli Eğitim Basımevi, İstanbul.

Onur, B. (2001). Çocuk ve Ergen Gelişimi, 4. baskı, , İmge Kitabevi, Ankara.

Senemoğlu, N. (1997). Eğitim Psikolojisi, Milli Eğitim Basımevi, Ankara.

Ulusoy, K. (2007). Sosyal bilgiler öğretmenlerinin tarih ve ahlak eğitimi ilişkisi üzerine görüşleri (Sakarya il örneği). Değerler Eğitimi Dergisi, 5(13), 155-177.

Yavuzer, H. 2002. Çocuk psikolojisi. Remzi Kitabevi, 22. basım, s. 140-141, İstanbul.

İLKÖĞRETİM MATEMATİK ÖĞRETMEN ADAYLARININ SOYUT CEBİR DERSİNDEKİ KAVRAM YANILGILARININ PROBLEM KURMA VE ÇÖZME ÇALIŞMALARIYLA İNCELENMESİ

Elif KAYA
Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, İstanbul, Türkiye, elif.kaya@izu.edu.tr

ÖZET

Cebirsel yapı en az bir küme ve en az bir işlemle birlikte kurulur. Cebirsel yapıları anlayabilmek için öğrencilerin cebirsel düşünme yeteneklerinin gelişmiş olması gerekmektedir. Cebirin soyut bir yapıda olmasından ötürü kavram yanılgılarının oluşması bir noktada kaçınılmaz gibi görülebilir. Öğrencilerin soyut cebir dersindeki kavram yanılgılarının, zorlanmalarının en büyük sebeplerinden biri olduğu düşünülmektedir. Bu çalışmada soyut cebirin, grup teorisi alt alanında matematik öğretmen adaylarının kavram yanılgıları problem kurma ve çözme çalışmalarıyla incelenmiştir. Grup; bir küme ve bir ikili işlemden oluşan, kapalılık, birleşme, etkisiz eleman ve ters eleman özelliklerinin sağlandığı bir cebirsel yapıdır. Soyut cebirin temelini oluşturan yapılardan biri olduğunu söyleyebiliriz. Halka, cisim, modül vektör uzayı yapılarını daha kolay anlayabilmek için gerekli olan iyi bir grup teori kavrayışıdır. Bu sebeple bu çalışma için grup teori alanı seçilmiştir. Bir üniversitenin 2020-2021 akademik yılı güz yarı yılında, İlköğretim Matematik Öğretmenliği Programının 3. sınıfında verilen Cebir dersini alan 28 öğretmen adayından 11'i gönüllü olarak çalışmaya katılmıştır. Çalışmada problem kurma ve çözme yöntemiyle öğrencilerin grup teoriye yönelik kavram yanılgılarının belirlenmesi hedeflenmiştir. Microsoft Teams Sistemi üzerinden öğretmen adaylarına ulaşılmıştır. Belirlenen gün ve saatte açık uçlu soru formu eş zamanlı olarak sisteme ödev olarak yüklenmiştir ve 90 dakika süre verilmiştir. Öğretmen adaylarının cebir çözerken duygu durumlarının nasıl olduğu da gözlemlenmek istenmiştir. Bu sebeple de soruyu gördüklerinde ne hissettiklerini diledikleri gibi yazabilecekleri ifade edilmiştir. Kavram yanılgılarını incelemek için nitel araştırma yöntemlerinden durum çalışmasını kullanmak tercih edilmiştir. Öğretmen adaylarının tespit edilen kavram yanılgıları ile bir kavram yanılgıları listesi oluşturulmuş ve cebir öğreticilerinin faydasına sunulmuştur.
Anahtar Kelimeler: Soyut cebir, grup teorisi, kavram yanılgısı, problem kurma, problem çözme.

INVESTIGATION OF PROSPECTIVE PRIMARY SCHOOL MATHEMATICS TEACHERS IN THE ABSTRACT ALGEBRA COURSE WITH PROBLEM POSING AND SOLVING STUDIES

ABSTRACT

The algebraic structure is established with at least one set and at least one operation. In order to understand algebraic structures, students must have developed algebraic thinking abilities. Since algebra has an abstract structure, it may seem inevitable that misconceptions will occur at some point. It is thought that students' misconceptions in the abstract algebra course are one of the biggest reasons why they have difficulty. In this study, the misconceptions of prospective mathematics teachers in the subtitle of abstract algebra, group theory, were examined through problem posing and solving studies. Group; it is an algebraic structure consisting of a set and a binary operation, providing the properties of closed, associativity, identity element and inverse element. It forms the basis of abstract algebra. A good understanding of group theory is necessary to understand ring, field, module, and vector space structures more easily. For this reason, the field of group theory was chosen for this study. 11 of 28 teacher candidates who took the Algebra course given in the 3rd grade of the Primary Mathematics Teaching Program of a university in the fall semester of the 2020-2021 academic year participated in the study voluntarily. The aim of the study was to determine students' misconceptions about group theory by using the problem posing and solving method. Teacher candidates were reached through the Microsoft Teams System. On the specified day and time, the open-ended questionnaire was simultaneously uploaded to the system as homework and 90 minutes were given. It was stated to the teacher candidates that they could write down their feelings and thoughts and how they felt when they saw the question, as they wished. To examine misconceptions, it was preferred to use case study, one of the qualitative research methods. A list of misconceptions was created with the misconceptions identified by prospective teachers and presented to the benefit of algebra teachers. It can be used as a list of misconceptions that faculty members who teach algebra will refer to in order to understand their students. Group theory misconception can be used in different studies by developing an open-ended question form.

Keywords: Group theory, abstract algebra, misconseption, problem posing, problem solving.

GİRİŞ

Cebir [al-jabr] kelimesi Arapça kökenlidir ve “hesaplama”, “karşılaştırma”, “denklemin iki tarafına aynı büyüklükleri eklemek” anlamlarına gelir. Cebirin doğuşunu hesaplama ihtiyacına bağlamak mümkündür. Hesaplama ihtiyacı ise mevcut olan problemi çözme amacıyla ortaya çıkmıştır. M.Ö. 1800-1600 yılları arasında yaşamış olan Eski Babil uygarlığında bulunan tabletlerde cebirin ilkel biçimde kullanıldığına rastlanmıştır. Sayılar haricindeki sembollerle akıl yürütmeye doğru atılan ilk adım, problem çözme bağlamında atılmıştır (Stewart, 2012). Bilinmeyenin semboller ve harflerle ifade edilmesi sayesinde denklem kurma-çözme yoluyla bu bilinmeyene ulaşmak hedeflenmiştir.

Problem çözmenin öneminden bahseden pek çok çalışma bulunmaktadır. Problem çözmenin öğrencilerin eğitim sürecine aktif olarak katılmasına fayda sağladığı, matematiği anlamalarında önemli yere sahip olduğu fakat yine de tek başına yeterli olmadığı bilinmektedir (Dede ve Yaman, 2005). Sürekli problem çözme ile karşı karşıya kalan öğrenci, belli bir süre sonra aynı soru tipleriyle muhatap olduğu için çözüm yollarını ezberleyecektir. Ezber, düşünme yeteneğini çok fazla kullanmayı gerektirmediğinden; kalıplaşmışın dışında problemlerle karşılaştığında öğrencinin savunmasız kalmasına sebep olacaktır. Mamona da (1993) problem çözmenin öğrencileri gerektiği kadar özgür kılmadığını, yaratıcılıklarını ketleyebileceğini ifade etmiştir (Akt. Çelik ve Özdemir, 2011). Bu durum

araştırmacıları problem kurma çalışmalarına ağırlık vermeye yönlendirmiştir. Problem çözme ile karşılaştırıldığında problem kurmanın daha derinlikli, kapsayıcı ve hatta problem çözmeyi destekleyici olduğunu söylemek mümkün olabilir. Literatürde problem çözme çeşitli yönleriyle incelenerek problem kurmayla arasındaki ilişkilerden bahsedilmiştir (Arıkan ve Ünal, 2013; Dede ve Yaman, 2005; Çelik ve Özdemir, 2011; Şengül ve Erdoğan, 2013). Problem kurma tabanlı problem çözme yöntemi ortaya çıkmış ve öğrencilerin bilişsel başarılarını ne yönde etkilediği incelenmiştir.

Cebirsel yapıları anlamak, bu cebirsel yapıların üzerine yeni yapılar kurarak bu yapıyı genişletmeye imkan tanıyacaktır. Bugün şifreleme, kodlama gibi önemli alanların temelini cebir oluşturmaktadır. Bu sebeple cebir öğretimine eğilmenin matematik eğitimcileri için gereklilik olduğu ifade edilebilir. Birçok öğrenci tarafından ezberlenmesi gereken ve anlaşılmaz bir ders olarak kabul edilen cebirde, öncelikle bu ön yargının oluşmasına sebep olan etmenlerin incelenmesi faydalı olacaktır. Cebirin öğrenciler tarafından neden anlaşılmadığı üzerinde duran Dede ve Argün (2003), literatürdeki çalışmaları esas alarak bazı sonuçlara ulaşmışlardır. Bu sebepleri cebirin yapısal özellikleri, öğrencilerin zihinsel gelişimleri ve hazır bulunuşluk düzeyleri, cebir öğretimindeki eksiklikler olarak ana başlıklar halinde sınıflandırmış ve ayrıntılı incelemişlerdir. Cebiri anlamak için öncelikle neden ve nasıl ortaya çıktığını anlamamız gerekmektedir. Baki ve Bütüner (2011), Stewart (2012) eserlerinde cebirin tarihsel gelişimini incelemişlerdir.

Cebir soyut kavramlar üzerine kurulu bir matematiksel dil olarak nitelendirilebilir. Bu sebeple kavramları anlamak, cebiri anlamak için bir ilk basamak niteliğindedir. Kavram yanılgılarının neler olduğunu bulmak ise bu hususta en büyük yardımcı olacaktır. Akkaya ve Durmuş (2006), Thelma Perso'nun 1992 yılında hazırlamış olduğu "Diagnostic Test- Conceptions in Algebra" isimli testi Türkçe'ye uyarlamışlardır. Otuz sorudan oluşan "Cebir Testi" ile 6, 7 ve 8. sınıf öğrencilerinin kavram yanılgılarını incelemişler ve öğrencilerin harfleri anlamlandırmada güçlük çektikleri sonucuna ulaşılmışlardır. Stavrou (2014) lisans düzeyindeki öğrencilerin cebir dersindeki ortak kavram yanılgılarını matematiksel ispat yöntemiyle incelemiştir.

Türkiye'de kavram yanılgıları ile ilişkili çalışılan konular genellikle ortaokul ve lise düzeyindedir. Lisans düzeyinde Arıkan, Özkan ve Özkan'ın çalışması bulunmaktadır ve matematik öğrencilerinin grup teorisindeki hatalarını analiz etmişlerdir.

YÖNTEM

Araştırmanın Yöntemi

Bu araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden olan durum çalışması tercih edilmiştir. Durum çalışmasının ismi "örnek olay incelemesi", "vaka çalışması" olarak farklı şekilde kullanıldığı gibi, uygulama yönteminin de araştırmacılar tarafından farklı ele alındığı söylenebilir (Subaşı & Okumuş, 2017). Durum çalışmasında zaman, mekan, kişi, olay/durum bağlamında belirli sınırlar çizilir ve o çerçevede çalışmaya devam edilir. Çalışmanın sonucu evreni etkilemez, sadece o çalışmaya katılan kişilerin durumunu belirtir. Bu sebeple durum çalışması üzerinden genellemeler yapmanın çok doğru olmayacağını savunan araştırmacılar vardır. Ancak Flyvbjerg (2006) çeşitli kısıtlamalardan ötürü durum çalışmasının bilime katkı sağlamadığı düşüncesinin, durum çalışmasına dair

yanılgılardan biri olduğunu ifade etmiştir (Akt. Subaşı & Okumuş, 2017). Flyvbjerg'in (2006) görüşlerine dayanarak durum çalışmasında derinlemesine incelemeler yapıldığı için, araştırılan duruma dair analitik çıkarımlarda bulunulabilir.

Çalışma Grubu

Bir üniversitenin 2020-2021 akademik yılı güz yarı yılında, ilköğretim matematik öğretmenliği programının 3. sınıfında verilen cebir dersini alan 28 öğretmen adayından 11'i gönüllü olarak çalışmaya katılmıştır. Çalışmada problem kurma ve çözme yöntemiyle öğrencilerin grup teoriye yönelik kavram yanılgılarının belirlenmesi hedeflenmiştir.

Veri Toplama Aracı

Araştırmacı tarafından grup teoride matematik öğretmen adaylarının kavram yanılgılarını tespit etmek ve duygu durumlarını belirlemek amacıyla ölçme aracı geliştirilmiştir. İlgili sorulara verdikleri cevaplar ise değerlendirme aracı isimli tabloya göre sınıflandırılmıştır.

Microsoft Teams Sistemi üzerinden öğretmen adaylarına ulaşılmış, belirlenen gün ve saatte sorular eş zamanlı olarak sisteme ödev olarak yüklenmiştir ve 90 dakika süre verilmiştir. Öğretmen adaylarına duygu ve düşüncelerini, soruyu gördüklerinde ne hissettiklerini diledikleri gibi yazabilecekleri ifade edilmiştir.

Grup Teori Kavram Yanılgısı Ölçme Aracı

Grup teorisi kavram yanılgısı ölçme aracı aşağıda verilmiştir.

Tablo 1. Grup Teori Kavram Yanılgısı Ölçme Aracı

	Ölçme Soruları
1.	$(\mathbb{Z}, +)$ kümesi değişmeli grup mudur? Gösteriniz. Değişmeli olan ve değişmeli olmayan grup arasındaki fark nedir? Her iki grup türünden birkaç örnek veriniz.
2.	Normal alt grup nedir? Normal olup değişmeli olmayan bir grup örneği veriniz.
3.	Devirli grup nedir? Devirli olan ve olmayan grup örnekleri veriniz. Değişmeli olup devirli olmayan grup örneği veriniz.
4.	Bölüm grubu nedir? Bölüm grubunun elemanları nasıl ifade edilir? Bölüm grubu ile ilgili bir problem kurunuz.
5.	İki grup arasında izomorfizmanın varlığından ne zaman bahsedilir? Somutlaştırmak istediğinizde izomorfizmayı nasıl somutlaştırabilirsiniz? (şekil, günlük hayattan örnek vb.)

Grup Teori Kavram Yanılgısı Değerlendirme Aracı

Grup teorisi kavram yanılgısı değerlendirme aracı aşağıda verilmiştir.

Tablo 2. Grup Teori Kavram Yanılgısı Değerlendirme Aracı

Değerlendirme Soruları

1. soru	i) $(\mathbb{Z},+)$ nın değişmeli grup olup olmadığı cevaplanmış mı? ii) Değişmeli ve değişmeli olmayan grup arasındaki fark ifade edilmiş mi? iii) Değişmeli grup örneği verilmiş mi? iv) Değişmeli olmayan grup örneği verilmiş mi?
2. soru	i) Normal alt grup tanımlanmış mı? ii) Normal olup değişmeli olmayan alt grup örneği verilmiş mi?
3. Soru	i) Devirli grup tanımı yapılmış mı? ii) Devirli grup örneği verilmiş mi? iii) Devirli olmayan grup örneği verilmiş mi? iv) Değişmeli olup devirli olmayan grup örneği verilmiş mi?
4. soru	i)Bölüm grubu tanımlanmış mı? ii)Bölüm grubunun elemanları ifade edilmiş mi? iii) Bölüm grubu hakkında herhangi bir problem kurulmuş mu?
5. soru	i) İzomorfizmanın hangi durumlarda olduğu ifade edilmiş mi? ii) Şekil çizme veya günlük hayata uyarlama yoluyla cevap bulunmuş mu?

BULGULAR

Çalışmaya gönüllü olarak katılan 11 öğretmen adayına grup teorisi ile ilgili 5 adet sorudan oluşan problem çözme ve kurma taslağı sunulmuştur. Toplam 90 dakika süren çalışma sonucunda öğretmen adaylarının yanıtları toplanmıştır ve her bir soruda ne hissettikleri sorulmuştur. Öğretmen adayının verdiği cevaplar, cevaplardaki kavram yanılgıları, verilen orijinal örnekler, öğretmen adayının soruyu çözerken duygu durumunun nasıl olduğu incelenmiştir. Bulgular kısmı soru soru ele alınarak şekillendirilmiştir.

Birinci soruya ait bulgular

Öğretmen adaylarının en çok cevap verdikleri, örnekleri yanıtlayabildikleri ve cevabı bildiklerini düşündükleri soru, birinci soru olmuştur. 11 öğretmen adayının tümü soruya yanıt vermiştir. Cevaplar grup teori kavram yanılgısı değerlendirme aracındaki basamaklar dikkate alınarak incelenmiştir.

- Öğretmen adaylarından ikisi (Ö5 ve Ö10) öncelikle $(\mathbb{Z},+)$ kümesinin grup olması gerektiğini ifade etmemişler, değişme özelliğini kullanarak doğrudan değişmeli grup olduğunu göstermişlerdir. Grup olması gerektiğini ifade eden fakat ispatı göstermeyen iki öğretmen adayı (Ö1 ve Ö3) vardır. Diğer yedi öğretmen adayı grup olduğunu ispatlamışlardır. Grup olduğunu ispat ederken karşılaşılan ilk kavram yanılgısı yedi öğretmen adayından Ö7 dışındaki altısının kapalılık özelliğini göstermeyi atlamış olmasıdır.
- Ö3 dışındaki on öğretmen adayı da $(\mathbb{Z},+)$ nın değişmeli grup olduğunu ifade etmiş ve ispatlamıştır. Bu ispatta karşılaşılan diğer kavram yanılgısı, on öğretmen adayından Ö1, Ö5, Ö7 ve Ö10 dışındaki altısının, grubun her eleman için değişmeli olması gerektiğini ifade etmemiş olmalarıdır.
- Ö1, Ö5 ve Ö9 dışındaki 8 öğretmen adayı ek değişmeli grup örneği verememiştir.
- Ö2, Ö6, Ö8 değişmeli olmayan grup örneği bulamamıştır. Değişmeli olmayan grup örneği veren öğretmen adayından geriye kalan sekiz öğretmen adayı grup olmayan ve değişmeli olmayan küme örnekleri

vermişlerdir. Bu da kavram yanılgısı olarak değişmeli olmayan grup denildiğinde öncelikle grup olması gerekliliğinin atlandığını göstermektedir.

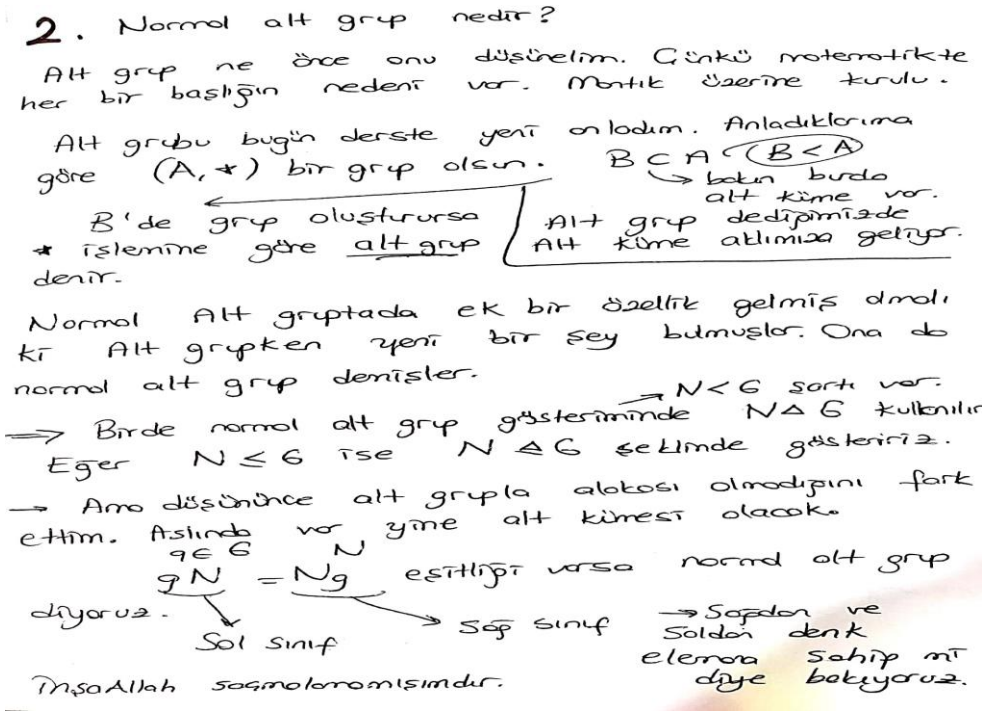
Öğretmen adaylarının kendilerine olan güvenlerinin onların başarısını olumlu yönde etkileyeceği düşünülmektedir. Öğretmen adaylarının zorlanmadıklarını düşünmelerine rağmen çözümlerinde kavram yanılgılarına rastlanmıştır. Bu ise özdeğerlendirmenin yeterince doğru sonuçlar vermeyebileceği anlamına gelir.

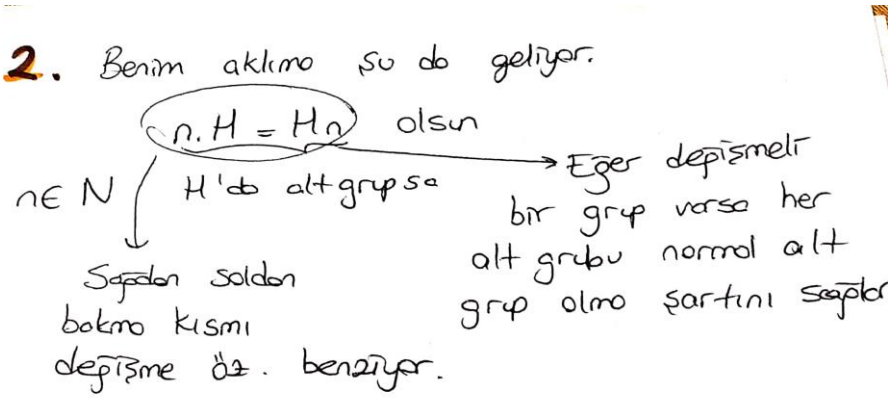
İkinci soruya ait bulgular

Öğretmen adaylarının ikinci soru için verdikleri cevaplar incelenmiştir.

- Ö2 ve Ö5 normal alt grup ve alt grup tanımları arasında fark görmemiştir. Bilinmeyen kavramın yok sayıldığını ifade edebiliriz. Ö4 de hem normal alt grup hem alt grup tanımını vermiştir.
- Ö1, Ö7, Ö11 normal alt grup tanımını yapmış, her eleman için koşulu kontrol etmemiştir. Diğer beş öğretmen adayının tanımları doğrudur.
- Ö11'in normal alt grup tanımını özümsediğini, ilgili soruda görülen tek kavram yanılgısının; gerekli ispatın her eleman için uygulanmadığını anlatım şeklinden görebiliyoruz. Ayrıca gayet iyi ifade edilmiş olmasına rağmen "inşallah saçmalamamışımdır" notu dikkat çekiyor. Bilgisinden emin olmayan öğretmen adayının kendini zorlayarak ezber dışına çıkması ve de daha güzel bir ifade ortaya koymasının mümkün olduğunu da görmek mümkün olabilir.
- Ö10 normalliği gösterirken değişme özelliğinden faydalanmıştır fakat her normal grup değişmeli olmayacağından burada bir kavram yanılgısı ortaya çıkmıştır.

Normal olup değişmeli olmayan grup örneği veren öğretmen adayı yoktur. Kavram yanılgısından ziyade bilgi eksikliği olarak ifade edilebilir.


2. Normal alt grup nedir?
Alt grup ne önce onu düşünelim. Çünkü matematikte her bir başlığın nedeni var. Mantık üzerine kurulu.
Alt grubu bugün derste yeni öğrendim. Anladıklarıma göre (A, *) bir grup olsun. B ⊂ A (B < A) → bakın burda alt küme var.
B'de grup oluşturursa * işlemine göre alt grup denir.
Alt grup dediğimizde Alt küme aklımıza geliyor.
Normal Alt gruptada ek bir özellik gelmiş olmalı ki Alt grupken yeni bir şey bulmuşlar. Ona da normal alt grup denişler.
⟹ Birde normal alt grup gösteriminde → N < G şartı var. N ◁ G kullanılır
Eğer N ≤ G ise N ◁ G şeklinde gösteririz.
→ Ama düşününce alt grupla alakası olmadığını fark ettim. Aslında var yine alt kümesi olacak.
$g \in G$, N
$gN = Ng$ eşitliği varsa normal alt grup diyoruz.
Sol sınıf
Sağ sınıf
→ Sağdan ve Soldan denk elemana sahip mi diye bakıyoruz.
İnşaAllah saçmalamamışımdır.



Görsel 1: Ö11'in 2. Soru için çözümü

Üçüncü soruya ait bulgular

- Öğretmen adaylarının üçüncü soru için verdikleri cevaplar incelenmiştir.

  • Ö1, Ö7, Ö9 sorunun tüm basamaklarını yapabilmiştir. Ö9'da oldukça küçük bir kavram yanılgısı keşfedilmiştir. Devirli olmayan grup örneğinde ($\mathbb{Q}$,+) grubunu seçmiş fakat grup olabilmesi için $\mathbb{Q}^*$ yani sıfırdan farklı elemanların alınması gerektiği atlanmıştır.

  • Ö5, Ö6 değişmeli olup devirli olmayan grup örneği ve devirli olmayan grup örneği verememiştir.

  • Ö8 dışındaki öğretmen adayları devirli grup tanımını vermişlerdir. Ö8 de bilgi eksikliği olduğu düşünülmektedir.

  • Ö10 devirli grubun tek eleman tarafından üretildiğini ve tek elemanlı olduğunu ifade etmiştir. Burada kavram yanılgısı açığa çıkar. Tek elemanla üretilen bir grup tek elemanlı olmak zorunda değildir.

  • Ö11 devirli grup örneği verirken grubu üreten elemanın ilgili grubun her elemanını üretmesi gerektiğini tam olarak özümseyememiştir. Burada da kavram yanılgısı açığa çıkmaktadır. Fakat gösterdiği diğer örnekte doğru şekilde ifade etmiştir.

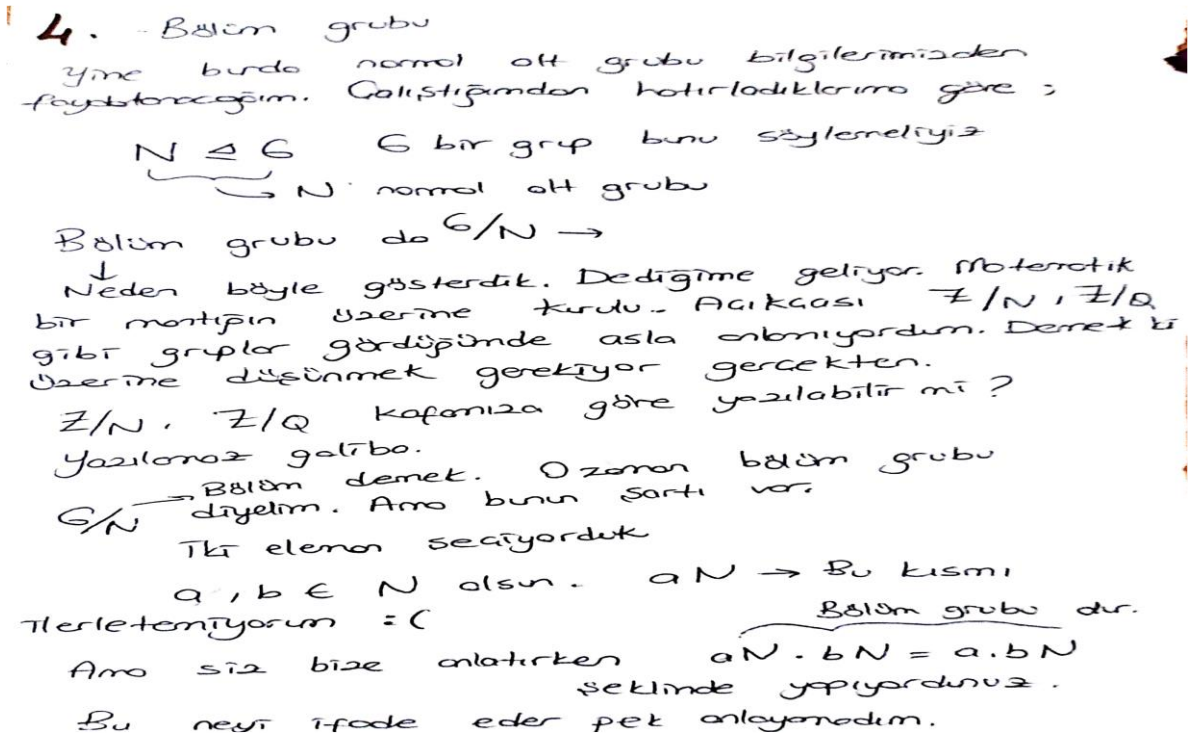
Dördüncü soruya ait bulgular

Öğretmen adaylarının dördüncü soru için verdikleri cevaplar incelenmiştir.

  • Ö1, Ö3, Ö5, Ö9, Ö10 cevabı bilmediklerini ifade ederek boş bırakmışlardır.

  • Ö2, Ö4, Ö6, Ö7, Ö8 sadece tanımı yapabilmiştir.

  • Ö11 tanımı yapabilmiş ve ek olarak örnek vermeye çalışılmış. Fakat burada kavram yanılgılarıyla karşılaşılmaktadır. Eğer $\mathbb{N}$, doğal sayılar olarak alındıysa bir alt grup değildir. Dolayısıyla normal alt grup da değildir. Bu sebeple $\mathbb{Z}/\mathbb{N}$ bir bölüm grubu oluşturamaz. Aynı şekilde $\mathbb{Z}/\mathbb{Q}$ nun bölüm grubu olup olmadığını araştıracak olursak $\mathbb{Q}$ nun $\mathbb{Z}$ nin değil, $\mathbb{Z}$ nin $\mathbb{Q}$ nun (normal) alt grubu olmasından yola çıkılarak $\mathbb{Q}/\mathbb{Z}$ tanımlanabilir. Yani grup olma ön koşulunun tekrar kontrol edilmemesi bir kavram yanılgısı olarak karşımıza çıkmaktadır. $\mathbb{Z}/\mathbb{Q}$ yazılırken hangisinin normal alt grup olduğunu ifade edememek de kavram yanılgısından kaynaklanmaktadır.


4. Bölüm grubu
Yine burda normal alt grubu bilgilerimizden faydalanacağım. Çalıştığımdan hatırladıklarıma göre;
$N \trianglelefteq G$ G bir grup bunu söylemeliyiz
N normal alt grubu
Bölüm grubu da $G/N \rightarrow$
Neden böyle gösterdik. Dediğime geliyor. Matematik bir mantığın üzerine kurulu. Açıkçası Z/N, Z/Q gibi gruplar gördüğünde asla anlamıyordum. Demek ki üzerine düşünmek gerekiyor gerçekten.
Z/N, Z/Q kafanıza göre yazılabilir mi?
Yazılamaz galiba.
$G/N \rightarrow$ Bölüm demek. O zaman bölüm grubu diyelim. Ama bunun şartı var.
Iki eleman seçiyordik
$a, b \in N$ olsun. $aN \rightarrow$ Bu kısmı
Yerleştemiyorum :(
Ama siz bize anlatırken $\underbrace{aN \cdot bN = a.bN}_{\text{Bölüm grubu dur.}}$ şeklinde yapıyordunuz.
- Bu neyi ifade eder pek anlayamadım.

Görsel 2: Ö11'in 4. Soru için cevabı

Beşinci soruya ait bulgular

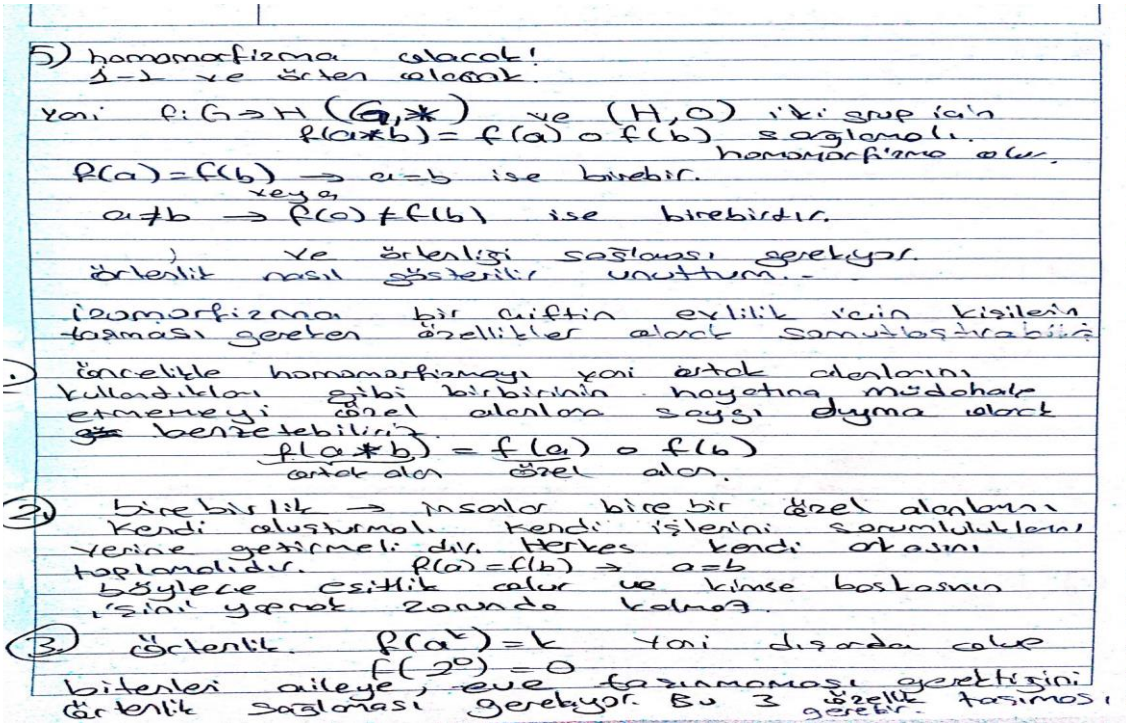
Öğretmen adaylarının beşinci soru için verdikleri cevaplar incelenmiştir.

- Ö1, Ö3, Ö9 cevabı bilmediklerini ifade ederek boş bırakmışlardır.
- Ö4, Ö5, Ö8 tanımı yapmış fakat örnek verememiştir.
- Ö6 homomorfizmadan bahsetmemiştir. Ö2 denklik bağıntısını sağlamak, Ö7 eşlik olarak tanımlamıştır.
- Ö10 ve Ö11 in açıklamaları olması gerektiği gibidir.

Öğretmen adaylarından istenen günlük yaşam örneklerinde yemek şirketleri, anne-çocuk ilişkisi, evlilik ilişkisi, kimya dersi, geometrik şekiller, vücuttaki organlar konu olmuştur. Öğretmen adaylarının kendi ifadeleri ise aşağıda sunulmuştur.

Ö2: *"İzomorfizmi somutlaştıracak olursam bunu bilindik yemek şirketleri gibi düşünebiliriz. Sundukları hizmet, yeme-içme için sundukları ürünlerin aynı olması birbirlerine oldukça benzedikleri için bu durumla benzetilebilir"*

Ö6: *"Günlük hayattan örnek verecek olursak grupları, annenin 2 çocuğuna benzetip, 2 çocuğu arasında birebir sevgi, bakım; örten olarak onları koruyup kollaması bakılarak somutlaştırabiliriz diye düşündüm."*



5) homomorfizma olacak!
1-1 ve örten olmak.

Yani $f: G \to H$ $(G,*)$ ve (H,o) iki grup için
$f(a*b) = f(a) \circ f(b)$ sağlamalı.
homomorfizma olur.

$f(a) = f(b) \to a = b$ ise birebir.
veya
$a \neq b \to f(a) \neq f(b)$ ise birebirdir.

) ve örtenliği sağlaması gerekiyor.
örtenlik nasıl gösterilir unuttum.-

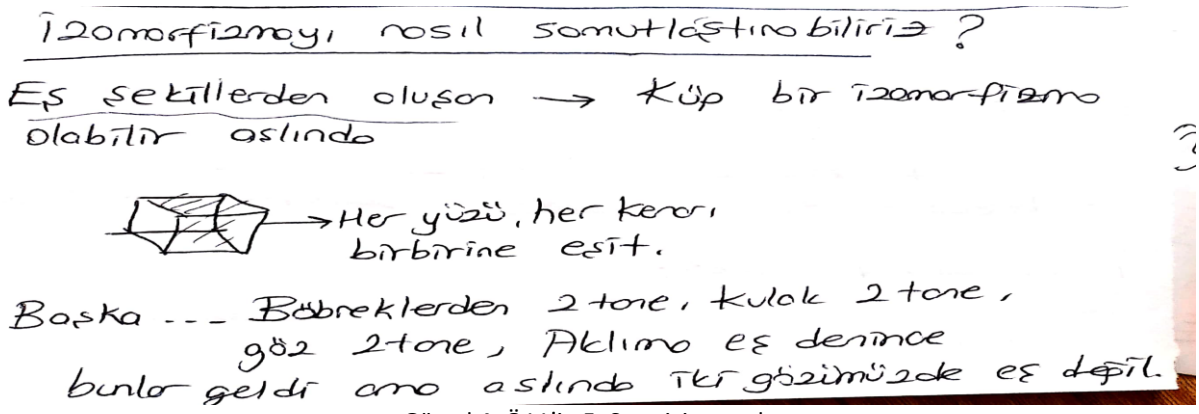
İzomorfizma bir çiftin eylilik için kişilerin taşması gereken özellikler olarak somutlaştırabiliriz

1.) öncelikle homomorfizmayı yani ortak alanlarını kullandıkları gibi birbirinin hayatına müdahale etmemeyi özel alanlara saygı duyma olarak benzetebiliriz.
$f(a*b) = f(a) \circ f(b)$
ortak alan özel alan.

2.) birebirlik → insanlar birer bir özel alanlarını kendi oluşturmalı. kendi işlerini sorumluluklarını yerine getirmeli dır. Herkes kendi ortasını toplamalıdır. $f(a) = f(b) \to a = b$
böylece eşitlik olur ve kimse başkasının işini yapmak zorunda kalmaz.

3.) örtenlik. $f(a^k) = k$ yani dışarıda olup
$f(2^0) = 0$
bitenleri aileye, eve taşınmaması gerektiğini
örtenlik sağlaması gerekiyor. Bu 3 özellik taşınması gerekir.

Görsel 3: Ö10'un 5. Soru için cevabı



İzomorfizmayı nasıl somutlaştırabiliriz?

Eş şekillerden oluşan → Küp bir izomorfizma olabilir aslında

→ Her yüzü, her kenarı birbirine eşit.

Başka --- Böbreklerden 2 tane, kulak 2 tane, göz 2 tane, Aklıma eş dersince bunlar geldi ama aslında iki gözümüzde eş değil.

Görsel 4: Ö11'in 5. Soru için cevabı

Tüm sorular için ortak düşünce bildiren öğretmen adaylarının görüşleri ise aşağıdaki gibidir.

Ö8: *"Tanımlar zihnimde somutlaşmış değil. Hatta somutlaştığını sandığım bazı tanımlar/ kavramlar için de örek veremediğimi fark ettim. Üniversitede aldığım çoğu matematik dersinde, kavramları açık ve net bir şekilde bilmediğimi fark ettim. Örnek soruları çözüp tanımları yapabiliyorum ancak o konular hakkında yeni soru üretemiyorum ya da tanıma dayalı örnek veremiyorum. Bunun birçok sebebi olsa da ana sebebi benim. Konulara birçok farklı kaynaktan çalışmalıyım."*

Ö10: *"Genel olarak sorular tanıdık, benzer sorular. İşleme dökmede zorlandım. Hatırladığım kadarıyla çözmeye çalıştım. Bilgiler var ama ya eksik ya da unutuluyor. Defterden bakıp yapsaydım hepsini yanıtlardım ama. Benden bu kadar hocam. :) "*

Tüm verilerin incelenmesi sonucu ortaya bir kavram yanılgısı listesi çıkmıştır. Bu listenin, kavram yanılgılarını bilmenin cebir öğretimi için önemli olduğu düşünülmektedir.

Tablo 3. Kavram Yanılgıları Listesi

Sorular	Kavram Yanılgıları
Birinci Soru	$\mathbb{Z}$ nin değişmeli grup olduğunu göstermek için öncelikle tam sayılar kümesinin + işlemine göre grup olduğunu gösterme aşaması atlanmıştır.
	Grup olduğu gösterilirken kapalılık özelliğinin gösterimi atlanmıştır.
	Grubun her elemanı için değişme özelliğinin kontrol edilmesi gerektiği unutulmuştur. Örnek verilerek seçilen birkaç eleman için doğruluğu gösterilmiştir.
	Değişmeli olmayan bir grup araştırılırken öncelikle grup olması gerekliliği atlanarak, grup olmayan ve değişmeli olmayan küme örnekleri verilmiştir.
	Gruplar ele alınırken tanımlı oldukları ikili işleme göre eleman seçilmesinin gerekliliği atlanmıştır.
	Rasyonel sayıların dahil olduğu çarpımsal grupta 0 dan faklı elemanların seçilmesi gerekliliği atlanmıştır.
İkinci Soru	Tek eleman için değişme özelliği sağlanıyorsa diğerlerine bakmaya gerek yok gibi düşünülmüş, her elemanın kontrolünün gerekliliği atlanmıştır.
	Normal alt grup ve alt grup tanımı arasında fark yokmuş gibi davranılmıştır. "Normal" kelimesinin bir şey ifade etmediği düşünülüp yok sayılmıştır.
	Normal alt grup ve değişmeli alt grup karıştırılmaktadır.
Üçüncü Soru	Tek eleman tarafından üretilmesinin, tek elemana sahip olması demek olmadığı bilinmemektedir.
	Grubu üreten elemanın ilgili kümenin her elemanını üretmesi gerektiği tam olarak özümsenememiştir
Dördüncü Soru	Bölüm grubu tanımı genel olarak bilinmemektedir.
	Bölüm grubunun oluşturulması için kosetin grubun normal alt grubu olmasının gerekliliği ifade edilmesine rağmen, grup dahi olmayan örnekler verilmiştir.
Beşinci Soru	Bir fonksiyonun izomorfizma olması için öncelikle homomorfizma olması gerekliliği atlanabilmektedir.

Öğretmen adaylarının soruları çözerken hissettikleri ve ifade ettikleri duygu durumları aşağıdaki tabloda sunulmuştur.

Tablo 4. Öğretmen Adaylarının Duygu Durumları

	Birinci Soru	İkinci Soru	Üçüncü Soru	Dördüncü Soru	Beşinci Soru
Kendimi yetersiz hissettim	Ö6	Ö6, Ö11	Ö10, Ö7	Ö2, Ö3, Ö4, Ö5, Ö6, Ö7, Ö9, Ö10, Ö11	Ö3, Ö4, Ö7, Ö9.
Soruyu çözemediğim için öfkelendim		Ö6	Ö6		
Kendime hep güvendim	Ö1, Ö7, Ö10	Ö5			Ö10
Yapamayacağımı düşünerek kaygılandım	Ö6	Ö1, Ö6, Ö11	Ö5, Ö7, Ö10		
Yeterli bilgiye sahip olmadığımı anladım	Ö5, Ö6	Ö1, Ö4, Ö10	Ö7	Ö2, Ö3, Ö5, Ö6, Ö7, Ö9, Ö10, Ö11	Ö3, Ö4, Ö5, Ö6, Ö7, Ö9, Ö10

TARTIŞMA VE SONUÇ

Cebir dersi alan 28 ilköğretim matematik öğretmen adayı arasından gönüllü olan 11 öğretmen adayının grup teoriye dair kavram yanılgıları problem çözme ve kurma yoluyla tespit edilmiştir. Burada ölçülen öğretmen adaylarının ispat etme, akıl yürütme ve ayırt etme becerileridir. En çok tespit edilen kavram yanılgıları ifade edilecektir. Altı öğretmen adayı bir kümenin bir işleme göre grup olduğunu gösterirken kapalılık özelliğinin gösterimini atlamıştır. Altı öğretmen adayı bir grubun değişmeli olması için her elemanın değişme özelliğini sağlaması koşulunu ispatlamamış, seçilen birkaç eleman için doğruluğu göstererek örnek vermiştir. Aynı kavram yanılgısı ikinci soru için de tespit edilmiştir. Kümeden birkaç eleman seçerek örnek vermenin bir ispat yöntemi olmadığı bilinmektedir. Örnek vermek; yalnızca varlık ispatı ve bir ifadenin yanlış olduğunun gösterilmesi için kullanışlıdır. Değişmeli olmayan grup örneği vermesi istenen öğretmen adaylarından sekizi bir grup olma gerekliliğini atlayarak, grup olmayan ve değişmeli olmayan küme örnekleri vermişlerdir. Bundan ötürü ifadenin tümüyle olumsuz anlaşıldığı düşünülmektedir. 11 öğretmen adayı tarafından cevaplanan ve öğretmen adaylarının öz değerlendirme yaptıklarında konuya hakim olduklarını düşündükleri soru 1. soru olsa da ifade edilen kavram yanılgılarına rastlanmıştır. Cebir dersinin soyut olması sebebiyle zor bir ders olarak görüldüğü bilinmektedir. Bunu soyut cebir dersi özelinde açığa çıkarabilmek adına öğretmen adaylarının soruları çözerken oluşan duygu durumları belirlenmiştir. En çok kendilerine güvendikleri soru birinci soru olmakla birlikte sorunun içerisinde örnek vermeleri, problem kurmaları istendiğinde bu güvenin yetersiz hissetmeye dönüştüğü de gözlemlenmiştir. Kendilerine güvenmedikleri sorularda ise bir kısım öğretmen adayının kaygıya kapılarak soruyu çözmeyi bırakması ve bir kısım öğretmen adayının ise kendilerini zorlayarak daha üretken olması durumu izlenmiştir. Öğretmen adaylarından günlük yaşam örnekleri vermeleri istendiğinde kavramsal olarak öğrenmenin sağlandığı öğretmen adaylarının üretken olabildikleri ifade edilebilir.

Arıkan'ın (2015) çalışmasına göre grup teorisinde karşılaşılan genel kavram yanılgılarından birinin kapalılık özelliğinin, iyi tanımlılığın gösterilmemesi ve sanki varmış gibi kabul edilerek ispata başlanmasıdır. Araştırmacı b kavram yanılgısının öğretmen adaylarının grup olma özelliklerini ezberlemelerinden ve düşünmeden işlem yapmalarından kaynaklı olduğunu ifade etmektedir. Stavrou'nun (2014) çalışmasında ise ispat yöntemlerindeki kavram yanılgıları ortaya çıkarılmıştır. Öğrencilerin örnek vererek ispat yapmaya çalıştıkları ve ispat edecekleri durumu varsayarak ispata başladıkları gözlenmiştir. Bu çalışmada da Stavrou ve Arıkan'ın araştırmalarındaki kavram yanılgılarının bazıları ile benzer kavram yanılgılarına ulaşılmıştır. Bu kavram yanılgılarının sebebi ortaokul ve lise düzeyinde öğrenilen matematiğin yetersiz, işlemsel yönlü ve sonuç odaklı olmasından kaynaklanabilir (Arıkan, 2015).

Öğretmen adaylarının hazırbulunuşluklarının iyileştirilmesi ve öğrenmenin kavramsal boyutta olması için soyut düşünmenin önemi önceki öğretim düzeylerinde dikkate alınabilir. Matematik müfredatındaki boşlukların doldurulması işlemsel ve sonuç odaklı öğretimin yanında cebir öğretiminde denk ilişkilere, kavramlara, günlük hayat ilişkilendirmelerine önem verilmesi faydalı olabilir.

KAYNAKÇA

Akkaya, R., & Durmuş, S. (2006). İlköğretim 6-8. sınıf öğrencilerinin cebir öğrenme alanındaki kavram yanılgıları. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 31 (31)*, 1-12.

Arıkan, E. E., & Ünal, H. (2013). Problem Posing and Problem Solving Ability of Studenrs with Different Socio Economics Levels. *International Journal Social Science Research 2(2)*, 16-25.

Arikan, E. E., Ozkan, A., & Ozkan, E. M. (2015). An Examination in Turkey: Error Analysis of Mathematics Students on Group Theory. Educational Research and Reviews, 10(16), 2352-2361.

Baki, A., & Bütüner, S. Ö. (2011). Cebirin tarihsel gelişimi. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education 2(3)*, 198-231.

Çelik, A., & Özdemir, E. Y. (2011). İlköğretim Öğrencilerinin Orantısal Akıl Yürütme Becerileri İle Oran-Orantı Problemi Kurma Becerileri Arasındaki İlişki. *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi Sayı 30*, 1-11.

Çevik, A. (2019). *Matematik Felsefesi ve Matematiksel Mantık.* İstanbul: Nesin Yayıncılık.

Dede, Y., & Argün, Z. (2003). Cebİr, öğrencİlere nİçİn zor gelmektedİr? why do students have difficulty with algebra? *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi 24*, 180-185.

Dede, Y., & Yaman, S. (2005). Matematik Öğretmen Adaylarının Problem Kurma ve Problem Çözme Becerilerinin Belirlenmesi. *Eurasian Journal of Educaitonal Research, 18*, 41-56.

Gökkurt, B., Örnek, T., Hayat, F., & Soylu, Y. (2015). Öğrencilerin Problem Çözme ve Problem Kurma Becerilerinin Değerlendirilmesi. *Bartın Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 4(2)* , 751-774.

Stavrou, S. G. (2014). Common Errors and Misconceptions in Mathematical Proving by Education Undergraduates. *IUMPST: The Journal. Vol 1*, 1-8.

Stewart, I. (2012). *Matematiğin Kısa Tarihi.* İstanbul: ALFA Basım Yayım.

Subaşı, M., & Okumuş, K. (2017). Bir Araştırma Yöntemi Olarak Durum Çalışması. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 21(2)*, 419-426.

Şengül, S., & Erdoğan, F. (2013). İlköğretim Öğrencilerinin Cebirsel Problemleri Çözme Başarılarının Üstbilişsel Bilgi Bağlamında İncelenmesi. *NWSA-Education Sciences, 1C0596, 8, (4),*, 411-427.

Yıldızhan, B., & Şengül, S. (2017). 6. Sınıf Öğrencilerinin Harflerin Anlamına Yönelik Kavram Yanılgılarının Aritmetikten Cebire Geçiş Süreci Bağlamında İncelenmesi ve Öğrencilerin Matematik Tutumları ve Öz Yeterlikleri İle Karşılaştırılması. The Journal of International Lingual Social and Educational Sciences, 3(2), 249-268.

YEŞİL MOBİLİTE: ELEKTRİKLİ ARAÇLAR ÜZERİNE BİR LİTERATÜR İNCELEMESİ

Gizem BEDİROĞLU
Yalova Üniversitesi, Yalova, Türkiye, bediroglugizem@gmail.com

ÖZET

Yeşil mobilite, günümüzde çevresel sürdürülebilirlik amacıyla elektrikli araçların yaygın kullanımını teşvik eden bir strateji olarak öne çıkmaktadır. Elektrikli araçlar, çevresel etkileri en aza indiren ve enerjisini elektrikle sağlayan taşıtlardır. Elektrikli araçlar, literatürde hem fen bilimleri hem de sosyal bilimler alanında birçok çalışmaya konu olmuştur. Çalışmada, yeşil mobilite kavramının açıklanması ve mevcut elektrikli araçlar literatürünün sosyal bilimler alanındaki çalışmaların incelenmesi amaçlanmıştır. Diğer yandan araştırmada, belirli kriterlere dayalı olarak seçilen ve incelenen kaynaklar kullanılarak sistematik bir literatür taraması gerçekleştirilmiştir. Elektrikli araçlar ve yeşil mobilite stratejileri, çevresel bilinci arttırmaktadır. Yanı sıra, teknolojik gelişmelerle de birleşerek gelecekte daha temiz ve sürdürülebilir bir ulaşımı temsil etmektedir. Elektrikli araçların yaygınlaşması, sürdürülebilir ulaşımın önemini vurgulayarak, geleceğin temiz ve çevreci mobilitesine yönelik bir dönüşümü tetiklemektedir. Bu bağlamda, yapılan çalışmaların derinlemesine analizi, sürdürülebilir ulaşım konusunda daha kapsamlı bir anlayış geliştirmemize katkı sağlayacaktır. Yeşil mobilite ve elektrikli araç stratejilerin benimsenmesi, sadece çevresel avantajları değil, aynı zamanda enerji bağımsızlığını artırarak ekonomik ve sosyal faydaları da beraberinde getirmektedir. Elektrikli araçların ve yeşil mobilitenin avantajları, toplumları daha sürdürülebilir bir geleceğe doğru adım atmaya teşvik eden önemli unsurlardır. Çalışma kapsamında, elektrikli araçlar üzerine bir literatür incelemesi gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın verileri, Google Akademik ve Dergipark veri tabanında taramalar ile elde edilmiştir. Taramalar esnasında "elektrikli araçlar" söz öbeğinin Türkçe ve İngilizce dilindeki karşılıklarının araştırmanın başlığında ya da anahtar kelimelerinde yer almasına dikkat edilmiştir. Bu çalışmada, 2015-2024 Şubat dönemi içerisinde sosyal bilimler alanında yürütülen 35 çalışmaya yer verilmiştir. Literatürde yer alan araştırmalar yayın yılı, yayın dili, tarandığı indeks, kullanılan yöntem, yazar dağılımı gibi çeşitli faktörlere göre sınıflandırılmıştır. Bu çalışma, sosyal bilimler alanında gerçekleştirilen elektrikli araçlarla ilgili çalışmaları detaylı bir şekilde inceleyerek literatürdeki eksikliklere ışık tutmuştur. Gelecekteki araştırmalarda, elektrikli araçlar konusu fen bilimleri alanının da incelendiği daha geniş bir bakış açısıyla ele alınabilir. Öte yandan uluslararası alanda daha kapsamlı bir literatür taraması yapılarak, uluslararası indekslerde yer alan çalışmalar da dâhil edilebilir. Sonuç olarak, bu araştırma elektrikli araçlarla ilgili mevcut durumu ortaya koymak ve gelecekte yapılacak araştırmalara katkı sağlamayı hedeflemektedir.

Anahtar Kelimeler: Yeşil mobilite, elektrikli araçlar, literatür taraması.

GREEN MOBILITY: A LITERATURE REVIEW ON ELECTRIC VEHICLES

Gizem BEDİROĞLU
Yalova University, Yalova, Turkey, bediroglugizem@gmail.com

ABSTRACT

Green mobility stands out as a strategy promoting the widespread use of electric vehicles for the purpose of environmental sustainability in today's context. Electric vehicles are vehicles that minimize environmental impacts and derive their energy from electricity. In the literature, electric vehicles have been the subject of numerous studies in both the natural and social sciences. This study aims to explain the concept of green mobility and examine the literature on electric vehicles in the field of social sciences. Additionally, a systematic literature review was conducted in this research using selected sources based on specific criteria. Electric vehicles and green mobility strategies contribute to increasing environmental awareness and combined with technological advancements, represent a cleaner and more sustainable future for transportation. The widespread adoption of electric vehicles emphasizes the importance of sustainable transportation, triggering a transformation towards a cleaner and more environmentally friendly mobility in the future. In this context, a thorough analysis of the conducted studies will contribute to developing a more comprehensive understanding of sustainable transportation. The adoption of green mobility and electric vehicle strategies not only brings environmental benefits but also enhances energy independence, leading to economic and social advantages. The advantages of electric vehicles and green mobility are essential elements that encourage societies to take steps towards a more sustainable future. Within the scope of this study, a literature review on electric vehicles was conducted. The data for the research were obtained through searches on Google Scholar and Dergipark databases. During the searches, attention was paid to the presence of the phrase "electric vehicles" in Turkish and English, either in the title or keywords of the research. This study includes 35 works conducted in the field of social sciences from February 2015 to February 2024. The studies in the literature were classified based on various factors such as publication year, language, indexed database, research method, and author distribution. By meticulously examining studies related to electric vehicles in the field of social sciences, this study sheds light on gaps in the literature. In future research, the topic of electric vehicles could be approached with a broader perspective that also includes the natural sciences. Additionally, a more comprehensive literature review could be conducted internationally, including studies available in international indexes. In conclusion, this research aims to present the current state of electric vehicles and contribute to future research in the field.

Keywords: Green mobility, electric vehicles, literature review.

GİRİŞ

Yeşil mobilite, çevresel etkileri en aza indirmek için enerji verimliliği ve çevre dostu taşıma araçlarına odaklanan sürdürülebilir bir ulaşım yaklaşımını temsil etmektedir. Elektrikli araçlar, geleneksel içten yanmalı motorlu araçların aksine elektrik enerjisi kullanarak çalışan taşıtlardır. Elektrikli araç teknolojisinin hızla gelişmesi, geleneksel fosil yakıtlı araçların çevresel etkilerini azaltma potansiyeli taşımaktadır (Adnan ve ark., 2018). Bu araştırmada, sosyal bilimler alanında yakın zamanda yapılmış olan elektrikli araçlarla ilgili çalışmaların literatürünün ele alınarak incelenmesi amaçlanmaktadır.

Artan nüfus ve buna bağlı enerji talebinin artışı, günümüzde fosil yakıtların ana enerji kaynağı olarak kullanılmasına ve hızla tükenmesine yol açmaktadır (İşen ve Tarlak, 2018). Bu durum, elektrikli otomobillerin önemini arttırmaktadır (Hamurcu ve ark., 2021). Elektrikli araçlar, çevre dostu ve sürdürülebilir bir ulaşım alternatifi olarak öne çıkmaktadır. Elektrikli araçların düşük karbon salınımı, hava kalitesini arttırma ve iklim değişikliğiyle mücadeleye olumlu bir katkı sağlama kapasitesine sahiptir. Elektrikli araçların yaygınlaşması, sürdürülebilir ulaşımın önemini vurgulayarak geleceğin temiz ve çevreci mobilitesine yönelik bir dönüşümü tetiklemektedir (Kocabey, 2018). Bu dönüşüm, fosil yakıtlara bağımlılığı azaltarak iklim değişikliğiyle mücadelede önemli bir adımı temsil etmektedir. Bunun yanı sıra, elektrikli araçların yaygınlaşmasının, enerji tüketiminin daha verimli kullanılmasına katkı sağlaması hedeflenmektedir (İşen ve Tarlak, 2018). Bu sayede, elektrikli araç satışlarının artması yalnızca emisyonlar açısından değil aynı zamanda enerji kaynaklarının sürdürülebilirliği açısından da büyük bir önem arz etmektedir.

Elektrikli araçlar ve yeşil mobilite stratejileri, çevresel bilinci artırarak ve teknolojik gelişmelerle birleşerek gelecekte daha temiz ve sürdürülebilir bir ulaşımı sağlaması hedeflenmektedir (Özen ve ark., 2023). Günümüzde, elektrikli araç kullanımının artış göstermesi şarj istasyonu ihtiyacını da beraberinde getirmektedir (İpek, 2022). Ayrıca, elektrikli araçların ve yeşil mobilite stratejilerinin benimsenmesi, şarj altyapısının geliştirilmesini teşvik etmektedir. Şehirlerde ve otoyollar boyunca kurulan şarj istasyonları, elektrikli araç kullanıcılarına daha fazla güvenlik ve kullanım kolaylığı sağlamaktadır (Karapınar ve Daldaban, 2022). Bu durum, elektrikli araçları günlük hayata entegre etme sürecini hızlandırmaktadır.

Yeşil mobilite ve elektrikli araç stratejilerin benimsenmesi, sadece çevresel avantajlar açısından değil aynı zamanda enerji bağımsızlığını da arttırarak ekonomik ve sosyal faydaları beraberinde getirmektedir (Ari, 2020). Diğer yandan, elektrikli otomobiller ve yeşil mobilite, toplumların daha sürdürülebilir bir geleceğe doğru adım atmasına yardımcı olan önemli araçlardır. Bu bağlamda, ele alınan elektrikli araç çalışmalarının detaylı analizi, sürdürülebilir ulaşım konusunda geniş bir bakış açısı kazanmamızı sağlayacaktır.

Elektrikli araçlar, literatürde birçok alanda araştırmaya konu olmuştur. Bu çalışmada ise, 2015-2024 Şubat dönemi içerisinde sosyal bilimler alanında gerçekleştirilen elektrikli araçlarla ilgili sistematik bir literatür taramasının yapılması amaçlanmaktadır. Google Akademik ve Dergipark veri tabanlarından elde edilecek verilerle yapılacak analizler, literatürdeki eksikliklere odaklanarak sosyal bilimler alanındaki elektrikli araçlarla ilgili mevcut durumu detaylı bir şekilde ortaya koymayı hedeflemektedir.

LİTERATÜR TARAMASI

Yeşil mobiliteye örnek olan elektrikli araçlar, çevre dostu özellikleri ve enerji verimliliği sunmaları nedeniyle küresel ölçekte hızla popülerlik kazanmalarına neden olmaktadır. Bu çalışma, elektrikli araçlarla ilgili yapılan araştırmaların derlenmesine yönelik yapılan sistematik bir literatür incelemesidir. Araştırmanın elektrikli araçlar alanında yapılacak olan diğer çalışmalara kapsamlı bir kaynak olacağı düşünülmektedir.

Ustabaş (2015) çalışmasında, elektrikli araçların gelişimiyle birlikte bu araçların Türkiye ekonomisine ve özellikle

dış ticaretine sağlayacağı katkılar incelenmiştir. Elektrikli otomobillerin çevre dostu olmalarına ek olarak yerli üretim yedek parçalarının ve özellikle bataryalarının dış ticaret üzerindeki olumlu etkileri üzerinde durulmuştur. Yerli yenilenebilir enerji kaynaklarından elde edilecek elektrik ile çalışacak elektrikli araçların olumlu etkilerinin daha da artacağı belirtilmiştir.

Cuma ve arkadaşlarının (2016) gerçekleştirdikleri araştırmada, yakın gelecekte Çukurova Üniversite'sinde kullanılması planlanan elektrikli araçlar için şarj istasyonu altyapısı ve bu altyapının mevcut sistemle entegrasyonu incelenmiştir. Araştırmada MatLab/Simulink uygulamasından yararlanılarak modelleme ve simülasyonlar gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın sonuçları, üniversitede incelenen sistemin akım, gerilim ve aktif-reaktif güç değerlerinin uygun olduğunu göstermektedir. Ayrıca, yapılan simülasyonlar, öngörülen şehir içi elektrikli araç talebini karşılamak için üniversite altyapısının yeterli olduğunu ve şarj devrelerinin başarılı olduğunu vurgulamaktadır.

Küçükoğlu ve Öztürk (2016) yaptıkları araştırmada, elektrikli araçların lojistik operasyonlarında etkin bir şekilde kullanılabilmesi için şarj istasyonlarını da içeren karma tamsayılı bir matematiksel model geliştirmişlerdir. Yapılan analizler, heterojen filonun toplam dolaşım mesafelerinde ve kullanılan araç sayılarında belirgin bir azalış sağladığını göstermiştir. Homojen filo ile bazı problemlerin çözülemeyeceği durumlarda, heterojen filo ile uygun bir çözüm elde edilebileceği bulunmuştur.

Güven ve Rende (2017) yaptıkları çalışma kapsamında, elektrikli araçların hafifletilmesi amacı ile kullanılan malzemeler ve bu malzemelerin seçiminde dikkat edilmesi gereken durumlar incelenmiştir. Malzeme seçiminde, çevresel etkileri en aza indirgemek için kullanım, bakım, üretim ve geri dönüşüm aşamalarının değerlendirilmesi gerekli görülmüştür. Sonuç olarak, bu süreçlerde malzemenin çevreci olması, güvenlik standartlarına uygun olması ve toplam maliyetinin dengeli bir şekilde hesaplanmasının önemine vurgu yapılmıştır.

Karamehmet ve Morgül (2018) gerçekleştirdikleri literatür taraması çalışmasında, Türkiye'deki tüketicilerin elektrikli araç tercihlerini ve bu araçların tanıtımına yönelik önerileri incelemeyi amaçlamışlardır. Araştırmanın sonuçlarına göre, tüketicilerin elektrikli araçları tercih etmeleri için bilgilendirilmeleri ve faydalarının önemi vurgulanmıştır. Ayrıca, şarj süresi ve şarj istasyonu sayısı gibi altyapı eksikliklerinin giderilmesi ve maliyet avantajlarının tanıtılması öncelikli olarak belirlenmiştir. Elektrikli araçların pazarlama stratejilerine entegre edilmesi ve çevre bilincinin artırılması da önerilen önlemlerin arasında yer almaktadır.

Koç ve Özceylan (2018) çalışmalarında, yeşil ve elektrikli araç rotalama problemleri üzerine literatür taraması yaparak gelecekteki araştırmalara yönelik öngörüler sunmuşlardır. Literatür incelendiğinde genellikle metasezgisel çözüm algoritmalarının geliştirildiği görülmektedir. Özellikle son 5 yılda elektrikli araç rotalama problemlerine dair yapılan çalışmaların arttığı ancak konunun hala olgunlaşmadığı belirlenmiştir.

Sarıkurt ve Balıkçı (2018) araştırmalarında, batarya sağlığının Göreceli Kapasite (GK) ile ifade edilmesi ve basit bir GK tahmin yönteminin önerilmesi üzerinde durulmuştur. Elektrikli araçlarda kullanılacak bir hücrenin sağlık durumunun belirlenmesi için basit bir yöntem önerilmiş, ayrıca doğrulanmış bir batarya modelinin tasarımı da sunulmuştur. Önerilen GK tahmin yöntemi, sürüş öncesi tamamen doldurulmuş bataryalara uygulanabilmektedir.

Dolayısıyla, araçtaki bataryanın tamamen doldurulduğu her seferinde, bir hazırlık işlemi ile bataryaların sağlığı hakkında tutarlı bilgi elde edilebileceği sonucuna varılmıştır.

Ustabaş ve Simav (2018) çalışmalarında, Türkiye'de elektrikli araçların yaygınlaşmasının istihdam, dış ticaret dengesi ve çevre üzerindeki potansiyel etkilerini değerlendirmek amacıyla bu sektörde çalışan yöneticilerin görüşlerini temel alarak bir araştırma yapılmıştır. Araştırmada, kolayda örnekleme yöntemiyle belirlenen beş katılımcıyla derinlemesine mülakatlar gerçekleştirilmiştir. Bulgular, elektrikli araçların yaygınlaşması için kamu güveninin sağlanması, finansal teşviklerin ve vergi desteklerinin önemine işaret etmektedir. Katılımcılar, elektrikli araçların Türkiye ekonomisi üzerinde orta vadeli olumlu etkileri olacağı konusunda genel bir görüş birliği içindedir ancak istihdam konusunda net bir görüş birliği sağlanamamıştır.

Yenigün ve Utlu'nun (2018) çalışmasında, elektrikli araçlardaki batarya sorunları ele alınarak batarya yönetim sistemleri açıklanmıştır. Ayrıca, elektrikli araçlarda yaygın olarak kullanılan soğutma sistemleri incelenmiş ve değerlendirilmiştir. Sonuç olarak, elektrikli araçlarda mutlak suretle termal yönetim sistemi tasarlanması gerektiği belirlenmiştir. Elektrikli araç termal yönetim sisteminde yüksek verimliliğe sahip hava soğutmalı sistemlerin kullanılabileceği ancak yüksek voltajlı bataryalara sahip araçlarda hava soğutmalı sistemin yetersiz kalabileceği belirtilmiştir.

Çiçek ve Erdinç'in (2019) çalışmasında, PV-batarya hibrit sistemi içeren bir otoparkta elektrikli araçların ekonomik bakımdan en uygun şekilde şarj edilmesi için bir karışık tamsayılı doğrusal programlama modeli geliştirilmiştir. Çalışmanın sonuçlarına göre, PV-batarya hibrit sisteminin toplam elektrik maliyetini düşürdüğü gözlemlenmiştir. Ayrıca, PV sisteminin toplam elektrik maliyetini azaltmada önemli bir katkısı olduğu, ancak batarya enerji depolama sisteminin elektrik maliyetini düşürmede beklendiği kadar etkisini göstermediği belirtilmiştir.

Ağabulut ve Bakır (2019) tarafından yapılan çalışma, dünya genelinde ve özellikle Türkiye’de elektrikli araçların geleceğini değerlendirmeyi amaçlamıştır. Araştırmada, elektrikli araçlar ile içten yanmalı motorların karşılaştırması yapılmış ve araçların ekolojik etkileri üzerinde bilgiler verilmiştir. Son olarak, elektrik enerjisi tüketiminin artmasıyla başa çıkma alternatifleri arasında ülkenin nükleer enerji politikası da ele alınmıştır. Çalışma sonucunda, elektrikli araçlar Türkiye gibi kendi petrol rezervi bulunmayan ülkeler için petrol tüketimini azaltarak ülke ekonomilerini olumlu yönde etkileyebileceği belirtilmiştir. Ancak, elektrikli araçların benimsenmesini teşvik etmek için şarj istasyonlarının arttırılması gerektiği vurgulanmıştır. Ayrıca, elektrikli araçların uzun mesafeli yolculuklar için henüz uygun olmadığı bu nedenle şarj süresi ile ilgili daha fazla araştırmaya ihtiyaç olduğu sonucuna varılmıştır.

Güven ve Gedik (2018) tarafından gerçekleştirilen araştırmada, yeniden kullanım, geri kazanım ve geri dönüşüm, atık azaltma gibi çevresel yönetim stratejileriyle kullanım ömrünü tamamlamış elektrikli araç bataryalarının değerlendirilmesine nitel bir çalışma ile odaklanılmıştır. Tüm seçenekler göz önüne alındığında, bataryaların faydalı kullanım ömürlerini artırarak ekonomik ve çevresel açıdan katkı sağlayacak olan yeniden kullanım en etkili yöntem olduğu sonucuna varılmıştır.

Öz (2019) çalışmasında, hibrid ve elektrikli araçlar ile şarj üniteleri ya da otoparkların güvenlik veya işlevsellik

açısından bütünleşik olarak incelenmesi amaçlanmıştır. Hava kirliliğinden kaynaklanan maliyetlerin artmasıyla, plug-in hibrit (PHEV) ve batarya elektrikli araçlar (BEV) dünyada kaçınılmaz bir tercih haline geldiği vurgulanmıştır. Bu araçların ekonomik olabilmesi için gerekli altyapıların, şarj istasyonları, otoparklar, ağlar ve fiyatlandırma sistemlerinin kurulması gerektiği belirtilmiştir. Bununla birlikte, uygun ticari tesislerin sağlanması ve teşvik edici yasal düzenlemelerin yapılmasının da önem arz ettiği açıklanmıştır. Sonuç olarak, elektrikli ve hibrid araçların yaygınlaşması için gereken altyapının oluşturulması ve uygun yasal düzenlemelerin sağlanması kritik öneme sahip olduğu belirlenmiştir.

Durmuş ve Kaymaz (2020) araştırmasında, elektrikli araçlar ve bataryaları üzerinde yapılan incelemenin ardından, temaslı ve temassız şarj yöntemleriyle ilgili kapsamlı bilgilendirme yapılmıştır. Elektrikli araç teknolojisinin, batarya teknolojileriyle şarj istasyonlarının gelişmesi ve yaygınlaşmasıyla birlikte yollarda elektrikli araçların sayısında artış beklenmekte olduğu vurgulanmıştır. Gelecekte, petrol kaynaklarına yönelik mücadelede olduğu gibi elektrik ve elektrikli araç teknolojilerine odaklanılarak benzer bir çaba gösterileceği öngörülmüştür.

Erdem'in (2020) elektrikli araçlarla ilgili çalışmasında, elektrikli araçla periyodik teknisyen rotalama ve şarj istasyonu yeri belirleme problemine değinilmiştir. Geleneksel personel rota planlama ve çizelgeleme problemlerine, elektrikli araçlar ve bu araçların şarj istasyonlarının dahil edilmesiyle daha karmaşık bir yapı oluşturulmuştur. Problemin modellemesinde karma tam sayılı programlama kullanılmış ve gerçek hayattan elde edilen verilerle CPLEX çözümleyicisi ile hesaplama yapılmıştır. Ancak, farklı boyuttaki problemlerin çözümü için değişken komşu arama sezgiseli gibi sezgisel yöntemler de kullanılmıştır. Yapılan hesaplamalı karşılaştırma analizleri sezgisel yöntemin CPLEX çözücüsünden daha iyi sonuçlar üretebildiğini ve optimum çözüme ulaşabildiğini göstermektedir.

Özbay ve diğerleri (2020) araştırmada, fosil yakıtların mevcut durumu, gelecekteki projeksiyonu ve çevresel etkileri özetlenmiştir. Elektrikli araçların tarihsel gelişimi incelenerek mevcut elektrikli, hibrit elektrikli ve yakıt hücreli araçların yapıları, avantajları ve dezavantajları karşılaştırmalı olarak sunulmuştur. Sonuç olarak, elektrikli araç teknolojilerinin tercih edilmesi, uluslararası rekabetin sürdürülmesi, cari açığın azaltılması, sera gazı emisyonlarının düşürülmesi ve gelecekte önem kazanacak olan akıllı ulaşım sistemlerine adaptasyonunun kritik bir öneme sahip olduğu vurgulanmıştır.

Terzi ve arkadaşlarının (2020) araştırması, elektrikli araçlar ile elektrikli araç tedarik ekipmanları arasındaki fişli şarj süreci iletişiminin detaylarını incelemeyi amaçlamışlardır. Çalışmada, ticari elektrikli araç şarj yöntemlerinin inceleneceği ve plug-in şarj işlemlerinin detaylı olarak açıklanacağı belirtilmiştir. Farklı dönüştürücü tiplerinin avantajları ve dezavantajları listelendiğinde, EVSE için kontrollü AC/DC doğrultucuların tercih edildiği ve geniş aralıklı şarj için ise DC/DC çift yönlü DAB dönüştürücülerin önerildiği görülmektedir. Ayrıca, doğrultucuların şebekeye olan harmonik etkilerini azaltmak için LCL filtre kullanımı ve filtrenin kararsız çalışmasını önlemek için EVSE'nin güç devresine ek bir direnç uygulanması önerilmektedir.

Ustabaş ve Döner (2020) tarafından yapılan çalışmada, 1997-2019 dönemi boyunca elektrikli araç üreticileri ile batarya tedarikçileri arasındaki ilişkiler ağ analiziyle incelenmiştir. Özellikle, ABD, Çin, Japonya ve Güney Kore'nin

elektrikli araç pil tedarik zincirinde öne çıkan aktörler olduğu belirlenmiştir. Çin'in yerel üretim elektrikli araçların yüksek satışları nedeniyle EV pilleri için dünya lideri olduğu görülmüştür. Ayrıca, pil imalatının geçmiş dönemlerinde ABD merkezli firmaların tedarik zincirini ve teknolojik liderliği domine ettiği tespit edilmiştir. Çalışmada, Güney Koreli LG Chem, iş birliklerini kontrol etmek için en iyi konumu sergileyen pil üreticisi olarak öne çıkmaktadır. Bu sonuçlar, pil imalatının dinamik yapısının gelecekte farklı bulgulara yol açabileceğini göstermiştir.

Altunsoy (2021) ise araştırmasında, Brüksel-başkent bölgesinde kargo taşımacılık sisteminde elektrikli araçların kullanımının belirlenmesi amacıyla geliştirilen bir toplam mülkiyet maliyeti modeli incelenmiştir. Bu model, hafif ticari araçların rekabet gücünü hesaplamak için kullanılmış olup 8 elektrikli araç, 5 dizel araç ve 2 benzinli aracın toplam mülkiyet maliyeti analizi yapılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre, elektrikli araçlar dört tekerlekli araç kategorisinde geleneksel araçlarla ve 1000 kg'dan az taşıma kapasiteli hafif ticari araçlarla rekabet edebilmektedir. Ancak, 1000 kg'dan fazla taşıma kapasitesine sahip elektrikli araçlar için maliyetlerin geleneksel araçlardan daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

Ardiyok ve arkadaşlarının (2021) çalışması, Avrupa Birliği ve Türkiye'de elektrikli araç şarj altyapısının güncel gelişmelerini ve düzenlemelerini incelemeyi amaçlamaktadır. Analizleri, AB'de elektrikli araçlar alanındaki hızlı gelişmelere rağmen, Türkiye'de çevresel farkındalığın yetersiz olduğunu göstermiştir. Çalışmada, AB ülkelerinde içten yanmalı motor kullanımı desteklenirken, Türkiye'de elektrikli araçlara yönelik vergi artışları yaşandığına dikkat çekilmiştir. Türkiye'nin yerli araba projesi olumlu bir gelişme olmasına rağmen, ilgili kararlar elektrikli araçların ilerlemesini engellediği vurgulanmıştır. AB standartlarını karşılamak için ise daha fazla ilerleme kaydedilmesi gerektiği açıklanmıştır.

Demirtaş ve diğerleri (2021) tarafından yapılan araştırmada, Türkiye genelinde elektrikli araç şarj istasyonlarının yer seçimi için bir model geliştirilmesi amaçlanmıştır. Çalışmada, ArcGIS ve Başarsoft Rotoban uygulamaları kullanılarak, Kırşehir'den başlayarak Türkiye'nin batısındaki Edirne'ye kadar olan rota boyunca elektrikli araçların menzilleri belirlenmiş ve karayolu ağı üzerinde alınabilecek maksimum uzaklıkta noktalar tespit edilmiştir. Elde edilen sonuçlar, şehirler arası seyahatler için elektrikli araçların kullanımını destekleyecek ve kullanıcıların menzil endişelerini azaltacak şekilde şarj istasyonlarının optimal konumlarını belirlenmiştir.

Hamurcu ve arkadaşlarının (2021) çalışmasında, elektrikli araçların tercihinde belirleyici olan batarya seçimi üzerine odaklanılmıştır. Bu süreçte, Çok Kriterli Karar Verme (ÇKKV) yöntemlerinden AHP ve MOORA yöntemleri uygulanmıştır. Çalışmada elektrikli araçlar ve çeşitli batarya türleri tanıtılmış, uygulanan yöntemlerin sonuçları karşılaştırılarak Li-ion bataryalarının en uygun alternatif olduğu belirlenmiştir.

Karasu ve Özdemir (2021) çalışmalarında, elektrikli araçlar için şarj istasyonu altyapısının planlanması üzerinde durulmuş ve Balıkesir Üniversitesi Çağış Kampüsü'nde uygulanmıştır. Öncelikle, araç giriş çıkış verileri toplanmış ve sürücülerin kullanım alışkanlıklarını belirlemek amacıyla bir anket yapılmıştır. Elde edilen veriler, kampüs içine yerleştirilecek optimal sayıdaki şarj istasyonu miktarını belirlemek için kuyruk teorisi (QT) kullanılarak analiz edilmiştir. Otoparklar, şarj istasyonlarının yerleştirileceği alanlar olarak seçilmiş ve otoparklara dağıtım çok kriterli karar verme (ÇKKV) yöntemleriyle değerlendirilmiştir. Bu analizde, otopark doluluk oranları, kapasiteleri ve trafo

merkezine uzaklık gibi kriterler kullanılmasına ek olarak kriterlerin öncelikleri Belirsizlik Altında Karar Verme Tekniği (Bulanık AHP) kullanılarak belirlenmiştir. Her bir alternatif konumun performansı, FAHP, PROMETHEE ve SMART yöntemleriyle ayrı ayrı değerlendirilmiş ve sonuçlar karşılaştırılmıştır. Sonuç olarak, PROMETHEE ve SMART yöntemleri kullanılarak yapılan dağıtımın, FAHP'ye kıyasla daha tutarlı çözümler sunduğu belirlenmiştir.

Çakmak ve Turan (2022) gerçekleştirdiği araştırmada ise, 2020 yılı sonu itibariyle Türkiye'deki elektrikli araç şarj istasyonu altyapısının iller bazında miktarı incelenmiş ve EA şarj istasyonu altyapısının değerlendirilmesine yönelik iki yeni ölçüt önerilmiştir. İstanbul'un Türkiye genelindeki en yüksek şarj istasyonu sayısına sahip olduğu belirlenmiş, ancak nüfusa oranla en fazla şarj istasyonunun Muğla'da olduğu görülmüştür.

Dörtköse ve arkadaşlarının (2022) çalışmasında, Sakarya ili için elektrikli araç şarj istasyonlarının yerlerini belirleme problemi ele alınmıştır. Problemin çözümü için, şarj istasyonlarının kurulum maliyetlerini minimuma indirme ve ilçeler arası tüm yol akışını maksimize etme amacıyla çok amaçlı bir karışık tamsayılı doğrusal programlama modeli geliştirilmiştir. Optimal çözümün sağlandığı, şarj istasyonlarının konumları sırasıyla; Adapazarı, Ferizli, Kaynarca ve Söğütlü sonucu elde edilmiştir.

Ökde (2022) çalışmasında, AB ile Türkiye ülkeleri arasında elektrikli araçlara uygulanan vergi oranındaki farklılıkları ve bu farklılıkların sonuçları incelenmiştir. AB, taşıtların karbon bazlı olarak vergilendirilmesi gibi önlemler alırken elektrikli araçların satın alınması ayrıca kullanılması sırasında finansal ve mali teşvikler uygulandığı gözlemlenmiştir. Türkiye'de ise benzer teşvik çalışmalarının AB ülkelerinin gerisinde kaldığı görülmüştür. Çalışmanın sonuçlarına göre, Türkiye'de ilk kez kaydı yapılan otomobiller arasında elektrikli otomobillerin oranı %0,3 iken, AB ülkelerinde bu oranın %10 düzeyinde olduğu tespit edilmiştir.

Uslu ve Demirel (2022) araştırmasında, Konya ili sakinlerinin elektrikli araç kullanımına yönelik tutumlarını belirlemek amacıyla 222 katılımcıyla online anket yapılmıştır. Veriler, Nlogit 4.0 yazılımı kullanılarak Logistik Regresyon (Logit) modeli ile analiz edilmiştir. Araştırma sonuçları, gelir, haftalık seyahat mesafesi, elektrikli araç bilgi düzeyi, elektrikli araçların prestijli olduğu algısı ve yerli elektrikli araç TOGG'un talebinin, elektrikli araç satın alma niyetini pozitif yönde etkilediğini istatistiksel olarak ortaya koymuştur.

Alkan ve arkadaşlarının (2023) çalışmasında, Konya ilinde kurulacak olan elektrikli şarj istasyonu için potansiyel alanların belirlenmesi amaçlanmıştır. Araştırmada, çok kriterli karar verme yöntemlerinden; Analitik Hiyerarşi Prosesi (AHP) ve Coğrafi Bilgi Sistemleri (CBS) kullanılmıştır. Yer seçimi problemine etki eden kriterler, literatürde yapılan çalışmaların incelenmesi sonucunda elde edilmiştir. Uzman görüşü alınarak değerlendirilen 11 kriter için AHP yöntemi ile ağırlıklar hesaplanmıştır. Daha sonra, CBS kullanılarak analizler yapılmış ardından kriter ağırlıkları kullanılarak uygunluk haritası elde edilmiştir. El olarak, yeni kurulacak EAŞİ için uygun yerler de önerilmiştir.

Barutçu ve arkadaşları (2023) araştırmalarında, elektrik tüketimindeki belirsizlikler ile güneş enerjisi (PV) ve rüzgâr türbini (WT) gibi kaynaklardaki kesintilerin güç kalitesi göz önünde bulundurularak toplam şebeke kayıplarının en aza indirilmesiyle optimal şebeke konfigürasyonunun sağlanması hedeflenmiştir. Çalışmada, belirsizliklerin şebekeye entegrasyonu durumunda şebeke konfigürasyonlarının değiştiğini ve yeniden yapılandırma planlamasının gerekliliğini ortaya koyulmaktadır. Ayrıca, elektrik şebekesinde toplam enerji kayıplarının teknik

kısıtlamalarla uyumlu bir şekilde planlanmasının önemi vurgulanmaktadır. Simülasyon sonuçları ise yenilenebilir enerji ünitelerinin dağıtım sistemlerine entegrasyonunun güç şebekesinin güvenlik sınırlarının daha da önem kazanmasına neden olacağı öngörülmüştür.

Kırmızıgül ve Baykal (2023) tarafından yapılan çalışmada, kapsamlı bir literatür taraması ile tüketicilerin elektrikli araçları tercih etmelerindeki temel motivasyonlar araştırılmıştır. Çalışma sonucunda, tüketicilerin elektrikli araç tercihlerinin farklı önceliklere sahip olduğu ortaya koyulmaktadır. Bu öncelikler; düşük bakım maliyeti, düşük operasyon maliyeti, performans gibi faydacı motivasyonları içermekte olup aynı zamanda çevre dostu olma gibi duygusal etkenleri de kapsadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Kalaycı ve Yılmaz'ın (2023) elektrikli araç rotalama problemini ele alan literatür incelemesinde, sadece lojistik faaliyetlerde elektrikli araçların kullanıldığı ve rota üzerinde şarj edildiği veya pil değiştirme yöntemiyle şarj edildiği makaleler incelenmiştir. Çalışma, kesin çözüme yönelik araştırmaların azlığına ve daha fazla araştırmacı ihtiyacına vurgu yapmaktadır. Ayrıca, literatürde kullanılan veri setlerinin sayı ve çeşitliliğinin azlığına dikkat çekilerek gerçek dünya verilerini kullanan çalışmalara ihtiyaç olduğu ifade edilmiştir.

Şimşek ve arkadaşlarının (2023) çalışmasında, "Web of Science" veri tabanında 2011-2022 yılları arasında yer alan 212 çalışma incelenmiştir. Bu çalışmalara ilişkin temel bilgiler, yıllık bilimsel çıktılar, en üretken ülkeler, ülke başına toplam atıf sayısı, ülke iş birlikleri ve en üretken yazarlar ile toplam atıf sayıları sunulmuştur. Elektrikli araç şarj istasyonlarının konumlandırılmasına ilişkin yayınların sayısında 2010 yılının ikinci yarısından itibaren bir artış eğilimi gözlenmiştir. Bu çalışmaların çoğunun Çin, Hindistan ve ABD gibi ülkelerde gerçekleştirildiği belirlenmiştir. Elektrikli araç şarj istasyonlarının lokasyonu ile ilgili çalışmalarda en sık kullanılan anahtar kelimelerin optimizasyon, sürdürülebilirlik ve dağıtım sistemleri olduğu gözlemlenmiştir.

Çakmak ve Çiçek (2024) tarafından yapılan araştırmada, kapalı otoparklara yerleştirilen elektrikli araç şarj istasyonlarında bekleme süresini en aza indirecek bir tasarım yaklaşımı sunulmuştur. Gümüşhane il merkezindeki bir otoparkın bir yıllık araç giriş-çıkış verileri kullanılarak, en az bekleme süresini sağlayacak ve en düşük maliyetli olacak şekilde kaç adet şarj ünitesinin yerleştirilmesi gerektiği hesaplanmıştır. Bu hesaplama kuyruk teoremi ve Nelder-Mead simplex optimizasyon algoritması kullanılarak yapılmıştır. Otopark verileri incelenerek, farklı araç giriş sayılarına göre AC ve DC şarj istasyonu durumları için senaryolar oluşturulmuştur. Ayrıca, en uygun şarj istasyonu sayıları ve tipleri de belirlenmiştir. Bu bağlamda, kapalı otoparklara elektrikli araç şarj istasyonu tasarımı aşamasında otopark verilerinin detaylı analizine vurgu yaparak uygun optimizasyon yöntemleriyle sürdürülebilir tasarımların gerçekleştirilmesi gerektiğini önermektedir.

Savran ve arkadaşlarının (2024) elektrikli araçlarla ilgili çalışmasında, yakıt hücreli elektrikli araçlar için genel zorluklar ve performans artırıcı ipuçları için kaynak çalışmalar gözden geçirilmiştir. Beş araç topolojisi değerlendirmesi yapılmış ve toplamda 36 yakıt hücresi performansını iyileştirici anahtar önerileri belirlenmiştir. Ayrıca, toplamda 19 farklı güncel çalışma ve projenin incelenmesi yapılmıştır. Bu çalışmanın sonuçları, yakıt hücresi sisteminin küçük iyileştirmelerle önemli bir potansiyele sahip olduğunu ortaya koymaktadır.

Yenigün ve arkadaşlarının (2024) çalışması, İstanbul'da elektrikli araç şarj istasyonlarının en verimli lokasyonlarını

belirlemeye yönelik bir araştırmadır. Coğrafi Bilgi Sistemi kullanılarak, trafik yoğunluğu haritası ve mevcut şarj istasyonları incelenmiştir. Çalışma, elektrikli araç kullanıcılarının şarj taleplerini mümkün olan en kısa sürede karşılayabilmeleri için konum planlamasına yönelik bir yaklaşım önermektedir. Veri setindeki 223 İSPARK arasından 10 verimli lokasyon belirlenmiştir. Elde edilen sonuçlara göre, İstanbul'un Ümraniye, Ataşehir, Beykoz, Kağıthane, Fatih, Başakşehir, Şişli ve Güngören ilçelerinde bulunan İSPARK'lar verimli lokasyonlar olarak belirlenmiştir.

Literatür taraması sonucunda, elektrikli araçlar alanında birçok çalışma bulunmaktadır. Fakat ele alınan çalışmalar içinde literatür taraması yapılan araştırmaların oldukça kısıtlı olduğu görülmektedir. Bu bağlamda bu çalışmada, Dergipark ve Google Akademik veri tabanlarında yer alan elektrikli araçlar ile ilgili 2015-2024 Şubat dönemi içerisinde yer alan sosyal bilimler alanında yayınlanmış makalelerin incelenmesi ile literatürdeki boşluğun doldurulması hedeflenmektedir. Bu noktada yapılan araştırmanın literatüre kapsamlı bir kaynak olarak sunulması amaçlanmaktadır.

Çalışmanın söz konusu dönem içerisinde elektrikli araçlar konulu sosyal bilimler alanında yapılan araştırma makalelerine daha hızlı ve kolay bir şekilde ulaşılması açısından da önem arz ettiği düşünülmektedir.

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırmada, 2015 Ocak - 2024 Şubat dönemi içerisinde yer alan sosyal bilimler alanında elektrikli araçlarla ilgili yürütülen çalışmalardan oluşan bir örneklem üzerine odaklanılmıştır. 2015 Ocak - 2024 Şubat ayına kadar ki dönemde Google Akademik ve Dergipark’ta yayınlanmış çalışmaların derlemesinden oluşan sistematik literatür taraması yapılmıştır. Elde edilen bilgilerin anlaşılır olması amacıyla veriler tablolar şeklinde sunulmuştur.

Araştırma literatür taraması şeklinde gerçekleştirilmiştir. Bu çalışmada, 2015 Ocak - 2024 Şubat ayına kadar (10 yıl) yapılan Dergipark ve Google Akademik veri tabanları kullanılarak incelemeler yapılmıştır. Literatür taramasının ilk aşamasında, "Elektrikli Araçlar" anahtar kelimesi kullanılarak toplam 2,348 makale bulunmuştur. İkinci aşamada, araştırma ve derleme makaleleri olarak sınıflandırılarak makale sayısı 228'e indirgenmiştir. Taramalar sırasında, "elektrikli araçlar" söz öbeğinin Türkçe ve İngilizce karşılıklarının araştırmanın başlığında veya anahtar kelimelerinde yer almasına dikkat edilmiştir. Ayrıca, içerik olarak sosyal bilimler alanında çalışılmayan konular tespit edilerek bu makaleler çalışma dışında bırakılmıştır. Son olarak, detaylı içerik analizi yapılmış ve çalışma konusuna katkı sağlayabilecek 35 makaleye ulaşılmıştır. Araştırmanın sonuçları bulgular bölümde tablolar şeklinde detaylı olarak açıklanmıştır.

BULGULAR

Çalışmanın bulgular bölümünde öncelikle 2015-2024 Şubat tarihleri arasında Google Akademik ve Dergipark veri tabanlarında yer alan elektrikli araçlarla ilgili sosyal bilimler alanında yürütülen araştırmaların özet tablosu verilmektedir. Ayrıca, literatür taramasında yer alan araştırmalar yayın yılı, yayın dili, tarandığı indeks, kullanılan yöntem, yazar dağılımı tabloları da sunulmaktadır. Söz konusu tablolar aşağıdaki gibidir:

Tablo 1. Google Akademik ve Dergipark'ta Yayınlanmış Elektrikli Araçlarla İlgili Çalışmaların Literatür İncelemesi

Sıra	Çalışma Yılı	Yazar Adı	Araştırma Yöntemi	Makale İçeriği	Yayınlandığı Dergi	Yayın Dili
1	2015	Ustabaş, A.	Nitel araştırma	Elektrikli araçların gelişimi ve bu araçların Türkiye ekonomisine ve özellikle dış ticaretine sağlayacağı katkılar incelenmiştir.	TR Dizin	Türkçe
2	2016	Cuma, M. U., Cengiz, A. H. ve TÜMAY, M.	Nicel araştırma	Yakın gelecekte Çukurova Üniversite'sinde kullanılması planlanan elektrikli araçlar için şarj istasyonu altyapısı ve bu altyapının mevcut sistemle entegrasyonu irdelenmiştir.	TR Dizin	İngilizce
3	2016	Küçükoğlu, İ. ve Öztürk, N.	Nicel araştırma	Elektrikli araçların lojistik operasyonlarında etkin bir şekilde kullanılabilmesi için şarj istasyonlarını da içeren karma tamsayılı bir matematiksel model geliştirmişlerdir.	TR Dizin	Türkçe
4	2017	Güven, F. ve Rende, H.	Nitel araştırma	Elektrikli araçların hafifletilmesi amacı ile kullanılan malzemeler ve bu malzemelerin seçiminde dikkat edilmesi gereken hususlar incelenmiştir.	TR Dizin	Türkçe
5	2018	Karamehmet, B. ve Morgül E.	Nitel araştırma	Türkiye'deki tüketicilerin elektrikli araç tercihlerini ve bu araçların tanıtımına yönelik önerileri literatür taraması yapılmıştır.	Uluslararası endeksli dergi	Türkçe
6	2018	Koç, Ç. ve Özceylan, E.	Nitel araştırma	Yeşil ve elektrikli araç rotalama problemleri üzerine literatür taraması yapılarak gelecekteki araştırmalara yönelik öngörüler sunulmuştur.	TR Dizin	Türkçe
7	2018	Sarıkurt, T. ve Balıkçı, A.	Nicel araştırma	Batarya sağlığının Göreceli Kapasite (GK) ile ifade edilmesi ve basit bir GK tahmin yönteminin önerilmesi üzerinde durulmuştur.	TR Dizin	Türkçe
8	2018	Ustabaş, A. ve Simav, O.	Nitel araştırma	Türkiye'de elektrikli araçların yaygınlaşmasının istihdam, çevre ve dış ticaret dengesi üzerindeki potansiyel etkilerini değerlendirmek amacıyla bu sektörde çalışan yöneticilerin görüşlerini temel alarak bir araştırma yapılmıştır.	Uluslararası endeksli dergi	Türkçe
9	2018	Yenigün, M. ve Utlu, Z.	Nitel araştırma	Elektrikli araçlardaki batarya sorunları ele alınarak batarya yönetim sistemleri açıklanmıştır.	TR Dizin	Türkçe
10	2019	Çiçek, A. ve Erdinç, O.	Nicel araştırma	PV-batarya hibrit sistemi içeren bir otoparkta elektrikli araçların ekonomik açıdan en uygun şekilde şarj edilmesi için bir karışık tamsayılı doğrusal programlama modeli geliştirilmiştir.	Uluslararası endeksli dergi	Türkçe
11	2019	Ağabulut, U. ve Bakır, H.	Nitel araştırma	Dünya genelinde ve özellikle Türkiye'de elektrikli araçların geleceğini değerlendirilmesi amaçlamıştır.	TR Dizin	İngilizce
12	2019	Güven, E. ve Gedik, K.	Nitel araştırma	Atık azaltma, yeniden kullanım, geri dönüşüm ve geri kazanım gibi çevresel yönetim stratejileriyle kullanım ömrünü tamamlamış elektrikli araç bataryalarının değerlendirilmesine nitel bir çalışma ile odaklanılmıştır.	TR Dizin	Türkçe
13	2019	Öz, A.	Nitel araştırma	Hibrid ve elektrikli araçlar ile şarj üniteleriyle birlikte otoparkların güvenlik ve işlevsellik açısından bütünleşik olarak incelenmesi amaçlanmıştır.	Uluslararası endeksli dergi	İngilizce

14	2020	Durmuş, F. S. ve Kaymaz, H.	Nitel araştırma	Elektrikli araçlar ve bataryaları üzerinde yapılan incelemenin ardından temaslı ve temassız şarj yöntemleri hakkında kapsamlı bilgi sunulmuştur.	TR Dizin	Türkçe
15	2020	Erdem, M.	Nicel araştırma	Elektrikli Araçla Periyodik Teknisyen Rotalama ve Şarj İstasyonu Yeri Belirleme Problemi ele alınmıştır.	Uluslararası endeksli dergi	Türkçe
16	2020	Özbay, H., Közkurt, C., Dalcalı, A. ve Tektaş, M.	Nitel araştırma	Fosil yakıtların mevcut durumu, gelecekteki projeksiyonu ve çevresel etkileri özetlenmiştir.	TR Dizin	Türkçe
17	2020	Terzi, U. K., İlhan, H. E., Kaymaz, H., Erdal, H. ve Çalık, H.	Nitel araştırma	Elektrikli araçlar ile elektrikli araç tedarik ekipmanları arasındaki fişli şarj süreci iletişiminin detayları incelenmiştir.	TR Dizin	İngilizce
18	2020	Ustabaş, A. ve Döner, A.	Nicel araştırma	1997-2019 dönemi boyunca elektrikli araç üreticileri ile batarya tedarikçileri arasındaki ilişkiler ağ analiziyle incelenmiştir.	Uluslararası endeksli dergi	İngilizce
19	2021	Altunsoy, Ü.	Nicel araştırma	Brüksel-başkent bölgesinde kargo taşımacılık sisteminde elektrikli araçların kullanımının belirlenmesi amacıyla geliştirilen bir toplam mülkiyet maliyeti modeli incelenmiştir.	Uluslararası endeksli dergi	Türkçe
20	2021	Ardiyok, S., İkiler, B. ve Köksal, E.	Nitel araştırma	Avrupa Birliği ve Türkiye'de elektrikli araç şarj altyapısının güncel gelişmeleriyle blirlikte düzenlemeleri incelenmiştir.	Uluslararası endeksli dergi	İngilizce
21	2021	Demirtaş, M., Yılmaz, E., Ünal, C. ve Küçükpehlivan, T.	Nicel araştırma	Türkiye genelinde elektrikli araç şarj istasyonlarının yer seçimi için bir model geliştirilmiştir.	Uluslararası endeksli dergi	Türkçe
22	2021	Hamurcu, M.,Çakır, E. ve Eren, T.	Nicel araştırma	Elektrikli araçların tercihinde belirleyici olan batarya seçimi üzerine odaklanılmıştır.	TR Dizin	Türkçe
23	2021	Karasu, M. S. ve Özdemir, B.	Nicel araştırma	Elektrikli araçlar için şarj istasyonu altyapısının planlanması üzerinde durulmuş ve Balıkesir Üniversitesi Çağış Kampüsü'nde uygulanmıştır.	TR Dizin	Türkçe
24	2022	Çakmak, R. ve Turan, A.	Nicel araştırma	2020 yılı sonu itibariyle Türkiye'deki elektrikli araç şarj istasyonu altyapısının iller bazında miktarı incelenmiştir.	TR Dizin	Türkçe
25	2022	Dörtköşe, S., Yazgan, H. R. ve Ercan, S.	Nicel araştırma	Sakarya ili için elektrikli araç şarj istasyonlarının yerlerini belirleme problemi ele alınmıştır.	TR Dizin	Türkçe
26	2022	Ökte, B.	Nitel araştırma	AB ile Türkiye ülkeleri arasında elektrikli araçlara uygulanan vergi oranındaki farklılıkları ve bu farklılıkların sonuçları incelenmiştir.	TR Dizin	İngilizce
27	2022	Uslu, H. ve Demirel, O.	Nitel araştırma	Konya ili sakinlerinin elektrikli araç kullanımına yönelik tutumlarını belirlemek amaçlanmıştır.	TR Dizin	İngilizce
28	2023	Alkan, T., Atiz, Ö. F. ve Durduran, S. S.	Nicel araştırma	Batarya sağlığının Göreceli Kapasite (GK) ile ifade edilmesi ve basit bir GK tahmin yönteminin önerilmesi üzerinde durulmuştur.	TR Dizin	Türkçe

29	2023	Barutçu, İ. Ç., Aygün, F. ve Erduman, A.	Nicel araştırma	Elektrik tüketimindeki belirsizlikler ile güneş enerjisi (PV) ve rüzgâr türbini (WT) gibi kaynaklardaki kesintilerin güç kalitesi göz önünde bulundurularak, toplam şebeke kayıplarının en aza indirilmesiyle optimal şebeke konfigürasyonunun sağlanması hedeflenmiştir.	Uluslararası endeksli dergi	Türkçe
30	2023	Kırmızıgül, İ. E. ve Baykal, B.	Nitel araştırma	Kapsamlı bir literatür taraması ile tüketicilerin elektrikli araçları tercih etmelerindeki temel motivasyonlar incelenmiştir.	Uluslararası endeksli dergi	Türkçe
31	2023	Kalaycı, C. B. ve Yılmaz, Y.	Nitel araştırma	Elektrikli araç rotalama problemini ele alan literatür incelemesinde, sadece lojistik faaliyetlerde elektrikli araçların kullanıldığı ve rota üzerinde şarj edildiği veya pil değiştirme yöntemiyle şarj edildiği makaleler irdelenmiştir.	TR Dizin	İngilizce
32	2023	Şimşek, A. İ., Taşdemir, B. D. ve Koç, E.	Nitel araştırma	Elektrikli araç şarj istasyonlarının konumlandırılmasına ilişkin, "Web of Science" veri tabanında 2011-2022 yılları arasında yer alan 212 çalışma incelenmiştir.	TR Dizin	İngilizce
33	2024	Savran, E., Büyük, M. ve Karpat, F.	Nitel araştırma	Yakıt hücreli elektrikli araçlar için genel zorluklar ve performans artırıcı ipuçları için kaynak çalışmalar gözden geçirilmiştir.	TR Dizin	İngilizce
34	2024	Çakmak, R. ve Çiçek, M. H.	Nicel araştırma	Kapalı otoparklara yerleştirilen elektrikli araç şarj istasyonlarında bekleme süresini en aza indirecek bir tasarım yaklaşımı sunulmuştur.	TR Dizin	Türkçe
35	2024	Yenigün, O., Boyar, T. ve Yıldız, K.	Nitel araştırma	İstanbul'da elektrikli araç şarj istasyonlarının en verimli lokasyonlarını belirlemeye yönelik bir araştırma yapılmıştır.	TR Dizin	Türkçe

Tablo 1'de araştırmaya konu olan 35 makalenin çalışma yılı, yazar adı, araştırma yöntemi, makale içeriği yayınlandığı indeks ve yayın dili hakkında bilgiler kronolojik olarak yer almaktadır. Çalışmaya dair daha detaylı bilgiler diğer tablolarda verilmektedir.

Dergipark ve Google Akademik veri tabanlarından elde edilen elektrikli araçlarla ilgili sosyal bilimler alanında 2015 Ocak – 2024 Şubat dönemi içerisinde yayınlanan çalışmaların yayın yılı, yayın dili, tarandığı indeks, kullanılan yöntem, yazar dağılımı gibi çeşitli faktörlere göre sınıflandırılmıştır. Daha anlaşılır olması amacıyla tablolaştırılmış ve aşağıda sunulmuştur.

Tablo 2. Makalelerin Yıllara Göre Dağılımı

Makalelerin Yıllara Göre Dağılımı		
Makale Yılı	**Makale Sayısı (35)**	**Yüzdesi**
2015	1	3%
2016	2	6%
2017	1	3%
2018	5	14%
2019	4	12%
2020	5	14%
2021	5	14%

2022	4	12%
2023	5	14%
2024	3	8%

Tablo 2'de Google Akademik ve Dergipark'ta yer alan elektrikli araçlarla ilgili en az çalışmaların 2015 ve 2017 yıllarında olduğu görülürken, en fazla çalışmanın ise 2018, 2020, 2021 ve 2023 yıllarında olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 3. Makalelerin Yayın Diline Göre Dağılımı

Makalelerin Yayın Diline Göre Dağılımı		
Makalenin Dili	Makale Sayısı	Yüzdesi
Türkçe	24	69%
İngilizce	11	31%
Toplam	35	100%

Tablo 3'te elektrikli araçlarla ilgili son 10 yılda Google Akademik ve Dergipark'ta yayınlanan çalışmaların çoğunluğunun Türkçe dilinde yazıldığı görülmektedir.

Tablo 4. Makalelerin Tarandığı İndekse Göre Dağılımı

Makalelerin Tarandığı İndekse Göre Dağılımı		
Makalenin İndeksi	Makale Sayısı (35)	Yüzdesi
TR Dizin	24	69%
Uluslararası Endeksi	11	31%
Toplam	35	100%

Tablo 4 incelendiğinde ise elektrikli araçlarla ilgili sosyal bilimler alanında yürütülen çalışmaların en fazla TR Dizin'de taranan çalışmalar olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 5. Makalelerin Yazar Sayısına Göre Dağılımı

Makalelerin Yazar Sayısına Göre Dağılımı		
Yazar Sayısı	Makale Sayısı (35)	Yüzdesi
1 yazarlı	5	14%
2 yazarlı	19	54%
3 yazarlı	8	23%
4 yazarlı	2	6%
5 yazarlı	1	3%
Toplam	35	100%

Tablo 5'te makalelerin yazar sayısına göre dağılımının olduğu tablo incelendiğinde, 2 yazarlı makalelerin daha fazla olduğu gözlemlenmiştir.

Tablo 6. Makalelerin Araştırma Yöntemine Göre Dağılımı

Makalelerin Araştırma Yöntemine Göre Dağılımı		
Makalenin Türü	Makale Sayısı	Yüzdesi
Nitel Araştırma	20	57%
Nicel Araştırma	15	43%
Toplam	35	100%

Tablo 6 incelendiğinde ise, elektrikli araçlarla ilgili son 10 yılda sosyal bilimler alanındaki çalışmalar en çok nitel araştırma yöntemi tercih edilmiştir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Günümüzde sürdürülebilirlik kavramının önemi gün geçtikçe artmaktadır. Sürdürülebilirlik, günlük alışkanlıklarımızdan endüstriyel uygulamalara kadar birçok alanda hayatımızın bir parçası olmuştur. Sürdürülebilirlik günlük yaşamımızda tercih ettiğimiz ulaşım yöntemlerinden biri olan yeşil mobiliteyi teşvik etmektedir. Yeşil mobilite, çevresel etkileri en aza indirmek ve doğal kaynakları koruyarak çevre dostu taşıma araçlarına odaklanan sürdürülebilir ulaşımı kapsayan bir terimdir. Elektrikli araçlar ise yeşil mobilitenin bir örneğidir. Bu çalışmada, sosyal bilimler alanında gerçekleştirilmiş elektrikli araçlarla ilgili yapılan araştırmaların mevcut durumunu öğrenmek için sistematik bir literatür taramasının yapılması hedeflenmiştir.

Elektrikli araçlar, sürdürülebilir ulaşımın önemli bir bileşeni olarak öne çıkmaktadır. Bu araçların yaygınlaşmasıyla birlikte, elektrikli araç şarj istasyonlarının yaygınlaşması ve altyapısının güçlendirilmesi de büyük önem taşımaktadır. Elektrikli araç kullanıcılarının güvenli ve erişilebilir şarj imkanlarına sahip olmaları elektrikli araçların kullanımını teşvik etmek ve yaygınlaştırmak için kritik bir faktördür. Son yıllarda, çevre dostu taşıma araçlarına yönelik artan ilgiyle birlikte elektrikli araçlarla ilgili araştırmaların da hızla artış gösterdiği bilinmektedir.

Çalışmada, 2015 Ocak – 2024 Şubat döneminde Google Akademik ve Dergipark veri tabanlarında yer alan elektrikli araçlarla ilgili sosyal bilimler alanında gerçekleştirilen çalışmalar araştırmanın konusunu oluşturmaktadır. Bu çalışmada, son 10 yılda sosyal bilimler alanında yayınlanmış elektrikli araçlarla ilgili sistematik bir literatür taramasının yapılması amaçlanmıştır.

Google Akademik ve Dergipark veri tabanlarında yer alan 35 makale incelendiğinde, elektrikli araçlarla ilgili makalelerin yıllara göre dağılımına bakıldığında; en az çalışmanın 2015 ve 2017 yılında, en çok çalışmanın ise 2018,2020-2021 ve 2023 yıllarında olduğu anlaşılmaktadır. Araştırmaların yayın diline göre değerlendirildiğinde ise 35 makaleden 24 tanesinin Türkçe dilinde 11 tanesinin de İngilizce dilinde yayınlandığı bilinmektedir. Makalelerin tarandığı indekse göre incelendiğinde ise en çok TR Dizin indeksinde taranan çalışmalar olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Daha sonra, elektrikli araçlarla ilgili makalelerin yazar sayısına göre dağılımına bakıldığında ise 2 yazarlı makalelerin çoğunlukta olduğu görülmektedir. Öte yandan, makalelerin araştırma yöntemine göre dağılımı

değerlendirildiğinde nitel araştırma yönteminin daha fazla tercih edildiği görülmektedir.

Araştırmanın sonuçları incelendiğinde, makalelerin genellikle Türkçe diline yoğunlaştığı ve gelecekte yapılan çalışmalarda İngilizce diline daha fazla ağırlık verilmesinin, uluslararası alanda daha geniş kitlelere ulaşmak ve daha fazla atıf almak açısından önemli olabileceği görülmektedir. Ek olarak, elektrikli araçlarla ilgili yapılan çalışmaların artması ise bu araçların öneminin arttığına işaret etmektedir. Makalelerin çoğunlukla TR Dizin indeksinde taranması Türk araştırmacıların ve akademisyenlerin yerel kaynaklara önem verdiğini göstermektedir. Diğer bir sonuç ise elektrikli araçlarla ilgili çalışmaların iki yazarlı olarak yazılmasıdır. Bu durum, yazarların birlikte araştırma yapmaya ilgilerinin artış göstermesi olarak yorumlanabilir. Makalelerin genellikle nitel araştırma yöntemiyle çalışılması ise elektrikli araçlar alanında daha derinlemesine ve kapsamlı bir anlayış geliştirmek için veri toplama ve analiz süreçlerine odaklandığını belirtmektedir.

Son yıllarda, çevre dostu taşıma araçlarına yönelik artan ilgiyle birlikte elektrikli araçlarla ilgili araştırmalar da hızla artmıştır. Elektrikli araçlarla ilgili yapılan çalışmalar genellikle elektrikli araçların şarj altyapısının geliştirilmesi, batarya teknolojisinin iyileştirilmesi, şarj altyapısının genişletilmesi ve elektrikli araçların toplam çevresel etkisinin değerlendirilmesi gibi konuları ele almaktadır. Ayrıca, elektrikli araç şarj altyapısının güçlendirilmesi ve yaygınlaştırılmasıyla ilgili araştırmalar da sürdürülebilir ulaşımın geliştirilmesi açısından oldukça önemlidir. Bu çalışmaların sonuçları, elektrikli araçların kullanımının teşvik edilmesi ve sürdürülebilir ulaşımın yaygınlaştırılması için politika önerileri geliştirmeye katkı sağlamaktadır. Bu çalışmaların, elektrikli araçların sürdürülebilir ulaşım vizyonuna ne ölçüde katkı sağlayabileceğini anlamak ve bu araçların kullanımının teşvik edilmesi için politika önerileri geliştirmek gibi önemli sonuçları bulunmaktadır.

Sonuç olarak, elektrikli araçlarla ilgili yapılan araştırmalar, sürdürülebilir ulaşımın geliştirilmesi ve yeşil mobiliteye geçiş sürecinin hızlandırılması açısından büyük bir öneme sahiptir. Bu çalışma, elektrikli araçlarla ilgili sosyal bilimler alanındaki araştırmaları ayrıntılı bir şekilde inceleyerek literatürdeki boşlukları belirlemeyi amaçlamaktadır. Gelecekteki araştırmalarda, elektrikli araçlar konusu, fen bilimleri alanının da dahil edildiği daha geniş bir bakış açısıyla ele alınabilir. Bununla birlikte, uluslararası alandaki kapsamlı bir literatür taraması yapılarak, uluslararası indekslerde yer alan çalışmalar da analize dâhil edilebilir.

KAYNAKÇA

Adnan, N., Nordin, S., M., Rahman, I., Vasant, P., Noor, M. A. (2018). An Overview Of Electric Vehicle Technology: A Vision Towards Sustainable Transportation. Intelligent Transportation And Planning: Breakthroughs İn Research And Practice, 8, 292-309.

Ağbulut, Ü., & Bakır, H. (2019). The Investigation On Economic And Ecological Impacts Of Tendency To Electric Vehicles Instead Of Internal Combustion Engines. Düzce Üniversitesi Bilim ve Teknoloji Dergisi, 7(1), 25-36. Https://Doi.Org/10.29130/Dubited.457914

Alkan, T., Atiz, Ö. F., & Durduran, S. S. (2023). Elektrikli Araç Şarj İstasyonları İçin Ahp Yöntemi ile Uygun Yer Seçimi: Konya Örneği. Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi Mühendislik Bilimleri Dergisi, 12(1), 193-199. Https://Doi.Org/10.28948/Ngumuh.1189242

Altunsoy, Ü. (2021). Kargo Taşımacılık Sisteminde Elektrikli Araçlar Kullanımı Üzerine İnceleme. International Anatolia Academic Online Journal Sciences Journal, 7(2), 1-14.

Ardiyok, S., Ikiler, B., & Köksal, E. (2021). A Brief Overview Of Charging Infrastructure İn Eu And Turkey. Network Industries Quarterly Turkey, 1(4), 14-18.

Ari, Y. O. (2020). Küresel Elektrikli Otomobil Piyasasına Genel Bakış. Kırklareli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 4(2), 193-203. Https://Doi.Org/10.47140/Kusbder.714905.

Barutçu, İ. Ç., Aygün, F., & Erduman, A. (2023). Yenilenebilir Enerji Kaynaklarının ve Elektrikli Araçların Belirsizlikleri Göz Önüne Alınarak Dağıtım Sisteminin Qpso Yöntemi ile Yeniden Yapılandırılması. Journal Of Smart Systems Research, 4(2), 187-205. Https://Doi.Org/10.58769/Joinssr.1401699

Can Güven, E., & Gedik, K. (2019). Ömrünü Tamamlamış Elektrikli Araç Bataryalarının Çevresel Yönetimi. Journal Of The Institute Of Science And Technology, 9(2), 726-737. Https://Doi.Org/10.21597/Jist.446170

Cuma, M. U., Cengiz, A. H., & Tümay, M. (2016). Çukurova Üniversitesinde Kentsel Elektrikli Araç Ulaşımı ve Şarj İstasyonu Uygulama Simülasyonu. Çukurova Üniversitesi Mühendislik-Mimarlık Fakültesi Dergisi, 31(2), 343-354. Https://Doi.Org/10.21605/Cukurovaummfd.310314

Çakmak, R., & Çiçek, M. H. (2024). A Design Approach To Minimize Waiting Time İn Electric Vehicle Charging Stations Placed İn Indoor Parking Lots. International Journal Of Engineering Research And Development, 16(1), 250-266. Https://Doi.Org/10.29137/Umagd.1379269.

Çakmak, R., & Turan, A. (2022). Türkiye'de İller Bazında Elektrikli Araç Şarj İstasyonu Altyapısı: Ölçevler Aracılığıyla Analizi. Karadeniz Fen Bilimleri Dergisi, 12(1), 246-268. Https://Doi.Org/10.31466/Kfbd.1029677

Çiçek, A., & Erdinç, O. (2019). Pv-Batarya Hibrit Sistemi İçeren Elektrikli Araç Otoparkının Şarj Yönetimi. Avrupa Bilim ve Teknoloji Dergisi (15), 466-474. Https://Doi.Org/10.31590/Ejosat.527350

Demirtaş, M., Yılmaz, E., Ünal, C., Küçükpehlivan, T., Vd. (2021). Elektrikli Araçlar ve Şarj İstasyonlarının Konumlandırılması. GSI Journals Serie C: Advancements İn Information Sciences And Technologies, 4(1), 11-32.

Dörtköşe, S., Yazgan, H. R., & Ercan Cömert, S. (2022). Elektrikli Araç Şarj İstasyon Yerlerinin Akış Yakıt İkmal Yer Modeli Kullanılarak Belirlenmesi. Erciyes Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Fen Bilimleri Dergisi, 38(2), 371-382.

Durmuş, F. S., & Kaymaz, H. (2020). Elektrikli Araç Şarj Yöntemleri. *Akıllı Ulaşım Sistemleri ve Uygulamaları Dergisi*, *3*(2), 123-139.

Erdem, M. (2020). Elektrikli Araçla Periyodik Teknisyen Rotalama ve İstasyon Yeri Seçim Problemi. Avrupa Bilim ve Teknoloji Dergisi16-27. Https://Doi.Org/10.31590/Ejosat.818352

Güven, F., & Rende, H. (2017). Elektrikli Araçların Tasarımında Malzeme Seçiminin Önemi. Mühendis ve Makina, 58(689), 81-95.

Hamurcu, M., Çakır, E., & Eren, T. (2021). Kullanıcı Perspektifli Çok Kriterli Karar Verme ile Elektrikli Araçlarda Batarya Seçimi. International Journal Of Engineering Research And Development, 13(2), 733-749. Https://Doi.Org/10.29137/Umagd.906805.

Hamurcu, M., Çakır, E., & Eren, T. (2021). Kullanıcı Perspektifli Çok Kriterli Karar Verme ile Elektrikli Araçlarda Batarya Seçimi. International Journal Of Engineering Research And Development, 13(2), 733-749. Https://Doi.Org/10.29137/Umagd.906805

İpek, B. (2022). Elektrikli Araçlar, Elektrikli Araç Şarj İstasyonları ve Türkiye İçin Gelecek Dönem Elektrikli Araç Miktarı Tahmini (Yüksek Lisans Tezi). Yükseköğretim Kurulu.

İşen, E., & Tarlak, H. (2018). Elektrikli Araçlar ve Akü Şarj Sistemleri. Kırklareli Üniversitesi Mühendislik ve Fen Bilimleri Dergisi, 4(1), 124-141.

Kalaycı, C. B., & Yılmaz, Y. (2023). Elektrikli Araç Rotalama Problemleri Üzerine Bir Literatür İncelemesi. Pamukkale Üniversitesi Mühendislik Bilimleri Dergisi, 29(8), 855-869.

Karamehmet, B., & Morgül, E. (2018). Tüketicilerin Elektrikli Araç Tercihleri: Literatür Taraması ve Türkiye'de Tanıtımına Yönelik Öneriler. Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi (40), 246-260. Https://Doi.Org/10.17498/Kdeniz.425914

Karapınar, F., & Daldaban, F. (2022). Elektrikli Araçların Şarj Yöntemleri ve Şarj İstasyon Tipleri. Erciyes Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Fen Bilimleri Dergisi, 38(3), 549-556.

Karasu Asnaz, M. S., & Özdemir, B. (2021). Elektrikli Araç Şarj İstasyonlarının Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleri ile Optimal Konumlandırması. Akıllı Ulaşım Sistemleri ve Uygulamaları Dergisi, 4(2), 175-187. Https://Doi.Org/10.51513/Jitsa.1015108

Kırmızıgül, İ. E., & Baykal, B. (2023). Elektrikli Araç Tercihinde Tüketici Motivasyonu. *Sosyal Bilimler Metinleri*, *2023*(2), 223-241.

Kocabey, S. (2018). Elektrikli Otomobillerin Dünü, Bugünü ve Geleceği. Akıllı Ulaşım Sistemleri ve Uygulamaları Dergisi, 1(1), 16-23.

Koç, Ç., & Özceylan, E. (2018). Yeşil ve Elektrikli Araç Rotalama Problemleri Üzerine Bir Literatür Taraması ve Araştırma Öngörüleri. *Gaziantep University Journal Of Social Sciences*, *17*(3), 1041-1053.

Küçükoğlu, İ., & Öztürk, N. (2016). Route Optimization Of The Electric Vehicles With Heterogeneous Fleet / Heterojen Filoya Sahip Elektrikli Araçların Rota Optimizasyonu. Celal Bayar University Journal Of Science, 12(3), 525-533. Https://Doi.Org/10.18466/Cbayarfbe.280724

Ökde, B. (2022). Dıfferences Between Turkey And Eu Countrıes On Taxatıon Polıcy For Electrıc Vehıcles. Journal Of Accounting And Taxation Studies, 15(2), 415-435. Https://Doi.Org/10.29067/Muvu.1005088

Öz, A. (2019). Car Parking Regulations Intended For Hybrid And Electric Vehicles. Avrupa Bilim ve Teknoloji Dergisi (15), 505-510. Https://Doi.Org/10.31590/Ejosat.541828

Özen, Z., Arslan, L., & Özbay, H. (2023). Elektrikli Araçlar İçin Yenilenebilir Enerji Destekli Akıllı Şarj Sistemleri ve Mobilite.

Sarıkurt, T., & Balıkçı, A. (2018). Elektrikli Araç Uygulamalarında Kullanılan Lityum Bataryalar İçin Göreceli Kapasite Tahmin Yöntemi. Pamukkale Üniversitesi Mühendislik Bilimleri Dergisi, 24(5), 809-816.

Savran, E., Büyük, M., & Karpat, F. (2024). Yakıt Hücreli Elektrikli Araçların Zorlukları ve Son Gelişmeleri Üzerine Derleme. *Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, *7*(1), 424-439.

Şimşek, A. İ., Taşdemir, B. D., & Koç, E. (2023). A Bibliometric Analysis And Research Agenda Of The Location Of Electric Vehicle Charging Stations. *Business & Management Studies: An International Journal*, *11*(2), 610-625.

Terzi, U. K., Ilhan, H. E., Kaymaz, H., Erdal, H., & Çalik, H. (2020). A Review Of Commercial Electric Vehicle Charging Methods. *Promet-Traffic&Transportation*, *32*(2), 291-307.

Uslu, H., & Demirel, O. (2022). Elektrikli Otomobil Satın Alma İstekliliğini Etkileyen Faktörler: Konya İli Örneği. Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi, 13(35), 961-975. Https://Doi.Org/10.21076/Vizyoner.1024620

Ustabaş, A. (2015). Mikro ve Makro Etkileri Yönünden Elektrikli Otomobiller (Türkiye Ekonomisi Örneği). Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 36(1), 269-291.

Yenigün, O., Boyar, T., & Yıldız, K. (2024). Genetik Algoritma ve Coğrafi Sistemlerle İstanbul'daki Elektrikli Araç Şarj İstasyonlarının Optimal Konumunun Belirlenmesi. Bilişim Teknolojileri Dergisi, 17(1), 1-9. Https://Doi.Org/10.17671/Gazibtd.1329029.

EKONOMİK VE SOSYAL BİR SORUN OLARAK "ASGARİ ÜCRET"

Selin UMUTLU

Dr. Öğr. Üyesi, Süleyman Demirel Üniversitesi/İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Isparta, Türkiye,

selinaltay@sdu.edu.tr

ÖZET

"Asgari ücret", bireyin fiziki ve sosyal ihtiyaçlarını gidermek, insanca ve onurlu bir yaşam sürmek için gerek duyduğu en düşük ücret iken, "sosyal sorun" ekonomik kalkınmayı, refahı, bireysel özgürlükleri, ahlaki etik değerleri, menfaatleri olumsuz şekilde etkileyen süreç olarak ifade edilmektedir. İstihdam edilenler arasındaki gelir dağılımının adaletli olması, eşit ücretin sağlanması, fakirliğin azaltılması, emek kaybının ve haksız rekabetin önlenmesi asgari ücretin belirlenmesindeki temel amaçlar olarak sıralanmaktadır. Türkiye'de asgari ücret uygulaması hem ekonomik hem de sosyal anlamda çözülemeyen bir problem olarak karşımıza çıkmaktadır. Enflasyonist baskıların derinden hissedilmesi, ücretlerin reel değerinin korunması "hayat pahalılığı" kavramını önemli bir biçimde öne sürmektedir. Artan enflasyon karşısında asgari ücretin sürekli olarak düşmesi, bireylerin alım gücünü azaltmakta, bu durum ekonomik anlamda güçlüklerle karşılaşan işçiler ve aileleri için asgari ücretin önemli bir sosyal problem olmasına yol açmaktadır. Asgari ücrette sosyal hedef, işçinin kendisinin ve ailesinin sefalete düşmesini önlemek, asgari bir yaşam düzeyi sağlamaktır. Asgari ücret tespit edilirken genel olarak ekonomik kriterler baz alınırken sosyal boyutu ikinci plana atılmaktadır. Açlık ve yoksulluk sınırı araştırma sonuçları asgari ücretin işçinin sağlık, kültür, gıda, konut, ulaşım vb. zorunlu ihtiyaçlarını temel düzeyde karşılamaya yetmediğini ortaya koymaktadır. Kendisinin ve ailesinin en temel ihtiyaçlarını asgari düzeyde dahi karşılamayan işçi zamanla psikolojik olarak olumsuz etkilenmekte, gerekli ekonomik ya da sosyal destek sağlanamadığı takdirde istenmeyen sonuçlar doğabilmektedir. Türkiye'de istihdam edilenlerin büyük çoğunluğunun asgari ücretle çalıştırılması, asgari ücret düzeyinin toplumun geneli tarafından yetersiz görülmesi sosyal sorun olarak algılanmasında etkili olmaktadır. Bu çalışmada piyasa ücret haddinin en alt basamağı olan asgari ücretin, günümüz ekonomik koşullarında (artan enflasyonist baskılar neticesinde) erimesi ve bu durumun bireyin ve ailesinin geçimini olumsuz etkilemesinin ekonomik, sosyal ve psikososyal açıdan değerlendirilmesinin literatür taraması kapsamında yapılması amaçlanmıştır. Çalışma sonucunda asgari ücretin sadece birey değil aile temel alınarak belirlenmesi gerektiği, asgari ücretten kesinti yapılmaması, yoksulluk ve açlık sınırlarının altında kalmaması, Asgari Ücret Tespit Komisyonu'nun üyelerinde ve işleyişinde işçi temsilcilerinin daha aktif bir biçimde yer alması, asgari ücretin sosyal bir hak olarak tüm toplumu ilgilendirmesi ve çalışanların işe yönelik turum ve davranışlarını olumsuz değil olumlu etkilemesi gerektiği, yalnızca ekonomik değil aynı zamanda sosyal bir sorun haline geldiği gibi sonuçlara ulaşılmış ve bu kapsamda birtakım önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Ücret, asgari ücret, sosyal sorun.

“MINIMUM WAGE” AS AN ECONOMIC AND SOCIAL ISSUE

ABSTRACT

The 'minimum wage' is defined as the lowest wage necessary for an individual to meet their physical and social needs, and to lead a decent and dignified life, while 'social problem' is described as a process that adversely affects economic development, welfare, individual freedoms, moral and ethical values, and interests. The main objectives in determining the minimum wage include ensuring fair income distribution among the employed, providing equal wages, reducing poverty, and preventing labor exploitation and unfair competition. In Turkey, the implementation of the minimum wage poses an unresolved problem both economically and socially. The deep-seated impact of inflationary pressures and the need to maintain the real value of wages significantly highlight the concept of 'cost of living'. The continuous decrease of the minimum wage in the face of rising inflation diminishes individuals' purchasing power, leading to the minimum wage becoming a significant social problem for workers and their families facing economic hardships. The social aim in setting the minimum wage is to prevent the worker and their family from falling into poverty and to ensure a minimum standard of living. While economic criteria are generally prioritized in determining the minimum wage, its social dimension is often relegated to the background. Research findings on the poverty and hunger thresholds indicate that the minimum wage does not adequately meet the basic needs of workers in terms of health, culture, food, housing, transportation, and other necessities. Workers who cannot even meet their own and their families' most basic needs at a minimum level are gradually affected negatively psychologically, and undesirable consequences may arise if necessary economic or social support is not provided. In Turkey, the fact that a significant majority of employed individuals work for the minimum wage and the perceived inadequacy of the minimum wage level by the general population contribute to the perception of it as a social problem. In this study, it is aimed to evaluate, within the scope of a literature review, the erosion of the minimum wage, which represents the lowest level of the market wage rate, under current economic conditions (as a result of increasing inflationary pressures), and the negative impact of this situation on the livelihood of the individual and their family from economic, social, and psychosocial perspectives. As a result of the study, it has been concluded that the minimum wage should be determined not only based on the individual but also on the family, that no deductions should be made from the minimum wage, that it should not fall below the poverty and hunger thresholds, that worker representatives should be more actively involved in the members and functioning of the Minimum Wage Determination Commission, that the minimum wage should concern the entire society as a social right, and that it should positively affect the attitudes and behaviors of workers towards work, as it has become not only an economic but also a social issue. Within this context, some recommendations have been made.

Keywords: Wage, minimum wage, social issue.

EKONOMİK VE SOSYAL BİR SORUN OLARAK “ASGARİ ÜCRET”

GİRİŞ

Ücret, çalışanların emeklerinin karşılığında aldıkları maddi getiri olarak tanımlanabilmektedir. İşçi, işveren ve devlet için oldukça önemli bir yere sahip olan ücret çalışan için kendisinin ve ailesinin yaşamını sürdürmesi, sosyalleşmesi, refah içinde yaşayabilmesi için bir araç; işveren için kurumun/işletmenin amaçlarını gerçekleştirmek üzere yapılan gider; devlet için gelir dağılımı, istihdam, enflasyon gibi ekonomik göstergeleri etkileyen ya da bu göstergelerden etkilenen unsur olarak değerlendirilmektedir. Çalışanların yaşamlarını onurlu bir şekilde devam

ettirebilmelerinin ilk gerekliliği bir gelire sahip olmaktır. Bu gelir, yaşanılan ülkenin piyasa koşullarına göre şekillenebilmekte ve ülkeden ülkeye değişebilmektedir. Çalışanların emeklerinin karşılığında biyolojik, fizyolojik ve sosyal ihtiyaçlarına cevap verecek asgari düzeyde bir ücret belirlenmektedir.

Asgari ücret, ekonomik faktörleri, piyasa dengesini derinden etkileyen bir ücret çeşidi olarak karşımıza çıkmaktadır. Sadece ekonomik değil aynı zamanda sosyal yönü ağır basan asgari ücretin belirlenmesinde, uygulanmasında bir takım ekonomik ve sosyal sorunlarla karşı karşıya kalınmaktadır. Bu çalışmada ülkemizde asgari ücretin uygulanma biçiminin, ekonomik ve sosyal yetersizliğinin çalışanlar üzerindeki olası etkilerine yer verilmesi amaçlanmıştır. Bu kapsamda literatür taraması yapılarak birtakım değerlendirmeler ve öneriler sunulmuştur.

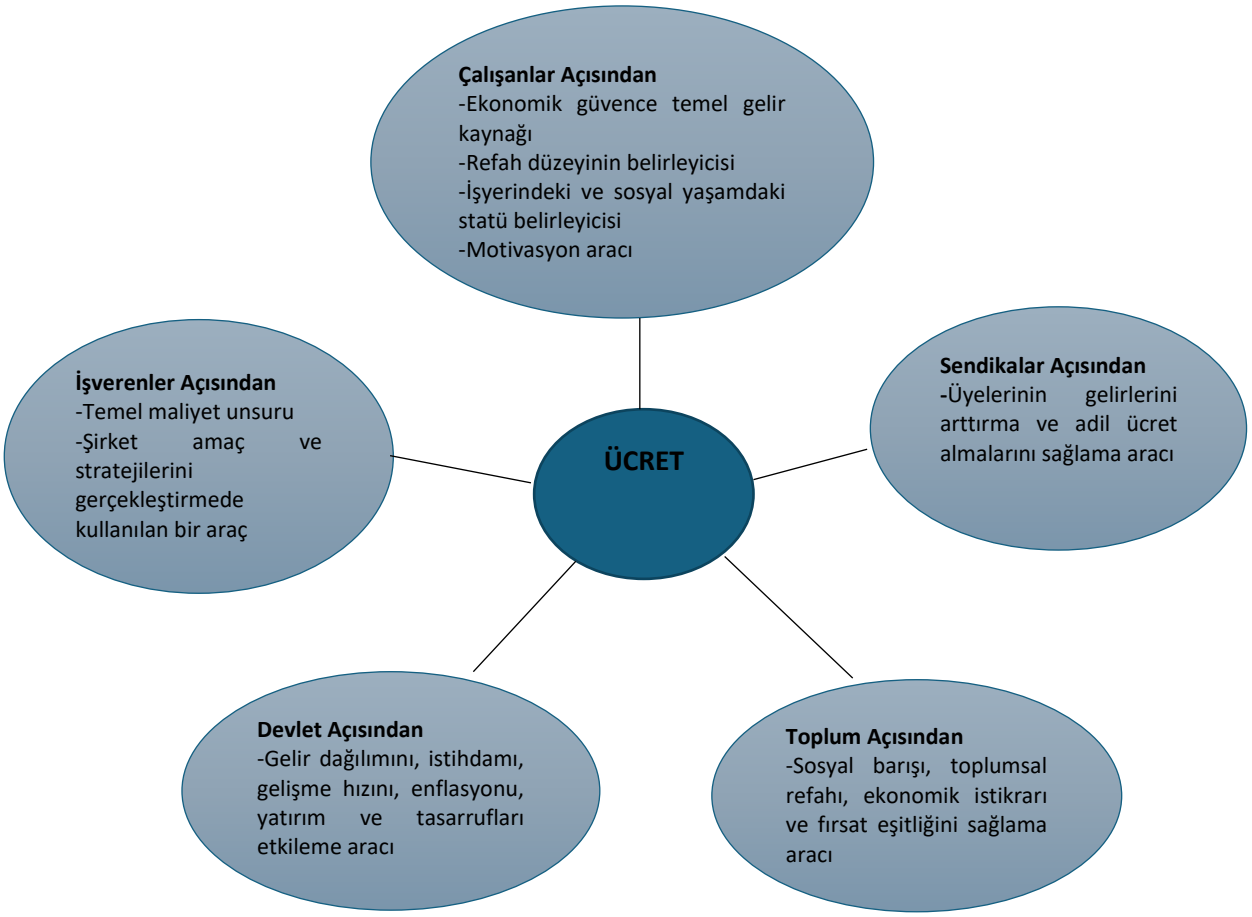
ÜCRET KAVRAMI ve ÖNEMİ

Ücret kavramını çeşitli açılardan açıklayabilmek mümkündür. Ücret geniş anlamda; "bireylerin sarf ettikleri emek karşılığında aldıkları bedel" olarak tanımlanırken; genel anlamda; "işletmelerin elde ettikleri kar ve zarara bakılmaksızın, emek veren insana işverenin, üretilen malın satışı beklenmeden ödenen, ne miktarda olacağı önceden belirlenen bir gelir"; "verilen zihinsel veya fiziki emeğin üretime katkısı karşılığında ödenen bedel"; "işçiye, iş görme edimini gerçekleştirmesi sonucu yapılan her türlü ödeme"; "bir emek geliri" olarak tanımlanmaktadır (Tokol, 2000: 130; Kahraman, 2003:1, Tuna ve Yalçıntaş, 1994: 84-85).

Ücret, işgörenler açısından emekleri karşılığında yaşam standartlarını ve gelirlerini belirleyen bir unsur özelliğini taşırken, devlet açısından ekonominin gelişmesine ve milli gelirin belirlenmesinde maliyet unsuru niteliğini taşımaktadır. Toplumda sosyal adaletin sağlanmasında oldukça etkili olan ücret, işçiler kadar hükümetin, işverenlerin ve sendikaların önemle üzerinde durdukları bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır (Zaim, 1986: 182).

İşverenler, ücreti, işçilerine verdikleri bir "maliyet gideri" olarak değerlendirmektedirler. Ücret işyerleri ve işverenler için büyük önem arz etmektedir. Vasıflı işçi istihdamını sağlayabilmek, vasıflı işçileri işyerinde tutabilmek, onları çalışma koşulları ve maddi olanaklarla motive ederek verimliliği arttırmak adına ücret önemli bir araçtır. Konuya sendikalar açısından yaklaştığımızda, ücret, bir taraftan işçilerin gelirlerini, refah düzeylerini, sosyal olanaklarını arttırma, diğer taraftan ise adil, eşit ücret almalarının önünü açan bir önemli bir unsur niteliğini taşımaktadır. Devlet açısından ücret düzeyi, çalışanların sosyal yaşamını ve refah seviyelerini, büyümeyi, enflasyonu, gelişim hızını; toplum açısından sosyal adaleti, barışı, fırsat eşitliğini, ekonomik kalkınmayı ve istikrarı etkilemesi bakımından önem taşımaktadır (Özaydın, 2018: 211-212).

Çalışanların emekleri karşılığında bir ücret elde etmeleri sadece bireysel yaşamlarını değil aynı zamanda bakmakla yükümlü oldukları ailelerini de etkilemektedir. Ücrete yalnızca ekonomik olarak yaklaşmak doğru bir tutum değildir. Alınan ücretin yeterliliği, bireyde yarattığı fayda maksimizasyonu aynı zamanda sosyo-psikolojik bir motivasyon unsuru haline dönüşmektedir. Bireyler, çalışma yaşamına katılma veya belirledikleri ücret haddi konusunda özgürdürler. Fakat toplum tarafından kabullenme ihtiyacı, statü, sosyalleşme gibi nedenlerden dolayı istihdam edilmek insanlar açısından önem arz etmektedir (Benligiray, 2007: 8).



Şekil 1. Ücretin Önemi (Özaydın, 2018).

ÜCRETE İLİŞKİN KAVRAMLAR (ÜCRET TÜRLERİ)

Ana ücret (kök ücret, çıplak ücret, ücret haddi), bir zaman veya bir üretim birimi başına emeğin elde edeceği ücret miktarını ifade etmektedir. Ücret geliri ise: iş/çalışma süresi ile ücret haddinin çarpımıdır. Bu iki kavram işçi ve işveren için ayrı anlamlar taşımaktadır. İşveren bakımından üretim birimi başına işçilik maliyeti hesaplanmasında; işgörenin ve ailesi yönünden ise, satın alma gücünü temsil eden ücret geliri önemsenmektedir (Işığıçok, 2011: 144).

Brüt ücret (gayri safi ücret), en basit tanımıyla işverenin cebinden çıkan paradır. Brüt ücret işverenin, işgöreni için ödediği ve ücret bordrosunda belirtilen, gösterilen ücrettir (Ören, 2021: 122). Net ücret ise, işgörene kalan, işgörenin cebine giren para olarak ifade edileceği gibi; brüt ücretten vergilerin, sosyal sigorta primlerinin, sendika aidatı veya diğer kamu kesintilerinin çıkarılmasından geriye kalan ücret olarak da ifade edilebilmektedir (Işığıçok, 2014: 162; Ören, 2021: 122).

Nominal ücret (cari ücret, nakdi ücret, parasal ücret, itibari ücret), emek piyasasında arzın ve talebin belirlemesi ile oluşan, fiyat hareketlerinden ayrıştırılamamış ücret oranıdır. İşveren açısından nominal ücret oldukça önemlidir.

Çünkü işletmenin kasasından çıkan ve maliyeti direkt olarak etkileyen para miktarıdır. Reel ücret ise, fiyat artışlarının nominal ücrette yaratmış olduğu aşınmayı ve satın alma gücü kaybını esas alan ücretin gerçek miktarıdır. Nominal ücret, çalışanın cebine giren parayı, reel ücret ise paranın satın alma gücünü yansıtmaktadır (Özaydın, 2012: 208).

Kollektif ücret, toplu iş sözleşmesi (tis) ile saptanan ücret ortalamasıdır. Efektif ücret ise (piyasa ücreti), emek piyasasında emek arzının ve emek talebinin karşı karşıya gelmesi ile bir noktada buluşulduğu yerde oluşan emeğin fiyatı olarak açıklamak mümkündür (Işığıçok, 2011: 146).

Sosyal ücret, çalışanların sosyal ve ekonomik refahını arttıran faaliyetler olarak tanımlanmaktadır. Daha geniş bir ifadeye yer verilecek olunursa, işçilere emekleri karşılığında verilen ücret dışında işverenin veya devletin kök ücret ve primlere ek olarak çeşitli sosyal yardımların sağlanmasında yer alan ödemelerdir. Çalışanların yol ücreti vermeksizin servis ile işyerine ulaşımlarının sağlanması, öğle yemeklerinin ücretlerinin karşılanması, çocukları olanlara eğitim veya kırtasiye desteklerinin verilmesi, tatil ücretlerinin karşılanması vb. faaliyetler sosyal ücret kapsamında değerlendirilmektedir (Ören, 2021, 123).

Geçimlik ücret, bireylerin esas olarak fiziksel ve biyolojik ihtiyaçlarına yönelik olan ve bu ihtiyaçların giderilmesini, devamlı hale gelmesini sağlayan ücret olarak ifade edilmektedir. Yaşayan ücret ise fiziksel ihtiyaçları karşılayan ücrete (geçimlilik ücret) ek olarak çalışanların kültür, eğlence, sağlık, eğitim, sosyal ihtiyaçlarını da içermeyi kapsamaktadır (Çakır, 2006: 2).

ASGARİ ÜCRET KAVRAMI

Asgari ücret kavramına tek bir tanım yapmak mümkün olmamaktadır. Normatif yanının ağır basması (Gökdere, 1997: 2), uygulamasında sosyo-ekonomik, sosyo-kültürel ve sosyo-politik faktörlerin etkili olması ve bu faktörlerin piyasa şartlarına göre sürekli olarak değişmesi tanımlama yapılırken oluşan zorlukları arttırmaktadır (Korkmaz, 2003: 3). Ekonomik, sosyal ve siyasi yapılanmalar asgari ücret tanımını ülkeden ülkeye göre değiştirebilmektedir. Şöyle ki, bir ülkenin yapılanmasına uygun olan ve başarılı sonuçlar veren tanım, başka bir ülkede başarılı bir sonuç vermemektedir. Hatta yapılanmanın değişmesi, bir ülkede kabul görülen ve uygulamada sorun yaratmayan asgari ücret kavramının içeriğinin zamanla değişmesine yol açabilmektedir (Kutal, 1969: 3).

Asgari ücret kavramını açıklamada ilk başta bazı yazarların yorumlarına yer verilmektedir:

Talas'a göre: "… *En az ücret her şeyden önce uygar ve çağdaş bir toplum içinde yaşayan orta bir işçinin olağan gereksinimlerini karşılayan bir ücret olarak kabul edilmektedir. Başka bir deyimle, en az ücret, işçiye ailesi ile birlikte yaşadığı toplumda kabul olunabilen bir yaşam düzeyi sağlayan ücret"* (Talas, 1979: 48-49).

Centel: "*..işçiye asgari bir hayat düzeyi sağlamaya yeterli olan ve işverenin, bundan daha düşük miktarda bir ücret ödeyemeyeceği ücret*" (Centel, 1987: 187).

Gerek: "*…işçi ve ailesinin günün ekonomik ve sosyal koşullarına göre insanca yaşamasına olanak verecek, insanlık onuruyla bağdaştıracak bir ücret*" (Gerek, 1999: 8).

Zaim: "*..üretime katılan emeğin bir bedeli değil, toplumun temelini teşkil eden insan ihtiyaçlarının esas alındığı bir ücret*" (Zaim, 1974: 92).

Asgari ücret farklı bilim insanları tarafından farklı şekillerde tanımlanmıştır. Genel olarak yaygın bir biçimde kullanılan tanımını, nitelik gerektirmeyen işlerde vasıfsız çalışana ödenen, kendisinin ve ailesinin geçimini, erdemli ve onuruna layık bir yaşam sürmesini sağlayan ücret olarak ifade etmek mümkündür.

Asgari ücret tanımlamasında farklı görüşler ortaya atılmıştır. Bazı tanımlamalar sadece bireyin sosyal ve ekonomik ihtiyaçlarını baz alırken, bazı tanımlamalar bireyin ve bakmakla yükümlü olduğu ailesini baz almıştır. Ülkemizde asgari ücret tanımlamasında işçi kriteri değerlendirilmiş, aile kriteri önemsenmemiştir. Aslında olması gereken sadece çalışanın değil ailesinin de ihtiyaçlarını değerlendirmek olmalıdır. Çünkü, sosyal devlet hem bireyler hem de sorumlu olduğu aile üyeleri refah içinde yaşamasını gerekli kılmaktadır (Korkmaz, 2004: 54).

Asgari ücretin amacı, işçilere refah bir yaşam bir yaşam sağlamaktır. Asgari ücretin belirlenmesindeki amaç ekonomik olarak algılansa da sosyal içerik boyutu da oldukça yüksektir. Asgari ücret belirlenirken sosyal etkisinden ziyade ekonomik etkisinin ön planda olması, asgari ücretin belirlenmesindeki anlamın yok olmasına sebep olmaktadır (Korkmaz, 2003:6). Asgari ücretin bir diğer amacı, çalışanların emeklerinin karşılığını aldıkları en düşük, en alt sınır olması ve bu ücretin altına düşülmemesi sağlanarak ekonomik ve sosyal yaşam olanaklarını indirgememektir. Gelişmemiş veya gelişmekte olan ülkelerde emek karşılığında asgari ücret belirlenmesi ve bu ücretin yasallaştırılması emeğin sömürüsünü de engellemiş olacaktır. Asgari ücret alan çalışanlar genel olarak vasıf gerektirmeyen, emek yoğun işlerde istihdam edilmekte ve belirlenen ücret ile onların emeklerinin en düşük karşılığı olmaktadır. Asgari ücret uygulamasının temel nedenlerini şu şekilde sıralamak mümkündür (Rakıcı, 2016: 209-210).

*Gelişmekte ve gelişmemiş olan ülkelerde çalışma koşullarının kötü olması ve buna rağmen verilen ücretin refah seviyesinin altında kalma durumunu engellemeye çalışmak, emeğe yakışır bir gelir düzeyi sunmak,

*Piyasa şartlarına göre şekillenen ücretlerin düşmesi ile çalışanların ücretlerinin korunmasını sağlamak,

*Vasıfsız çalışanların arz fazlalığı kontrolünü sağlayıp, ücretlerinin düşmesini engellemek,

*Çalışanların ihtiyaçlarını asgari bir düzeyde karşılayabilmek, sosyal ve ekonomik refahı sağlayabilmek,

*Çalışanlar arasında gelir adaletinin sağlanması, yoksulluk ve sefaletin önüne geçilmek,

*Haksız rekabetin önlemek.

Sosyal politika aracı olarak değerlendirilen asgari ücret, çalışanların sosyal ve refah seviyelerini korumaya çalışmakta ve devletin işgücü piyasasına yaptığı bir müdahale yöntemi olarak değerlendirilmektedir. Asgari ücret kavramının sadece ekonomik bir algı olarak değerlendirilmesi yanlış bir yaklaşımdır. Çünkü asgari ücret, piyasa koşulları ile şekillenen ve milyonlarca çalışanı etkileyen sosyal ve kültürel bir kavramdır. Ayrıca, enflasyon, yoksulluk, ülke refahı ve barışı gibi birçok konuyu da derinden etkileyen bir yapıya sahiptir (Öçal ve Korkmaz, 2019:

188).

ASGARİ ÜCRETİN GELİŞİMİ

Asgari ücret dünya genelinde uygulamaya konulan bir ücret sistemidir. Kökleri Antik Yunan'a kadar dayanmaktadır. 18. yüzyılda Sanayi Devrimi, üretimin yapısını tamamen değiştirerek, kitle üretime geçilmesini sağlamış, toprak sahibi olmayanların fabrikalarda istihdam edilmesi ile birlikte ücret karşılığında çalışan sayısı artmış ve bu durum ücret seviyelerini düşürmüştür. Sanayi Devrimi'nde ücretler bireysel geçim sağlamayacak kadar düşmüştür. Ücretlerin çok fazla düşük olması yanında, özellikle kadın ve çocuk işçiler, bedensel, fiziksel ve ruhsal sağlığa uygun olmayan, uzun mesai gerektiren, olumsuz çalışma koşullarının ağır bastığı işlere maruz kalmışlardır. Alan yazınında bu dönemin ücretlerin düşüklüğünü resmedebilmek için, emek karşılığında verilen ücrete "sefalet ücreti" veya "öldürmeyecek derecede ücret" gibi kavramsal ifadelere yer verilmiştir (Mahiroğulları, 2011:48).

Dünya geneline bakıldığında ilk asgari ücret kanunu 1894 yılında Yeni Zelanda'da, 1896 yılında Avustralya'da; 1900'lere gelindiğinde ise İngiltere'de kabul edilmiştir. 1909 yılında örgütlenmeyen, ev sanayisinde çalışanların iş koşullarının korunması amaçlanarak asgari ücret kabul edilmiştir. 1912 yılında maden işçilerinin grev yapması sonucu hak talepleri ses getirmiş ve asgari ücret kanunlaştırılmıştır. 1915 yılında Fransa'da da ev sanayi alanı için asgari ücret kanunu çıkartılmış, aynı sene içerisinde Almanya ve Avusturya'da da asgari ücret kabul edilmiştir. 1945 yılına kadar Fransa, Hollanda, Almanya'da ücret kontrolü kademeli olarak devlet tarafından idame edilmiştir (Akın, 2016,142).

Türkiye' de asgari ücretin gelişimi Osmanlı ve Selçuklu dönemine dayanmaktadır. Bu dönemlerde ahi örgütleri çeşitli düzenleme fonksiyonlarıyla çalışma yaşamına müdahalelerde bulunmuşlardır. Bu örgütler piyasa fiyatlarına müdahale etmişler, usta, kalfa ve çıraklar arasındaki çalışma ilişkilerini düzenlemişler, Türk esnaf ve çalışanına uygun yaşam koşulları sağlamaya çalışmışlardır (Türk-İş, 1978: 17). Osmanlı devletinde çalışanların ücretlerine asgari bir sınır koyma ve o ücret sınırından daha aşağı inmeme konusundaki ilk düzenleme 2 Şaban 1226 (1806) tarihli bir fermanda yer almıştır (Tunç, 1968). Sonrasında, Mısır Valisi Mehmet Ali Paşa'nın oğlu İbrahim Paşa, 1833-1840 yılları arasında yönettiği ildeki emek ihtiyacının giderilmesi konusundaki sorunları çözmek için ücret komisyonu oluşturmuştur. Oluşturulan ücret komisyonu işçi ve işveren temsilcilerinden oluşmuş, komisyon ücretleri piyasada oluşan arz ve talebe göre haftalık olarak belirlenmiş, işçilere 1,5 günlük ücretli hafta tatili düzenlenmiş, dinlenme süreleri ise arttırılmıştır (Makal, 1997: 289).

1921 yılında da çıkarılan Ereğli Kömür Havzası Maden İşçilerinin Hukukuna Mütedair 151 sayılı Kanunun on birinci maddesi ile asgari ücretin maden ocaklarında çalışan işçilere özgü olarak belirlenmesi kararlaştırılmıştır (Korkmaz, 2003:153). 1923 yılına gelindiğinde ise Türkiye İktisat Kongresinde yapılmıştır. Bu kongrede belediye meclislerinin üç ayda bir asgari ücret hadlerini dönemin geçim koşullarına göre belirlemeleri ve bunu çalışanlara ilan etmeleri kararlaştırılmış ancak hayata geçirilememiştir. 1931 yılında 151 sayılı Havzai Fahmiye kanunu çıkarılmıştır. Kanunda, çalışanlara en düşük ücret seviyesi olan asgari bir ücret ödeneceği ve bu ücret haddinin ocak sahibi, işçi birliği temsilcisi ve İktisad Vekaletinin seçeceği üç kişilik bir komisyonca tespit edileceği yer almıştır (Eser ve Terzi, 2008: 130).

Türkiye' de asgari ücret kavramsal olarak ilk defa 3008 sayılı ve 1936 tarihli ilk İş Kanunu'nda yer almıştır. Fakat asgari ücretin uygulamaya geçmesi 1951 yılında başlamıştır (Kutal, 1969: 181). 3008 sayılı Kanun'un 32. maddesinde, "*iktisadi ve içtimai zaruretler dolayısıyla İktisad Vekaletince teklif edilecek işlerde gerek saat başına veya gündelik yahut haftalık veya aylık hesabıyla ve gerek parça başına yahut yapılan iş miktarına göre ödenecek işçi ücretlerinin en aşağı hadleri bir nizamname ile tespit edileceği*" hükme bağlanmıştır. Dünyadaki asgari ücretlerin ülkelere girişine bakıldığında, Türkiye'deki en az yarım asırlık gecikmenin olduğunu söylemek mümkündür (Kutal, 1969: 140). Ancak uygulamanın gecikmesindeki sebep, Türk mevzuatının yasal alt yapısının hali hazırda iken, II. Dünya Savaşı'nın yol açığı olumsuzluklar olmuştur (Talas, 1960: 33).

Türk asgari ücret sisteminin yasal gelişimi açısından 1951 tarihli Asgari Ücret Yönetmeliği büyük bir önem taşımaktadır. Asgari ücret yönetmeliğinin yürürlüğe girmesi ile birlikte 1951-1967 arasında asgari ücretler mahalli nitelikteki komisyonlar aracılığı ile belirlenmiştir. 1967 yılında mahalli komisyonlar sistemi kaldırılmış ve asgari ücretin, merkezi nitelikte ve üçlü yapıda bir komisyon aracılığı ile tespit edilmesi sistemine geçilmiştir (Korkmaz, 2003: 169).

1967 yılında 931 sayılı İş Kanunu'nun yürürlüğe girmesi ile birlikte ve bu Kanunu'nun 33. Maddesi uyarınca 1968 yılında yönetmenlik hazırlanmıştır. Bu yönetmelik, asgari ücret uygulamasında ses getiren bir değişimin yaşanmasını sağlamıştır. Yönetmelikle işçi, işveren ve devlet temsilcilerinden oluşan, merkezi niteliğe sahip bir komisyonun oluşturulması, asgari ücretin hizmet akdine dayalı olarak çalışan tüm işçilere uygulanması, en geç iki senede bir yeniden tespit edilerek belirlenmesi gibi konulara düzenlemeler getirilmiştir (931 sayılı İş Kanunu Md. 33). 1968' de hazırlanan yönetmelikte asgari ücretin normal bir çalışma günü karşılığı olması ve işçinin gıda, konut, sağlık, giyim gibi biyolojik olarak yaşamını idame ettirmeyi sağlayacak kadar zorunlu ihtiyaçlarını cari fiyatlar üzerinden karşılamaya yetecek miktarda olması, asgari ücretin tespitinde bölgenin ya da tüm ülkenin piyasa koşullarının göz önüne alınarak tespit edilmesi, işçilerin 16 yaş ve üzeri olarak ücret farklılıklarının gözetilmesi, asgari ücretin saat başına tespit edilmesi gibi düzenlemeler yapılmıştır. 931 sayılı İş Kanunu'nun yürürlükten kalkması ile 1971 tarihli 1475 sayılı İş Kanunu yürürlüğe girmiştir. 1475 sayılı İş Kanunu' nun 33. Maddesinde öngörülen "asgari Ücret Yönetmeliği" 1972 yılında çıkartılmıştır. Bu kanun 931 sayılı Kanunla neredeyse aynı maddeleri içermektedir. 931 sayılı İş Kanunu' nun 33. Maddesi "hizmet akdi ile çalışan her türlü işçi" yi kapsamına alırken, 1475 sayılı İş Kanunu' nun 33. Maddesi "hizmet akdi ile çalışan ve bu kanun kapsamına giren her türlü işçi" asgari ücret uygulamasına konu olmuştur. 931 sayılı İş kanunu kapsam olarak daha geniş bir düzenleme içermektedir. 4857 saylı İş Kanunu ise 1475 sayılı İş Kanunu'ndan daha geniş kapsamlı, fakat köklü değişiklikler gözlemlenmemiştir. 1475 sayılı İş Kanunu, yalnızca İş Kanunlarına tabi olanları asgari ücretten yararlandırırken, 4857 sayılı İş Kanunu'nun 39. Maddesi "İş Sözleşmesi ile çalışan ve Kanun kapsamında olan veya olmayan her türlü işçiyi" asgari ücret kapsamına almıştır (Korkmaz, 2003: 155-156; Korkmaz vd., 112-113; Esener, 1978: 184).

Günümüzde yürüklükte olan 4857 sayılı İş Kanunu ile, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı' nca Asgari Ücret Tespit Komisyonu aracılığıyla asgari ücretin sınırlarının en geç iki yılda bir belirleneceği ifade edilmiştir. Ancak, Türkiye'de özellikle son yıllarda değişen en enflasyonist koşullar, bu ücretin daha sık aralıklarla gerçekleşmesine yol açmıştır. 1988 yılından itibaren asgari ücretin miktarının belirlenmesi yılda bir (yılın ortasında) yapılmaya başlanmış, 1999 yılından itibaren ise yılda iki kez belirlenmiştir (Türcan Özşuca, 2004: 10).

TÜRKİYE'DE ASGARİ ÜCRET SORUNSALI

Türkiye'de asgari ücret uygulama alanı bulduğu zamandan itibaren tartışılan bir konu olarak gündemde yer edinmiştir. Asgari ücretin sosyal amaçları ile iktisat politikasının arasındaki çatışmanın giderilmesi, asgari ücret artışlarının istihdam üzerindeki olumsuz etkisi, asgari ücretin ekonomik niteliğinin yetersizliği, Asgari Ücret Tespit Komisyonu'nun asgari ücret artış kararları, komisyonun yapısı, asgari ücretin seviyesinin belirlenmesinde esas alınan kriterler ve asgari ücret üzerindeki vergi yükü, asgari ücretin kapsamındaki yetersizlikler asgari ücretin uygulanmasındaki temel sorunlar olarak değerlendirilmektedir (Aslan, 2019: 144; Korkmaz, 2003).

Türkiye'de asgari ücret, Asgari Ücret Tespit Komisyonu tarafından belirlenmektedir. Asgari Ücret Tespit Komisyonu beş devlet, beş işveren ve beş işçi temsilcisinden oluşmaktadır. Komisyondaki işverenleri TİSK, işçileri ise bünyesinde en çok üyeye sahip üst sendikal kuruluş olan Türk-İş temsil etmektedir. Asgari ücret belirlenirken oluşturulan komisyonda devleti, işverenleri ve işçiyi temsil edenlerin sayısının eşit olması, komisyonun karar aşamamasında bağımsızlığını zedeleyen bir unsur olarak dikkatleri çekmektedir. Şöyle ki, asgari ücretin karar aşamasında genel olarak hükümet ve işverenlerin ittifak halinde olmaları ile onların kararları geçerli olmaktadır. Milyonlarca işçiyi derinden etkileyen bu hususta işçilerin atıl durumda olması dikkati çeken bir unsur olarak değerlendirilmektedir. Komisyonda işçileri temsilen sadece Türk-İş'in katılması, asgari ücretin sosyal amaçlarının ve tarafların temsili açısından yetersiz bir durum teşkil etmektedir. Sosyal katılımın, adaletin ve yeterli ücretin belirlenmesi için komisyonun yapısının değiştirilmesi, komisyona tarafsız, alanında uzman kişilerin katılımının gerçekleştirilmesi ve en önemlisi komisyon başkanının tarafsız, adil, uzman kişilerden birinin atanması gerekmektedir (Korkmaz, 2003: 238).

Asgari ücretin ülkemizdeki temel sorunlarından biri, komisyonun ücreti belirleme aşamasında esas olarak ailenin değil de işçinin ihtiyaçlarının dikkate alınmasıdır. Asgari Ücret Yönetmeliği'ne göre asgari ücretin miktarı, bir iş gününde bir çalışanın gıda, konut, ulaşım, sağlık ve giyim gibi temel ihtiyaçlarını günün fiyatları üzerinden en minimum (asgari) düzeyde karşılamaya yetecek şekilde belirlenmektedir. Uygulanan bu yöntem Türk aile örf ve adetlerine, aile yapısına, sosyal ve ekonomik gerekçelerine uygun olmamakla birlikte, anayasa ve uluslararası standartlar açısından bakıldığında ailenin kriter olmaması eksiklik arz etmektedir. İşveren temsilcileri esas olarak sadece ailenin baz alınmasına herhangi bir eleştiri de bulunmazken, işçi konfederasyonları ülkemizin içinde bulunduğu sosyal ve ekonomik yapılanmalar, refah ve sosyal devlet ilkesi gereği asgari ücretin en düşük miktarının işçi ve ailesinin ekonomik, sosyal ihtiyaçlarının göz önüne alınması gerektiğini ifade etmektedir (Aslan, 2019: 144).

Asgari ücretten bazı kesintiler yapılmaktadır. Yapılan kesintiler hem işçiye hem de işverene mali açıdan olumsuz bir durum yaratmaktadır. Şöyle ki yapılan kesinti işçinin net gelirini azaltırken, işverenin mali yükümlülüklerini arttırmaktadır. İşverene mali açıdan bir artış yansıması durumu ise işvereni kayıt dışı istihdama sürüklemektedir (Rakıcı, 2011: 64).

Tablo 1: Asgari Ücretin Netinin Hesabı (Tl/Ay)

Ücret/Kesinti	TL
Asgari Ücret	20,002.50
SGK Primi %14	2,800.35
İşsizlik Sigortası Primi %1	200.03
Kesintiler Toplamı	3,000.38
Net Asgari Ücret	17,002.12

Kaynak: www.csgb.gov.tr, 2024.

Tablo 2: Asgari Ücretin İşverene Maliyeti

Maliyet Unsurları	TL
Asgari Ücret	20,002.50
SGK PRİMİ %15,5 (İşveren Payı)	3,100.39
İşveren İşsizlik Sigorta Primi %2	400.05
İşverene Toplam Maliyet	23,502.94

Kaynak: www.csgb.gov.tr, 2024.

Brüt asgari ücretten yapılan kesintiler, kesintiler sonrası işçinin eline geçen net ücret ve asgari ücretin işverene maliyeti Tablo 1 ve Tablo 2'de gösterilmiştir. 7349 sayılı Kanunla, 193 sayılı Gelir Vergisi Kanunu ve 488 sayılı Damga Vergisi Kanununda yapılan değişikliklerle, 1/1/2022 tarihinden itibaren asgari ücret vergi dışı bırakılmış olup asgari ücretten gelir ve damga vergisi kesintisi yapılmamaktadır (RG, 25 Aralık 2021-31700). Vergi kesintisi kalkmasına rağmen diğer kesintilerin yer alması asgari ücretin net gelirini oldukça düşürmektedir. İşçi ve ailesi açısından kesintilerin fazla olması ekonomik ve sosyal bir sorun yaratırken, işveren açısından kayıtdışı istihdamı arttırma, mevcut işçi çıkarımı veya istihdamı azaltma gibi olumsuzluklarla sonuçlanabilmektedir.

Günümüzde asgari ücretin belirlenmesinde veya uygulamaya konulmasında en çok tartışılan konulardan birisi ise asgari ücretin seviyesinin açlık ve yoksulluk seviyesinin altında kalmasıdır.

Tablo 3: Dört Kişilik Ailenin Açlık ve Yoksulluk Sınırı (TL/Ay)

	Mart 2023	Aralık 2023	Şubat 2024	Mart 2024
Yetişkin Erkek Gıda Harcaması	2.880,56	4.341,96	4.894,74	5.042,99
Yetişkin Kadın Gıda Harcaması	2.331,77	3.494,77	3.940,85	4.087,75
15-19 Yaş Grubu Çocuk Gıda Harcaması	2.843,06	4.289,46	4.834,74	4.982,99
4-6 Yaş Grubu Çocuk Gıda Harcaması	1.535,72	2.305,69	2.586,85	2.679,26
Açlık Sınırı (4 Kişilik Ailenin Gıda Harcaması)	9.591,13	14.431,88	16.257,18	16.792,99
Yoksulluk Sınırı (4 Kişilik Ailenin Toplam Harcaması)	31.241,47	47.009,38	52.954,98	54.700,32

Kaynak: www.turkis.org.tr, 2024.

Türk-İş Konfederasyonunun yaptığı araştırmanın 2024 Mart ayı sonucuna göre;

"Ankara'da yaşayan dört kişilik bir ailenin sağlıklı, dengeli ve yeterli beslenebilmesi için yapması gereken aylık gıda

harcaması tutarı (açlık sınırı) 16.792,99 TL'ye,

Gıda harcaması ile giyim, konut (kira, elektrik, su, yakıt), ulaşım, eğitim, sağlık ve benzeri ihtiyaçları için yapılması zorunlu diğer aylık harcamalarının toplam tutarı ise (yoksulluk sınırı) 54.700,32 TL'ye,

Bekâr bir çalışanın 'yaşama maliyeti' de aylık 21.831,13 TL'ye yükselmiştir". (www.turkis.org.tr).

Tablo 4: Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı Çalışma Genel Müdürlüğü 2014-2024 Net ve Brüt Asgari Ücretler

Resmi Gazete Yayın Tarihi Ve Sayısı	Yürürlük Tarihleri	16 Yaşını Dolduranlar*		
		Net Asgari Ücret	Brüt Asgari Ücret	İşverene Maliyet
31.12.2014/28868 3. M.	01.01.2014-30.06.2014	846,00	1.071,00	1.247,72
31.12.2014/28868 3. M.	01.07.2014- 31.12.2014	891,03	1.134,00	1.332,45
31.12.2014/ 29222	01.01.2015-30.06.2015	949,07	1.201,50	1.411,76
31.12.2014/ 29222	01.07.2015-31.12.2015	1.000,54	1.273,50	1.496,36
31.12.2015/ 29579	01.01.2016-31.12.2016	1.300,99	1.647,00	1.935,23
30.12.2016/ 29934	01.01.2017-31.12.2017	1.404,06	1.777,50	2.088,56
30.12.2017/ 30286	01.01.2018-31.12.2018	1.603,12	2.029,50	2.384,66
27.12.2018/ 30638	01.01.2019-31.12.2019	2.020,90	2.558,40 3	3.006,12
27.12.2019/ 30991	01.01.2020-31.12.2020	2.324,71	2.943,00	3.458,03
30.12.2020/ 31350	01.01.2021-31.12.2021	2.825,90	3.577,50	4.203,56
17.12.2021/ 31692	01.01.2022-30.06.2022	4.253,40	5.004,00	5.879,70
1.07.2022/ 31883	01.07.2022-31.12.2022	5.500,35	6.471,00	7.603,43
29.12.2022/ 32058	01.01.2023-30.06.2023	8.506,80	10.008,00	11.759,40
24.06.2023/32231	01.07.2023-31.12.2023	11.402,32	13.414,50	15.762,04
30.12.2023/32415	01.01.2024-31.12.2024	17.002,12	20.002,50	23.502,94

Kaynak: www.csgb.gov.tr, 2024.

Tablo 5: 2014-2023 Enflasyon Oranları (Tefe - Üfe – Tüfe Oranları)

Üretici Fiyatları Endeksi (ÜFE)		Tüketici Fiyatları Endeksi (TÜFE)	
2023 Yıllık	%44,22	2023 Yıllık	%64,77
2022 Yıllık	%97,72	2022 Yıllık	%64,27
2021 Yıllık	%79,89	2021 Yıllık	%36,08
2020 Yıllık	%25,15	2020 Yıllık	%14,60
2019 Yıllık	%7,36	2019 Yıllık	%11,84
2018 Yıllık	%33,64	2018 Yıllık	%20,30
2017 Yıllık	%15,47	2017 Yıllık	%11,92
2016 Yıllık	%9,94	2016 Yıllık	%8,53
2015 Yıllık	%5,71	2015 Yıllık	%8,81
2014 Yıllık	%6,36	2014 Yıllık	%8,17

Kaynak: www.legalbank.net, 2024

Türkiye' de mevcut asgari ücretin (17.002 tl), Türk-İş'in açıklamış olduğu dört kişilik bir ailenin açlık sınırının (16.792,99) çok az üzerinde olduğu; yoksulluk sınırının ise (54.700,32) oldukça altında olduğu Tablo 3' de yer alan verilerle açıkça görülmektedir. Türkiye' de asgari ücret işçi baz alınarak belirlenmekte ailesi baz alınmamaktadır. Fakat asgari ücretle geçimini sağlayanların büyük bir çoğunluğu ailesine bakmakla yükümlü olan bireylerden oluşmaktadır. Asgari ücretlinin her ay cebine giren net ücretin açlık sınırına çok yaklaşması ve yoksulluk sınırının ise oldukça altında kalması sosyo-ekonomik bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır. Enflasyonun yüksek olmasının asgari ücret üzerindeki etkisine yönelik farklı görüşler atılmıştır. Kargı (2013), enflasyonla asgari ücret ve diğer de-ğişkenler arasında hiçbir ilişki olmadığını tespit etmiştir. Korkmaz, A. Çoban, O., (2006), enflasyonla asgari asgari ücret arasında bir nedensellik ilişkisi (%10 önem düzeyinde), enflasyondaki artışların asgari ücretteki, asgari ücretteki artışların da enflasyondaki artışların bir nedeni olduğunu ifade etmişlerdir. Sunal, O., Alp, Ö.S., (2015), nominal asgari ücretlerdeki artışlar enflasyon oranını, enflasyon oranındaki artışlar da nominal asgari ücretleri

arttırdığını tespit etmişlerdir. Çapkan (2023), VAR analizi uygulanarak yapmış olduğu araştırma ile enflasyon ile asgari ücretin birbirlerini etkiledikleri sonucuna varmıştır. Buradan yola çıkarak enflasyon ve asgari ücret ilişkisinin iki yönü seyredebildiğini görmekteyiz. Ancak, Tablo 5'de yer alan enflasyon oranlarına baktığımızda asgari ücretin alım gücünün ne denli düşük olduğunu gözler önüne serilmektedir. Özellikle son üç yıl içerisinde enflasyonun beklentilerin üzerinde seyretmesi, çalışanların alım gücünün oldukça azalmasına yol açmıştır. Enflasyondaki ciddi yükseliş piyasaları derinden etkilemiş, çalışanların alım gücünü oldukça düşürmüştür. Böyle bir piyasa ortamında asgari ücret ile çalışan zorunlu ihtiyaçlarını dahi karşılamakta güçlük çekmektedir. Gıda, konut, giyim, eğitim masraflarına yetemeyen asgari ücretten sosyal ve kültürel masrafların yetmesini beklemek maalesef mucize olarak görülmektedir. Günümüz piyasa koşullarında asgari ücretle çalışan bir bireyin gün içerisinde işine odaklanması, motive, örgütüne bağlı ve işinden tatmin olması güç bir durum olarak gözlenmektedir. Şöyle ki, ekonomik anlamda yetersizlik, işten ayrılma niyetinin yüksek olmasına ve zihnin iş dışında diğer faktörlere odaklanmasına yol açmaktadır. Yaklaşık 7 milyon asgari ücretli çalışanın olduğu ülkemizde geçim sıkıntısı sorunu çözülmedikçe iş yaşamına dair sosyal ve psikolojik sorunlar artacaktır. Depresyon, sosyal dışlanma, ayrımcı uygulamalara maruz kalma, intihar eğilimi, stres ve kaygı bozukluğu gibi psikolojik sorunlarda ekonomik yetersizliğin, kaygının yarattığı sorunlar olarak karşımıza çıkmaktadır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Asgari ücret, bireyin ve ailesinin refah içinde yaşayabileceği sadece biyolojik değil sosyal ve kültürel ihtiyaçlarını da karşılayabileceği en minimum ücret olarak ifade edilebilmektedir. Özellikle çalışanın emeğinin karşılığını alabilmesi, alınan ücrette adaletin sağlanması, yapılan benzer işler için benzer ücretin verilmesi, fakirliğin önlenmesi, emek istismarının önüne geçilmesi açısından asgari ücret önem arz etmektedir.

Türkiye'de asgari ücrete dayalı ekonomik ve sosyal birtakım sorunlar gündemde yer edinmektedir. Asgari ücretin tespit edilmesi ülkeden ülkeye farklılaşmakla birlikte Türkiye' de devlet, işçi ve işveren temsilcilerinden oluşan asgari ücret tespit komisyonuna eşit sayıda katılımcı yer almaktadır. Bu durum bazı bilim insanları tarafından eleştirilmektedir. Şöyle ki işçiyi derinden etkileyen bir konuda işçileri temsilen sadece yetkili sendikanın yer alması, diğer sendikaların aktif olmaması, devletin katılımcı sayısı ile diğer katılımcı sayılarının aynı olması ve yetkinin devlet tarafından sürdürülmesi sosyal katılım ve adaletli bir sonuç için yetersiz kalmaktadır. Bu duruma öneri olarak devleti temsil eden katılımcı sayısının azaltılması, işçi tarafının daha geniş çapta temsil edilmesi ve komisyonun yapısında uzman, tarafsız bireylerin yer alması verilmektedir.

Asgari ücretin hem ekonomik hem de sosyal bir diğer sorunu ise ülkemizde asgari ücretin birey bazlı değerlendirmeye alınması ve ailesinin hesaba katılmamasıdır. Piyasa şartları, aile yapısı, anayasa ve hatta uluslararası kriterler baz alındığında asgari ücret hesabında sadece birey değil bakmakla sorumlu olduğu aile fertlerinin de kriter olarak değerlendirilmesi gerekmektedir. Asgari ücretin mali sorunlarından bir diğeri de asgari ücretten yapılan kesintilerdir. İşverenin maliyetinin yüksekliği ya kayıt dışı istihdama ya da işçi çıkarımına sebep olmaktadır. Ekonomik bir sorun olarak görülen bu durum ayrıca sosyal bir sorun haline dönüşmektedir. Bu sebeple İşverenin maliyetini, işçinin ise cebine geçen ücreti azaltan kesintilerin en aza indirgenmesi bir başka öneri olarak sunulmaktadır.

Asgari ücret piyasa koşullarını belirleyen ve piyasa koşullarından etkilenen ücret türü olarak değerlendirilmektedir. Enflasyon göstergeleri asgari ücretin tespitinde önemli bir veri olarak yer alırken, sadece bu göstergelerle değil ekonomik büyüme ve refah artış durumlarından da faydalanılarak ücret belirlemesi yapılmalıdır. Şu an ülkemizde mevcut olan net asgari ücret enflasyona göre ayarlansa dahi, açlık ve yoksulluk sınırının altında seyir göstermekte ve bu durum asgari ücretin fizyolojik ihtiyaçları bile karşılamamasına yol açmaktadır.

Asgari ücret ekonomik bir araç gibi görünse de aslında alt yapısında sosyallik yatmaktadır. Asgari bir ücretin belirlenmesi sosyal devlet gerekliliği olarak değerlendirilmektedir. Özellikle son yıllar enflasyonist baskılarla eriyen asgari ücretle geçimin çok zorlaşması, çalışanların ekonomik bunalımlarının sosyal sorunlara dönüşmesine, iş ve aile yaşamında psikolojik, sosyolojik sorunların oluşmasına yol açmıştır. Ücretinden memnun olmayan, ayın sonunu getiremeyen, fizyolojik ve biyolojik ihtiyaçlarını gidermede dahi zorlanan asgari ücretli çalışan işe devamsızlık, iş tatminsizliği, motivasyon düşüklüğü, depresyon, ayrımcılık, sosyal dışlanma gibi iş ve sosyal yaşamı ilgilendiren olumsuz durumlarla baş etmek zorunda kalabilmektedir. Asgari ücret sadece açlık gideren, işe olan olumsuz tutumları, iş-aile yaşam birliğini, psikolojik ve sosyal sorunlara yol açabilen bir ücret olmamalı, bireyin ve ailesinin sosyal ve kültürel ihtiyaçlarını gideren, insanca ve erdemli bir yaşam tarzı sunan bir ücret olmalıdır. Asgari ücretin sosyal bir sorun haline gelmesi ve çalışanları psikolojik olarak derinden etkilemesi ülkemizde gündemden düşmeyen bir konu haline dönüşmüştür. Fakat asgari ücretin ekonomik etkileri üzerine yapılan çalışmalar sınırlı olarak olsa da sosyal ve psikolojik etkilerine yönelik çalışmalar maalesef alan yazınında yer almamaktadır. Milyonlarca çalışanı ilgilendiren, piyasa koşullarına yön veren asgari ücretin ekonomik ve psikolojik etkilerinin daha çok çalışma ile desteklenmesi önerilmektedir.

KAYNAKÇA

Akın, F. (2016). Asgari Ücretteki Artışın Ekonomik Etkileri. *İş ve Hayat,* 2 (4), 139-154.

Aslan, G. (2019). Türkiye'de Asgari Ücretli Çalışan Sayısı ve Ücret Seviyelerinin Değişimi (2003-2017 Hanehalkı İşgücü Anketleri Veri Analizi). *Sosyal Güvenlik Dergisi*, 9 (1), 141-159, DOI: 10.32331/sgd.582665.

Benligiray, Serap. (2007). *Ücret Yönetimi*. Beta Yayınları.

Centel, T. (1987). *İş Hukukunda Ücret*, T. Denizciler Sendikası Eğt. Dizisi.

Çakır, Ö. (2006). *Ücret Adaletinin İş Davranışları Üzerindeki Etkileri*, Kabul İşletmeleri İşverenleri Sendikası Yayını.

Çapkan, M. (2023). *Enflasyon, Asgari Ücret ve Büyüme Arasındaki İlişki* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Fırat Üniversitesi.

Esener, T. (1978*). İş Hukuku,* Sevinç Yayınevi.

Eser, B. Y., ve Terzi, H., (2008). Türkiye'de Asgari Ücret: Sorunlar Öneriler, *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi,* 22 (1), 129 – 143.

Gerek, S. (1999). *Türkiye'de Asgari Ücretler ve Enflasyon*, Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Yayınları.

Gökdere, A. (1997). *Asgari Ücretin Türk Ekonomisine Etkileri –Kobi'ler Açısından Yaklaşım-*, Türkiye Esnaf- Sanatkâr ve Küçük Sanayi Araştırma Enstitüsü (TES-AR).

Işığıçok, Ö. (2014). Ücretler, Tokol., A. & Alper., Y., (Eds.), *Sosyal Politika* (ss. 160-175), Dora Yayınları.

Kahraman, A. (2003). Genel Olarak Ücret ve Ücretin Tahakkuku. *Kamu-İş*, 7 (2), 1-17.

Kargı, B. (2013). Ücret Yapışkanlığı Hipotezi' nin Test Edilmesi: Türkiye'de Asgari Ücret ve Büyüme Üzerine Zaman Serileri Analizi (2005-2012). *Çalışma ve Toplum*, 2 (37), 183-210.

Korkmaz, A. (2003). *Çağdaş Gelişmeler Açısından Asgari Ücret*. Türk Tarih Kurumu Basımevi.

Korkmaz, A. (2004). Bir Sosyal Politika Aracı Olarak Türkiye'de Asgari Ücret: 1951-2003, *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7, 53-71.

Korkmaz, A., & Çoban, O. (2006). Emek Piyasasında Asgari Ücret, İşsizlik ve Enflasyon Arasındaki İlişkilerin Ekonometrik Bir Analizi: Türkiye Örneği (1969-2006), *Maliye Dergisi*, 151, 16-22.

Korkmaz, A., Dulupçu, M. A., Gövdere., B., & Songur., H. (2013). *Onurlu İnsan Onurlu Yaşam İçin İnsani Ücret, İlke Araştırma Raporları: 3*, İlke İlim Kültür Eğitim Derneği, İGİAD- İktisadi Girişim ve İş Ahlakı Derneği.

Kutal, M. (1969). *Teorik Esasları ve Tatbikatı Bakımından Asgari Ücret*. İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Yayını.

Mahiroğulları, Y. (2011). Endüstri Devrimi Sonrasında Emeğin İstismarını Belgeleyen İki Eser: Germinal ve Dokumacılar. *Journal of Economy Culture and Society*, 32, 41-53.

Makal, A. (1997). *Osmanlı İmparatorluğu'nda Çalışma İlişkileri: 1850-1920*, İmge Yayınevi.

Öçal, M., & Korkmaz, A. (2019). Bir Asgari Ücret Analizi: Türkiye'de Asgari Ücret Uygulaması, *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*, 76, 181-212. DOI: 10.26650/jspc.2019.76.0008.

Ören, K. (2021). Sosyal Politika. Nobel Yayınevi.

Özaydın, M.M. (2018). Ücretler ve Çalışma Koşulları, Oral, A.İ., & Şişman, Y., (Eds.*), Sosyal Politika-I* (ss. 208-241). Anadolu Üniversitesi Yayınları.

Rakıcı, C. (2011). Asgari Ücret Üzerindeki Toplam Vergi Yükü ve Asgari Ücret Tutarının Anlamı, *Ekonomi Bilimleri Dergisi,* 3 (2), 57-68.

Rakıcı, C. (2016). Asgari Ücret Zammı ve Muhtemel Etkileri, *Vergi Raporu*, 198, 208-219.

Resmi Gazete, 25 Aralık 20221 Tarihli 31700 sayılı, www.resmigazete.gov.tr., e..t., 22.04.2024.

Sunal, O., & Alp, Ö., S. (2015). Türkiye'de Reel Asgari Ücretler ve Reel GSYİH Değişmeleri Arasındaki Nedensellik lişkisi: Enflasyon Oranına Endekslenmiş Bir Nominal Asgari Ücret Politikası, *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 70 (1), 111 – 129. https://doi.org/10.16987/ausbf.80017.

Talas, C. (1960). *Türkiye Cumhuriyeti'nde Sosyal Politika Meseleleri (1920-1960).* Türk İktisadi Gelişmesi Araştırma Projesi, No: 1.

Talas, C. (1979). *Sosyal Ekonomi*, S Yayınları.

Tokol, A., (2000). *Sosyal Politika,* Vipaş AŞ.

Tuna, O., & Yalçıntaş, N. (1994). *Sosyal Siyaset*. Filiz Kitabevi.

Tunç, H. (1968). *Kutsal Ücret*, Cumhuriyet Gazetesi, 2.

Türkiye İşçi Konfederasyonu. (1978). *Asgari Ücret: Türkiye ve Dünya Uygulaması*. Türk-İş.

Tüzcan Ö. Ş. (2004). Asgari Ücret İşsizlik ve Yoksulluk. *Mesleki Sağlık ve Güvenlik Dergisi*, 5 (17), 9-13.

Zaim, S. (1974). *Türkiye' de Ücretler ve Gelirler Siyaseti*, Tisk Yayını.

Zaim, S. (1986). *Çalışma Ekonomisi*, Filiz Kitabevi.

https://legalbank.net/belge/enflasyon-oranlari-tefe-ufe-tufe-oranlari/3225950/., e.t., 23.04.2024.

https://www.csgb.gov.tr/asgari-ucret/., e.t., 23.04.2024.

https://www.turkis.org.tr/turk-is-mart-2024-aclik-ve-yoksulluk-siniri/., e.t., 23.04.2024.

BİLİŞSEL UYUMSUZLUK VE TÜKETİM İLE İLGİLİ ULUSLARARASI YAYINLARIN BİBLİYOMETRİK ANALİZ İLE İNCELENMESİ

Yağmur ÇAKMAK
Ege Üniversitesi, İzmir, Türkiye, yagmurcakmak1@outlook.com

Doç. Dr. Elif ÜSTÜNDAĞLI ERTEN
Ege Üniversitesi, İzmir, Türkiye, elif.ustundagli@ege.edu.tr

ÖZET

Bilişsel uyumsuzluk kavramı, son altmış yılda pazarlama, politika ve ekonomi gibi çeşitli disiplinlerde önemli bir araştırma konusu haline gelmiştir. İnsanların çatışan inançlar ve tutumlar arasında tutarlılık aradıkları ve bu tutarlılığın sarsılması durumunda psikolojik rahatsızlık yaşadıkları gözlemlenmektedir. Bu fenomen, bilişsel uyumsuzluk olarak adlandırılmakta ve tüketicilerin karar verme süreçlerini, alışveriş davranışlarını ve tercihlerini etkileyen önemli bir faktör olarak kabul edilmektedir. Bu kavram, son altmış yılda pazarlama, politika ve ekonomi gibi çeşitli disiplinlerde önemli bir araştırma konusu haline gelmiştir. Ürünün önemi, alternatiflerin azlığı ve fiyat gibi faktörler, bilişsel uyumsuzluğun oluşmasında etkili olabilmektedir. Bu çalışmanın amacı, bilişsel uyumsuzluğun tüketim alanında etkilerini incelemek için uluslararası alanda yapılan çalışmaları bibliyometrik analizle incelemektir. Bu amaçla Scopus veri tabanı taranarak başlığında, özetinde veya anahtar kelimelerinde bilişsel uyumsuzluk ve tüketim kavramları geçen toplam 168 çalışma araştırmaya dahil edilerek analize tabi tutulmuştur. Analiz sonuçları, bu konuların akademik literatürdeki öneminin arttığını göstermektedir. Yıllara göre yapılan yayın sayısı incelendiğinde, 2010'lardan itibaren bu konuda yapılan yayınların sayısında artış olduğu gözlemlenmektedir. Özellikle 2020 ve 2021 yıllarında önemli bir artış yaşanmıştır. Yayın türlerine göre dağılıma bakıldığında, makalelerin çoğunlukta olduğu ve diğer türlerin daha az yaygın olduğu görülmektedir. Çalışma alanlarına göre incelendiğinde, konuyla ilgili en fazla yayının "Psikoloji", "İşletme, Yönetim ve Muhasebe" ve "Sosyal Bilimler" alanlarında yapıldığı görülmektedir. "Tıp", "Hemşirelik" ve "Çevre Bilimleri" gibi diğer alanlarda da ilgili önemli sayıda yayın yapılmıştır. Türkiye'nin bu alandaki yayın sayısının sınırlı olduğu ancak artan bir ilginin olduğu gözlemlenmiştir. Bu bulgular, bilişsel uyumsuzluk ve tüketim kavramları üzerine yapılan araştırmaların genel eğilimlerini ve odak noktalarını anlamamıza yardımcı olmaktadır. Gelecekteki araştırmaların bu konuda daha fazla derinlemesine çalışmalar yapması ve farklı disiplinler arasında iş birliği yapılması, konunun anlaşılması ve uygulanabilir sonuçların elde edilmesi açısından önemlidir.

Anahtar Kelimeler: Bilişsel uyumsuzluk, tüketim, bibliyometrik analiz.

BIBLIOMETRIC ANALYSIS OF INTERNATIONAL PUBLICATIONS ON COGNITIVE DISSONANCE AND CONSUMPTION

ABSTRACT

The concept of cognitive dissonance has become a significant research topic across various disciplines such as marketing, politics, and economics over the past sixty years. It has been observed that individuals seek consistency between conflicting beliefs and attitudes, and experience psychological discomfort when this consistency is disrupted. Termed as cognitive dissonance, this phenomenon is considered a crucial factor influencing consumers' decision-making processes, shopping behaviors, and preferences. The importance of the product, the scarcity of alternatives, and the price are factors that can contribute to the formation of cognitive dissonance. This study aims to examine the effects of cognitive dissonance on consumption by conducting a systematic literature review of international studies. For this purpose, a total of 168 studies retrieved from the Scopus database, which include the keywords "cognitive dissonance" and "consumption" in their titles, abstracts, or keywords, were subjected to bibliometric analysis. The analysis results indicate an increasing scholarly interest in these topics. Examination of the number of publications over the years reveals a growing trend, particularly since the 2010s, with a significant surge observed in 2020 and 2021. Analysis by document type shows that articles constitute the majority of publications, while other types are less common. When examined by research fields, it is observed that the majority of studies are conducted in the fields of Psychology, Business Management, Accounting, and Social Sciences. Significant contributions are also observed in fields such as Medicine, Nursing, and Environmental Science. However, it is noted that the number of publications from Turkey in this field is limited, although there is a growing interest. These findings provide insights into the general trends and focal points of research on cognitive dissonance and consumption. It is essential for future research to conduct more in-depth studies in this area and foster collaboration across different disciplines to achieve a better understanding and derive actionable implications.

Keywords: Cognitive Dissonance, Consumption, Bibliometric Analysis

GİRİŞ

Tüketici davranışı araştırmalarında önemli bir rol oynayan bilişsel uyumsuzluk, Leon Festinger'in öncü araştırmasıyla sosyal psikoloji literatürüne kazandırılmıştır. Bilişsel uyumsuzluk teorisi kapsamında, insanların tutum ve inançlarında tutarlılık aradıklarını ve bu tutarlılık sarsıldığında yaşadıkları psikolojik rahatsızlıklar incelenmiştir (Festinger,1957:2). Bu kavram son altmış yıl içinde pazarlama, politika ve ekonomi gibi alanlarda önemli bir araştırma konusu haline gelmiştir.

Son yıllarda bilişsel uyumsuzluk teorisi üzerine ulusal ve uluslararası düzeyde gerçekleştirilen araştırmaların sistematik bir literatür taramasıyla incelenmesi, bu alandaki akademik ilginin derinlemesine analiz edilmesi ve gelecek araştırmalara yön verilmesi açısından önem arz etmektedir. Pazarlama literatüründe, bilişsel uyumsuzluk teorisi özellikle reklamların etkisi, marka sadakati ve satın alma sonrası pişmanlık gibi konularla ilişkilendirilmiştir (Oliver, 1997:255). Ancak, Türkiye'de bu konuda yapılan çalışmaların sayısının yetersiz olduğu gözlemlenmektedir.

Bu çalışmanın temel amacı, Türkiye'de bilişsel uyumsuzluk teorisi üzerine yapılan çalışmaların detaylı bir değerlendirmesini sunmaktır. Bu kapsamda Scopus adlı akademik veritabanı aracılığıyla kaynaklar taranarak bilişsel uyumsuzluk ve tüketim kavramlarını içeren toplam 168 çalışma belirlenmiş ve bu çalışmalar bibliyometrik analiz yöntemiyle incelenmiştir. Çalışmanın ana bölümleri, bilişsel uyumsuzluk teorisiyle ilgili literatürü ve

bibliyometrik analiz tekniklerini ele alan bölümleri içermektedir. Elde edilen bulguların raporlanmasıyla birlikte, araştırmanın kısıtları ve gelecek çalışmalara yönelik öneriler de sunulmaktadır. Bu çalışma, bilişsel uyumsuzluk teorisi alanındaki mevcut durumu ve gelecek araştırma alanlarını belirleyerek akademik literatüre katkı sağlamayı amaçlamaktadır.

Bilişsel Uyumsuzluk

Bilişsel uyumsuzluk teorisi, bireylerin çatışan inançlar ve tutumlar arasında tutarlılık arama eğilimini açıklayan önemli bir psikolojik olgudur. Festinger (1957), bu teoriyi güvenilir gerçeklerle uyumsuzluk yaşandığında ortaya çıkan bir içsel gerilim olarak tanımlamıştır. Geleneksel olarak sosyal psikoloji alanında incelenen bu teori, son yıllarda pazarlama, politika ve ekonomi gibi çeşitli disiplinlerde de önemli bir konu haline gelmiştir (Brehm ve Cohen, 1962; Cooper, 2007).

Satın alma sonrası bilişsel uyumsuzluğun tüketici davranışı üzerindeki etkilerine bakıldığında üç ana etki olan duygusal, akılcı ve satış sırasında yaşanan kandırılma endişesi görülmüştür (Sweeney ve ark., 2000). Bu etkiler arasında tüketicinin rahatsızlığı ve satın alma sonrasındaki sorgulamalar yer almaktadır. Ürünün önemi, alternatiflerin azlığı ve fiyat gibi faktörler bilişsel uyumsuzluğun oluşmasında etkili olabilir (Korgaonkar ve Moschis, 1982).

Bilişsel uyumsuzluğun tüketici davranışları üzerindeki etkileri, özellikle satın alma kararları bağlamında yoğun bir şekilde araştırılmıştır. Sweeney ve ark. (2000), satın alma sonrası duygusal etki, akılcı satın alma etkisi ve kandırılma endişesi olmak üzere üç ana etkiden bahsetmişlerdir. Bu etkiler, tüketicilerin satın alma sürecinde yaşadıkları çatışmaları ve sonrasındaki tutum değişikliklerini açıklamaktadır.

Özellikle, Korgaonkar ve Moschis (1982) tarafından yapılan çalışmada vurgulandığı gibi, satın alma kararlarının önem derecesi ve ürün veya hizmetin alternatif seçeneklerinin azlığı veya fiyatının yüksekliği, bilişsel uyumsuzluğun artmasına neden olmaktadır. Bu durum, tüketicilerin satın alma sürecinde karşılaştıkları zorlukların derinlemesine incelenmesini gerektirmektedir.

Son yıllarda yapılan araştırmalar, bilişsel uyumsuzluğun sadece satın alma kararlarıyla değil, aynı zamanda tüketim alışkanlıkları ve tercihleriyle de ilişkili olduğunu göstermektedir. Örneğin, Rothgerber (2020), et tüketimi ve hayvan sevgisi arasındaki çatışmayı bilişsel uyumsuzluk çerçevesinde ele almış ve bu konuda tüketicilerin nasıl başa çıktığını araştırmıştır.

Ancak, ulusal düzeyde yapılan araştırmaların yeterli olmadığı göz önüne alındığında, özellikle cruelty-free ürün tüketimi gibi konularda tüketicilerin yaşadığı bilişsel uyumsuzluğun incelenmesi ve bu konuda nasıl başa çıktıklarının anlaşılması önemlidir. Bu noktada, literatürdeki boşluğu dolduracak yeni araştırmalara ihtiyaç duyulmaktadır.

Bibliyometrik Analiz

Bibliyometri, matematiksel ve istatistiksel teknikleri kullanarak bilimsel bilgiyi paylaşmaya yönelik araçların incelenmesi olarak tanımlanmaktadır (Al ve Coştur, 2007). Bu tanım, yayınlanmış kitap, dergi ve makale gibi bilimsel bilgi kaynaklarından elde edilen sayısal verilerin analizine dayanmaktadır (Pritchard, 1969; Diodato, 1994; Evren ve Kozak, 2012). Bibliyometrik analiz, araştırmadaki eğilimleri belirlemeyi amaçlamaktadır. Araştırmaların konusu, araştırma bileşenleri ve iş birliği modellerini inceleyerek büyük miktarda veriyi keşfetmeye ve analiz etmeye yönelik bir tekniktir. Bibliyometrik analiz ile akademisyenlerin disipline ilişkin kapsamlı bir bakış açısı kazanmasına, bilgideki boşlukları tespit etmesine, gelecekteki araştırmalar için yeni fikirler

sentezlemesine ve alanın entelektüel yapısına katkı yapmasına olanak tanır (Al ve Coştur, 2007). Bibliyometrik metodoloji, yayın ve alıntı ölçümleriyle ilgili değişkenleri analiz etmeye odaklanan niceliksel teknikler uygular. Etki analizi ve bilimsel haritalama, bibliyometrik analizde yaygın olarak kullanılan iki ana tekniktir. Performans analizi, araştırma alanı bileşenlerinin katkısının belirlenmesine odaklanırken, bilim haritalama, araştırma bileşenleri arasındaki ilişkileri ve yapısal ilişkileri inceler (Al ve Coştur, 2007). Referans indeksleri bibliyometrik için veri kaynağı olarak kullanılır. Bu çalışmalarda bilimsel yayınların genel yapısını ortaya koymak ve yayınların etkililiğini değerlendirmek amacıyla mikro ve makro düzeyde iki farklı yaklaşım kullanılmaktadır. Elde edilen sonuçlara göre ilgili alandaki akademik yayınların gelişimi ve eğilimleri izlenebilmekte, ülkeler arası karşılaştırmalar yapılabilmekte ve dergiler değerlendirilebilmektedir (Yalçın, 2010). Bibliyometri, son yıllarda giderek daha fazla kullanılan bir araştırma değerlendirme metodolojisi haline gelmiştir (Wallin, 2005). Bu yöntemler literatür yayınlarının niceliksel analizini ortaya çıkarmak için kullanılır (Bell ve Bell, 2002).

Bibliyometri, bilimsel iletişimin süreçlerini ve bir bilim dalının gerçekliğini ve gelişimini anlamak amacıyla matematiksel ve istatistiksel yöntemlerin uygulanması olarak tanımlanır (Pritchard, 1969). Bu yöntem, yazılı iletişimin analiz edilmesi yoluyla bilimsel bilgi paylaşım araçlarının incelenmesine odaklanır (Lawani, 1981). Bibliyometrik çalışmaların kökeni 1900'lü yılların başlarına dayanmaktadır. Cole ve Eales (1917), karşılaştırmalı anatomi tarihi alanında yapılan çalışmaları bibliyometrik analiz ile inceleyerek bu alanın gelişimini ortaya koymuşlardır (Okubo, 1997). Pazarlama alanında bibliyometrik çalışmalar da giderek artan ilgi görmektedir. Sekreter ve Akyüz (2003), pazarlama araştırması alanını; Tektaş (2010), uluslararası pazarlama alanını; Özel ve Kozak (2012), turizm pazarlaması alanını bibliyometrik analizle ele almıştır. Türkiye'de yapılan bibliyometrik çalışmalar arasında Şakar ve Cerit (2013) uluslararası yazında Türkiye pazarlama yazını, Çatı ve Öcel (2018) Türkiye'de pazarlama alanında ULAKBİM'de taranan makaleler, Bozyiğit ve Yaşa (2012), Bakır (2013) ve Gülmez vd. (2019) Türkiye'de pazarlama alanında yazılmış tezleri incelemiştir.

YÖNTEM

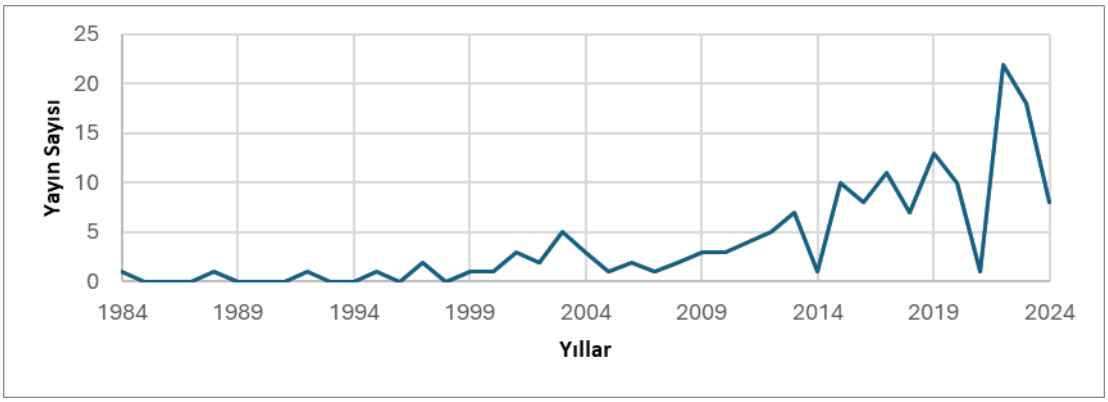
Bu çalışmada tüketim ve bilişsel uyumsuzluk alanında yazılan ve Scopus'ta taranan tezler nitel araştırma yöntemlerinden bibliyometrik analiz ile incelenmiştir. Çalışmada cevaplanmak istenen araştırma soruları aşağıdaki şekildedir:

1. Tüketim ve bilişsel uyumsuzluk konulu ve Scopus'ta taranan çalışmaların yıllara göre dağılımı nedir?
2. Tüketim ve bilişsel uyumsuzluk konulu çalışmaların yayın türlerine göre dağılımı nedir?
3. Tüketim ve bilişsel uyumsuzluk konulu çalışmaların, çalışma alanlarına göre dağılımı nedir?
4. Tüketim ve bilişsel uyumsuzluk konulu çalışmaların yayınlandığı ülkelere göre dağılımı nedir?
5. Tüketim ve bilişsel uyumsuzluk konulu çalışmalardaki anahtar kelime dağılımı nedir?

Araştırmanın anakütlesini Scopus'ta yayınlanan çalışmalar oluşturmaktadır. Örnekleme Scopus veri tabanı taranarak uluslararası literatürde; başlığında, özetinde veya anahtar kelimelerinde bilişsel uyumsuzluk ve tüketim kavramları geçen toplam 168 çalışma oluşturmaktadır. 20.03.2024 tarihinde başlatılan ve son kontrolün yapıldığı 26.04.2020 tarihinde güncellenerek çalışmaya son hali verilmiştir. Araştırma sürecinde çalışmalar içerik analizi yöntemi ile güvenilirliğin sağlanabilmesi adına araştırmacılar tarafından çalışmaların yılları, anahtar kelime kullanımı, çalışma alanları, yayın türleri veya ülkelerine göre incelenmiştir.

BULGULAR

İncelenen 168 çalışmanın analiz sonuçları, bu bilişsel uyumsuzluk ve tüketim kavramlarının akademik literatürde giderek daha fazla önem kazandığını göstermektedir.



Şekil 1'de

Şekil 1. Yıllara Göre Çalışma Dağılımları

Scopus veri tabanından alınan çalışmaların yıllara göre miktar olarak dağılımı gösterilmiştir. İlk yayın 1984 yılında gerçekleşmiş olup, 2010'lardan itibaren bu alandaki yayınların sayısında bir artış yaşandığı gözlemlenmektedir. Özellikle 2020 ve 2021 yıllarında belirgin bir artış görülmüştür. 2022 yılı, en fazla çalışmanın yayınlandığı yıl olarak öne çıkmaktadır.

Tablo 1. Yayın Türlerine ve Yıllara Göre Çalışma Dağılımları

Yıllar	Makale	Kitap Bölümü	Konferans Bildirisi	Konferans İncelemesi	Veri Makalesi	Editöryal	İnceleme	Kısa Anket	Genel Toplam
1984	1								1
1988							1		1
1992	1								1
1995	1								1
1997	2								2
1999	1								1
2000	1								1
2001	3								3
2002	2								2
2003	4						1		5
2004	2						1		3
2005	1								1
2006	2								2
2007	1								1
2008	2								2
2009	3								3
2010	2		1						3
2011	4								4
2012	4						1		5
2013	5		1				1		7
2014		1							1
2015	7	3							10
2016	6	1	1						8

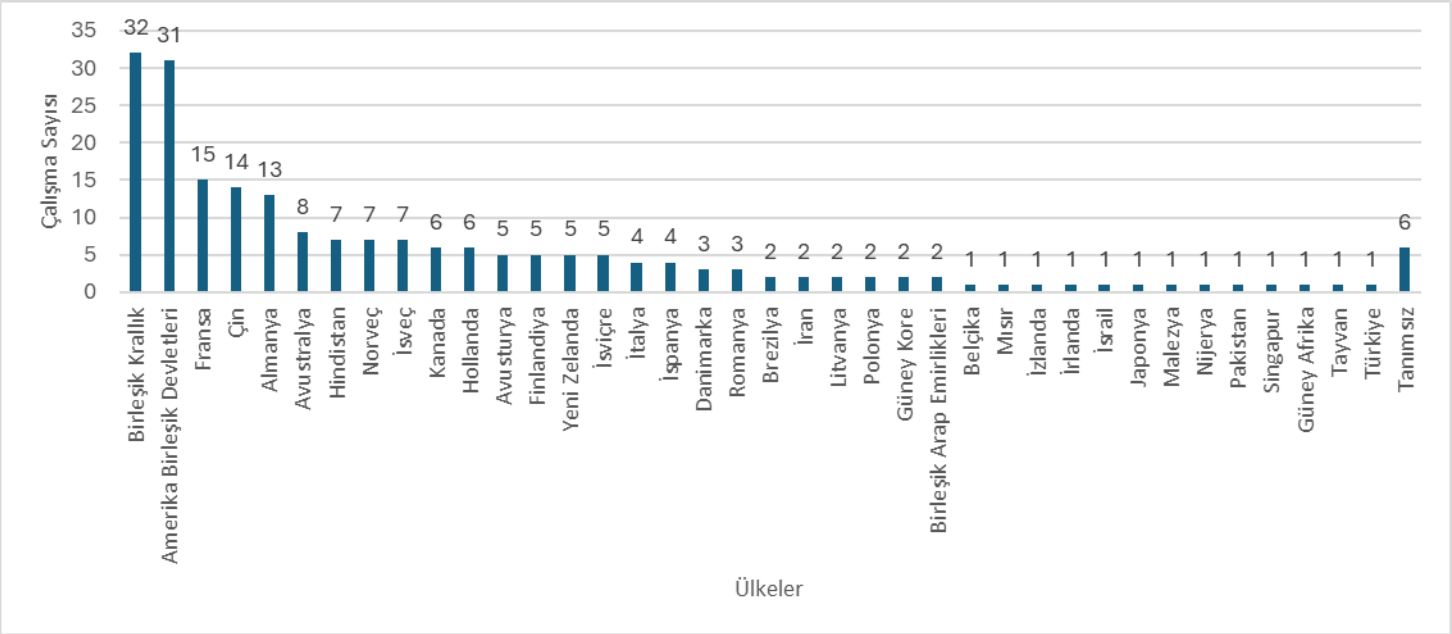
2017	8	1	1					1	11
2018	3	1	3						7
2019	10			1		1	1		13
2020	7	1					2		10
2021	8		1				2		11
2022	21		1						22
2023	17				1				18
2024	8								8
Genel Toplam	**137**	**8**	**9**	**1**	**1**	**1**	**10**	**1**	**168**

Tablo 1'e göre, tüketim ve bilişsel uyumsuzluk konulu akademik çalışmaların yıllara göre dağılımı incelendiğinde, 1990'lı yılların sonundan 2024'e kadar olan zaman diliminde artan bir eğilim görülmektedir. Özellikle 2010'lu yıllardan itibaren bu konuda yapılan çalışmaların sayısında belirgin bir artış gözlemlenmektedir. 2020 ve 2019 yıllarında bu artışın önemli bir ivme kazandığı ve en fazla çalışmanın yayınlandığı yıllar 2022-2023 yılları olduğu dikkat çekmektedir.

Çalışma türlerine göre dağılıma bakıldığında, makalelerin çoğunlukta olduğu görülmektedir. Bu da tüketim ve bilişsel uyumsuzluk alanında yapılan araştırmaların genellikle derinlemesine incelemeler olduğunu ve akademik literatüre daha fazla katkı sağladığını göstermektedir. Diğer türlerin (kitap bölümü, konferans bildirisi, konferans incelemesi, veri makalesi, editöryal, inceleme ve kısa anket) ise daha az yaygın olduğu görülmektedir.

Şekil 2. Çalışma Alanlarına Göre Dağılım

Çalışma alanlarına göre incelendiğinde, konuyla ilgili en fazla yayının "Psikoloji", "İşletme, Yönetim ve Muhasebe" ve "Sosyal Bilimler" alanlarında yapıldığı görülmektedir. "Tıp", "Hemşirelik" ve "Çevre Bilimleri" gibi diğer alanlarda da ilgili önemli sayıda yayın yapılmıştır. Psikoloji alanının 51 yayın ile tüketim ve bilişsel uyumsuzluk konusundaki araştırmalarda en yaygın olarak incelenen konu olduğu görülmektedir. İşletme, yönetim ve muhasebe alanı ise 44 yayın ile ikinci sırada yer almaktadır. Sosyal bilimler ve tıp alanları da sırasıyla 41 ve 26 yayın ile önemli bir paya sahiptir. Diğer yandan, nörobilim, biyokimya, genetik ve moleküler biyoloji gibi alanlar ise daha az yayınla temsil edilmektedir (Şekil 2.).



Şekil 3. Ülkelere Göre Çalışma Dağılımları

Şekil 3.'ye göre Birleşik Krallık ve Amerika Birleşik Devletleri'nin sırasıyla 32 ve 31 çalışma ile en fazla araştırmaya ev sahipliği görülmektedir. Bu ülkeler, tüketim ve bilişsel uyumsuzluk konusunda en yoğun araştırma faaliyetlerinin gerçekleştirildiği lider ülkelerdir. Fransa, Çin ve Almanya gibi diğer ülkeler de önemli bir araştırma çıktısı sunmaktadır. Diğer taraftan, Türkiye, Belçika, Mısır, İzlanda, İrlanda, İsrail, Japonya, Malezya, Nijerya, Pakistan, Singapur, Güney Afrika ve Tayvan gibi ülkelerin sadece 1 çalışmaya ev sahipliği yaptığı görülmektedir. Bu ülkeler, tüketim ve bilişsel uyumsuzluk konusundaki araştırma faaliyetlerinin daha az olduğu veya henüz gelişmekte olduğu anlamına gelmektedir. Analiz sonucuna göre çalışmaların bazıları birden fazla ülkede yayınlanmıştır. Öte yandan 6 adet çalışmanın hangi ülkelerde yayınlandığı tespit edilememiştir.

Tablo 2. Anahtar Kelime Türüne Çalışma Sayısının Dağılımı

Anahtar Kelime	Belge Sayısı	Oran (%)
Bilişsel Uyumsuzluk	91	15%
İnsan	53	8%
Biliş	53	8%

Yetişkin	41	7%
İnsanlar	38	6%
Kadın	36	6%
Erkek	34	5%
Psikoloji	20	3%
Kontrollü Çalışma	20	3%
Tüketim Davranışı	19	3%
Ergen	16	3%
Et Tüketimi	15	2%
Et	15	2%
Motivasyon	14	2%
Genç Yetişkin	13	2%
Hayvanlar	13	2%
Hayvan	13	2%
Anket	12	2%
Majör Klinik Çalışma	12	2%
Alkol Tüketimi	12	2%
Tüketici	11	2%
Kendi Kavramı	10	2%
Alkol İçme	10	2%
Alkol	10	2%
Algı	9	1%
İnsan Deneyi	9	1%
Duygular	9	1%
İçki Tüketim Davranışı	9	1%
Karar Verme	9	1%

"Tüketim Davranışı", "Alkol Tüketimi", "Et Tüketimi" gibi tüketim alışkanlıkları ve sağlıkla ilgili anahtar kelimelerin belirli bir sayıda temsil edildiği görülmektedir. Bu da sağlık ve tüketici davranışları alanlarında yapılan araştırmaların çeşitliliğini yansıtmaktadır.

Anahtar kelimelerin dağılımına bakıldığında, en fazla çalışma sayısına sahip olan kelimelerin "Bilişsel Uyumsuzluk", "İnsan" ve "Biliş" olduğu görülüyor. "Bilişsel Uyumsuzluk" terimi, çalışmaların odaklandığı temel konuyu yansıtırken, "İnsan" ve "Biliş" terimleri ise genel olarak insan davranışları ve zihinsel süreçlere işaret etmektedir.

Ayrıca, "Tüketim Davranışı", "Ergen", "Et Tüketimi", "Motivasyon", "Tüketici", "Alkol Tüketimi" gibi kelimeler de önemli araştırma alanlarını temsil etmektedir.

Bununla birlikte, "Majör Klinik Çalışma", "Anket", "İnsan Deneyi" gibi terimler, araştırma yöntemlerini ve çalışma türlerini ifade etmektedir. Bu terimler, belirli bir araştırma yaklaşımını veya yöntemini vurgulayan anahtar kelimelerdir.

TARTIŞMA VE SONUÇ

Yayın türlerine göre dağılıma ilişkin olarak, makale türünün akademik araştırmaların temel taşı olduğunu ve bu alandaki bilgi birikimine önemli katkılar sağladığını söylemek mümkündür. Ancak, diğer türlerin de önemli bilgiler içerebileceği ve bu alandaki çeşitliliğin önemli olduğu unutulmamalıdır.

Çalışma alanlarındaki dağılım bilişsel uyumsuzluk ve tüketim konularının farklı disiplinler arasında geniş bir ilgi gördüğünü göstermektedir. Türkiye'nin bu alandaki yayın sayısının sınırlı olduğu söylenebilir.

Ülkelere göre çalışma dağılımını incelediğimizde, Birleşik Krallık ve Amerika Birleşik Devletleri'nin en fazla çalışmaya ev sahipliği yaptığını görüyoruz. Bu ülkelerin tüketim ve bilişsel uyumsuzluk konusunda akademik araştırmalarda öncü konumda olduğu gözlemlenmiştir. Fransa, Çin ve Almanya da önemli birer aktör olarak öne çıkmaktadır. Diğer ülkeler ise daha az sayıda çalışmaya ev sahipliği yapmaktadır. Bu dağılım, tüketim ve bilişsel uyumsuzluk alanında yapılan araştırmaların küresel bir perspektifle ele alındığını ve farklı ülkelerden gelen araştırmacıların bu konuda katkı sağladığını göstermektedir. Ancak, Birleşik Krallık ve Amerika Birleşik Devletleri'nin öne çıkması, bu ülkelerdeki araştırma altyapısı ve akademik çevrenin gücünü yansıtmaktadır. Diğer ülkelerin de bu alanda daha fazla araştırma yapması ve katkı sağlaması önemlidir, böylece küresel anlamda daha kapsamlı bir bilgi birikimi oluşturulabilir.

Anahtar kelime dağılımı incelendiğinde tüketim alışkanlıkları, ergenlik dönemi davranışları, beslenme tercihleri ve alkol tüketimi gibi konuların üzerinde durulduğunu göstermektedir. Sonuç olarak, bu anahtar kelimelerin dağılımı, tüketim ve bilişsel uyumsuzluk alanındaki araştırmaların geniş bir yelpazede yapıldığını ve çeşitli alt konuların incelendiğini göstermektedir.

ÖNERİLER

Türkiye'deki akademik çevrelerin tüketim ve bilişsel uyumsuzluk alanındaki araştırmalara daha fazla odaklanması teşvik edilmelidir. Bu konuda yapılan çalışmaların artırılması, uluslararası alanda Türkiye'nin bilişsel uyumsuzluk ve tüketim alanında yapılan çalışmalara bilimsel katkısını artırabilir. Farklı disiplinler arasında iş birliğini teşvik etmek amacıyla multidisipliner çalışmalara öncelik verilmelidir. Özellikle psikoloji, işletme, sosyal bilimler, tıp ve çevre bilimleri gibi farklı alanlardan araştırmacıların bir araya gelerek ortak çalışmalar yapması, konunun daha kapsamlı bir şekilde ele alınmasını sağlayabilir.

Diğer ülkelerdeki akademik kuruluşlarla iş birliği ve ortak araştırma projeleri geliştirilmelidir. Bu sayede, farklı kültürlerden ve perspektiflerden araştırmacıların bir araya gelerek bilgi ve deneyim paylaşımında bulunması sağlanabilir.

Anahtar kelime dağılımına dayanarak, ileriki araştırmalarda özellikle ergenlik dönemi davranışları, beslenme tercihleri ve alkol tüketimi gibi konuların daha detaylı incelenmesi ve bu alanlarda derinlemesine çalışmalar yapılması önerilebilir. Bu şekilde, tüketim ve bilişsel uyumsuzluk alanındaki araştırmaların daha spesifik ve odaklı hale gelmesi sağlanabilir.

Son olarak, tüketim ve bilişsel uyumsuzluk konusunda yapılan araştırmaların halk sağlığı politikaları ve uygulamaları üzerindeki etkilerini değerlendiren çalışmalara daha fazla önem verilmelidir. Bu sayede, elde edilen bilimsel bulguların toplum sağlığına ve refahına daha fazla katkı sağlaması mümkün olacaktır.

KAYNAKÇA

Al, U., & Coştur, R. (2007). Türk Psikoloji Dergisi'nin bibliyometrik profili. Türk kütüphaneciliği, 21(2), 142-163.

Brehm, J. W., ve Cohen, A. R. (1962). Explorations in cognitive dissonance.

Bozyiğit, S. & Yaşa, E. (2012). Araştırmacıların pazarlama alanına bilimsel katkıları: pazarlama konusunda yapılan lisansüstü tezlere ilişkin bir araştırma, 17. Ulusal Pazarlama Kongresi Kitapçığı, 18- 21 Ekim, 55-74

Cole, F. J., & Eales, N. B. (1917). The history of comparative anatomy: Part I.—A statistical analysis of the literature. Science Progress (1916-1919), 11(44), 578-596.

Cooper, J. M. (2007). Cognitive dissonance. Cognitive Dissonance, 1-216.

Çatı, K. & Öcel, Y. (2018). Türkiye'de pazarlama ile ilgili yayınlanan makalelerin bibliyometrik incelenmesi, İşletme Araştırmaları Dergisi, 10(3): 508-519.

Diodato, V. P. (1994). Dictionary of Bibliometrics, Portland.

Evren, S., & Kozak, N. (2014). Bibliometric analysis of tourism and hospitality related articles published in Turkey. Anatolia, 25(1), 61-80.

Festinger, L. (1957). Social comparison theory. Selective Exposure Theory, 16, 401.

Gülmez, M., Yalçıntaş, D., Kurtulgan, A. & Özbay, M. (2019). Türkiye'de pazarlama alanında yazılan doktora tezlerinin incelenmesi, Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt 16, Sayı 1, 59-69

Korgaonkar, P. K., ve Moschis, G. P. (1982). An experimental study of cognitive dissonance, product involvement, expectations, performance and consumer judgement of product performance. Journal of advertising, 11(3), 32-44.

Lawani, S. M. (1981). Bibliometrics: Its theoretical foundations, methods and applications. Libri, 31(Jahresband), 294-315.

Pritchard, A. (1969). Statistical Bibliography; An Interim Bibliography.

Rothgerber, H. (2020). Meat-related cognitive dissonance: A conceptual framework for understanding how meat eaters reduce negative arousal from eating animals. Appetite, 146, 104511.

Sweeney, J. C., Hausknecht, D. ve Soutar, G. N. 2000. "Cognitive Dissonance after Purchase: A Multidimensional Scale". Psychology & Marketing, 17(5): 369–385.

Şakar, G.D. & Cerit, A.G. (2013). Uluslararası alan indekslerinde Türkiye pazarlama yazını: bibliyometrik analizler ve nitel bir araştırma. Atatürk Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, Cilt:27, Sayı:4, 37-62

Tektaş, Ö., (2010). Uluslararası Pazarlama alanında yapılan araştırmaların kategorik olarak değerlendirilmesi: 1995-2010 yılları arası literatür taraması, H.U. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 28(2), 151-174

Okubo, Y. (1997). Bibliometric indicators and analysis of research systems: methods and examples.

Oliver R. L. (1997). Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer. New York: McGraw-Hill.

Özel, Ç. H. & Kozak, N. (2012). Turizm pazarlaması alanının bibliyometrik profili (2000- 2010) ve bir atıf analizi çalışması, Türk Kütüphaneciliği, 26/4, 715- 733.

Wallin, J. A. (2005). Bibliometric methods: pitfalls and possibilities. Basic & clinical pharmacology & toxicology, 97(5), 261-275.

Yalçın, H. (2010). Millî Folklor dergisinin bibliyometrik profili (2007-2009). Millî Folklor, 22(85), 205-211.

SOSYAL BİLGİLER ÖĞRETMEN ADAYLARININ YAŞAM BOYU ÖĞRENME EĞİLİMLERİNİN ÇEŞİTLİ DEĞİŞKENLER AÇISINDAN İNCELENMESİ

Serkan KOZAN
Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, Niğde, Türkiye, serkankozan55@outlook.com

Prof. Dr. Kubilay YAZICI
Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, Niğde, Türkiye, kyazici@ohu.edu.tr

ÖZET

Yaşam boyu öğrenme, hayatın her alanında yaparak, yaşayarak öğrenmeyi amaçlamaktadır. Bu amaç doğrultusunda kişi yaşamında sürekli öğrenmeyi arzular ve her yeni bilgi öğrendiğinde daha fazla bilgi öğrenmek için çaba gösterir. İnsanların bilgi birikiminin yüksek olması ve toplumda donanımlı bireylerin yetişmesinde yaşam boyu öğrenmenin rolü büyüktür. Gözlerden kaçırılmaması gereken husus ise bu bilgi birikiminin gelecek toplumlara aktarılmasında öğretmenlerin özellikle sosyal bilgiler öğretmenlerinin önemli bir payının olduğudur. Çünkü sosyal bilgiler derslerinin odak noktasında bireylerin vatandaşlık yeterliliklerinin geliştirilmesi yer almaktadır. Gerçekleştirilecek olan bu çalışma ile geleceğin sosyal bilgiler öğretmenlerinin yaşam boyu öğrenme eğilimlerinin çeşitli değişkenler açısından incelenmesi amaçlanmaktadır. Araştırmada var olan durumu saptamak amacıyla betimsel araştırma yöntemi kullanılacaktır. Araştırmanın çalışma grubunu 2023-2024 eğitim-öğretim yılında Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Türkçe ve Sosyal Bilimler Eğitimi Bölümü, Sosyal Bilgiler Öğretmenliği Ana Bilim Dalı 1-4. Sınıflarda eğitim gören sosyal bilgiler öğretmen adayları oluşturacaktır. Çalışma grubunun belirlenmesinde amaçlı örnekleme yöntemlerinden kolay ulaşılabilir örnekleme kullanılacak ve gönüllülük esası dikkate alınacaktır. Araştırmanın verileri Gür Erdoğan ve Arsal (2016) tarafından geliştirilen "Yaşam Boyu Öğrenme Eğilimleri Ölçeği" ile araştırmacılar tarafından oluşturulan "Kişisel Bilgi Formu" ile toplanacaktır. Elde edilen veriler betimsel istatistik işlemlerine tabii tutulacak ve ortaya çıkan bulgular alan yazında yer alan diğer çalışmalarla mukayeseli olarak tartışılacaktır. Ortaya çıkan sonuçlara dayalı olarak konuyla ilgili önerilere yer verilecektir.
Anahtar Kelimeler: Yaşam boyu öğrenme eğilimleri, sosyal bilgiler, öğretmen adayları.

INVESTIGATION OF LIFELONG LEARNING TENDENCIES OF SOCIAL STUDIES TEACHER CANDIDATES IN TERMS OF VARIOUS VARIABLES

ABSTRACT

Lifelong learning aims to learn by doing and experiencing in every aspect of life. For this purpose, a person desires to learn constantly in his life and strives to learn more information every time he learns new information. Lifelong learning has a great role in increasing people's knowledge and raising well-equipped individuals in society. What should not be overlooked is that teachers, especially social studies teachers, have an important share in transferring this knowledge to future societies. Because the focus of social studies courses is on the development of individuals' citizenship competencies. The aim of this study is to examine the lifelong learning tendencies of future social studies teachers in terms of various variables. Descriptive research method will be used in the research to determine the current situation. The study group of the research was conducted in the 2023-2024 academic year at Niğde Ömer Halisdemir University, Faculty of Education, Department of Turkish and Social Sciences Education, Social Studies Teaching Department 1-4. It will be composed of social studies teacher candidates studying in classrooms. In determining the working group, easily accessible sampling, one of the purposeful sampling methods, will be used and the principle of volunteering will be taken into account. The data of the research will be collected with the "Lifelong Learning Tendencies Scale" developed by Gür Erdoğan and Arsal (2016) and the "Personal Information Form" created by the researchers. The data obtained will be subjected to descriptive statistical processes and the resulting findings will be discussed comparatively with other studies in the literature. Suggestions on the subject will be given based on the results.

Keywords: Lifelong learning tendencies, social studies, teacher candidates.

GİRİŞ

Bilgi her zaman değişim göstererek kendini yenilenmekte ve yeni bilgiler ortaya çıkmaktadır. Bilgideki bu değişim insanlarında sürekli farklı bilgiler öğrenmesine ve daha fazla bilgi edinmesine neden olmuştur. Bununla beraber bireyin ve toplumun bilgiye ulaşması, bilgiyi üretmesi ve yayabilmesi için rahat bir ortam hazırlamıştır (Diker Coşkun, 2009). Bilginin üretimi hızla artıkça teknolojik icatlar ortaya çıkmıştır. Teknolojideki gelişmelerle yaşanan toplumdaki hızlı değişimler nedeniyle insanların yaşadıkları döneme ayak uydurmak durumunda kalmışlardır. Yaşanılan dönemde insanlar çağa ayak uydurmak için kendilerini geliştirmesi gerekmektedir. Bu gelişme öğrenme ihtiyacımızı da artmaktadır (Türkmenoğlu ve Aslandağ, 2021:106). Bu teknolojinin gelişmesi, bilginin çok hızlı bir şekilde artmasına sebep olmuştur. Bilgi alanındaki gelişmeler, toplumu önemli ölçüde etkilemiştir. Toplumda öğrenme arzusu giderek artmakta, elde edilen bilgi ve becerilere yenilerinin eklenmesi insanlardaki gelişimin hızla artmasına sebep olmuştur. Elde edilen bilgi toplumunda bireylerin kendilerini geliştirerek, yeni gelişmelere olanak sağlaması oldukça çok önemlidir(Recepoğlu, 2021). Bu son yüzyılda teknolojide yaşanan değişimle beraber bireylerin bu teknolojik gelişimlere ayak uydurması kaçınılmaz olmuştur. Bu süreçte bireyler yeni bilgi ve becerileri öğrenmeye gereksinim duyarak devam etmektedirler. Bireylerin edindikleri bu bilgi ve beceri yaşam boyu öğrenmenin sağlanmasıyla gerçekleşmektedir(Bulaç ve Kurt, 2019). Teknolojinin hızla bir ivme kazanması insanların hayatın her alanında bilgiye ulaşmasına imkan tanımıştır. İnsanların hızla değişen ve sürekli üretilen bilgiye uyum sağlaması için sürekli öğrenmeyi arzulayan bireyler olması gerekmektedir (Yıldırım, 2015). Bu nedenle insanlar ilgi, ihtiyaç ve diğer tüm bilgilere, her yaşta ulaşabilmelerine olanak sağlayan bir kavram ortaya çıkmıştır, bu kavrama yaşam boyu öğrenme kavramı denilmektedir. Bu kavram ilk olarak sanayi devrimiyle ortaya çıkmış ve 1800'lü yıllarda Grundtvig tarafından kullanılmıştır (Tunca vd., 2015). 1970'li yıllara kadar yetişkin eğitimi üzerine şekillenmiş ve mesleki eğitime ağırlık veren bir süreç olarak ele alınmıştır. (Evin Gencel, 2013). Yaşam boyu

öğrenme, düşünce olarak 1970"lerin başlarında ünlenmeye başlamış ve zamanla beğeni toplamıştır. İlk kapsamlı çalışmalar 1976 yılında UNESCO tarafından yapılmıştır. UNESCO genel konferansı tarafından yaşam boyu eğitim "mevcut eğitim sistemini yeniden yapılandırmayı ve eğitimle ilgili olup da eğitim sisteminin dışında kalan tüm potansiyeli geliştirmeyi amaçlayan genel bir düzenlemedir ve bu tür düzenlemede erkekler ve kadınlar kendi eğitimlerini bizzat kendileri gerçekleştirirler" şeklinde açıklanmıştır (Diker Coşkun, 2009: 11). Bu öğrenme kavramı insanların yaparak yaşayarak hayatın her alanında sürekli öğrenme ve bir arayış içinde olmalarını sağlamıştır. Bu yaşam boyu öğrenme bireye bilgi ve becerilerin kazanılmasıyla beraber hemen uygulanmaya geçmesi hem de öğrenme döngüsünün sürekli olarak nasıl devam ettiğini gösteren en temel unsurlardandır. Öğrenme süreçlerine ait değişen ekonomi ve toplumların taleplerine cevap veren bir kavram olarak bilmemiz gerekmektedir. Yaşa, cinsiyete ve sosyo-ekonomik düzeye bakılmaksızın insanların her türlü sosyal ve ekonomik faaliyetlere katılımını amaçlamaktadır (Aksoy, 2013: 35). Toplumun her kesiminde bulunan insanların daha becerikli olması için çabalayan ve böylelikle daha nitelikli insanlar yetiştirerek hayatın daha kaliteli olması hedeflenmektedir. Topluma şekil veren en önemli bireylerin başında öğretmenler gelmektedir. Öğretmenlerin de yaşam boyu öğrenme yeterliklerine sahip olması gerekir. Öğrenme-öğretme sürecinde uygulanmakta olan yeni yaklaşımlar ve yöntemlerle beraber, yaşam boyu öğrenme becerileri öğretmen adayları için en önemli yeterlik alanı olarak görülmesi gerekir. Okullarda etkili öğrenme ortamının oluşturulması ve öğretmenlerin yaşam boyu öğrenme becerileri ile donatılmış hale gelmesi etkili öğrenmeyi kaçınılmaz yapar. Bu öğrenme becerisi hem öğretmenin niteliğini hem de eğitim sisteminin niteliğinin artırılmasında önemli bir rol oynamaktadır (Oral ve Yazar, 2015). Bütün yeterliğe sahip olan öğretmen, bu öğrenme alnında öğrencilere daha fazla bilgi verebilir. Öğrenme yeterliklerine sahip olması gerekenlerin başında sosyal bilgiler öğretmenleri gelmektedir. Çünkü; insanı ve çevreyi inceleyen, toplum ile sosyal çevreyi ilişkisini anlatan sosyal bilgiler öğretmenlerin yetiştirdiği öğrencilerle, gelecek nesildeki toplumları aydınlatarak insanlar arasındaki o bağı, nesiller boyu devam etmesini sağlayacaktır. Bu öğretmen adaylarının toplumu yönlendirecek bilgiye, birikime tecrübeye, araştırmaya ve sorgulamayı bir görev haline getirmeleri, kendilerini geliştirerek yaşam boyu öğrenme eğilimlerindeki niteliklere sahip olmaları gerekmektedir (Kılıç, 2014: 80). Bir diğer önemli hususta sosyal bilgiler öğretmen adaylarının öğrencilere vatandaşlık ve toplum bilincini öğretmesidir. Bu öğretme sürecinde öğretmenin bilgi ,beceri ve yeterliklerinin üst düzeyde olması hem öğrenci için hem de toplum için büyük bir önem arz etmektedir. Bir sosyal bilgiler öğretmen adayının her ne koşulda olursa olsun, yer ve zaman fark etmeksizin öğretmeye ve öğrenmeye açık olmalı ve yeni bilgiler öğrenmek için araştırmalı ve önceki öğrendiği bilgileri gerektiği zaman güncellemelilerdir. Bu bağlamda yaşam boyu öğrenme eğilimlerinin sosyal bilgiler öğretmen adayları açısından ortaya koymak için araştırmanın problem cümlesi "Sosyal bilgiler öğretmen adaylarının yaşam boyu öğrenme eğilimlerinin çeşitli değişkenler açısından incelenmesi" şeklinde belirlenmiştir. Bu çalışma ile sosyal bilgiler öğretmen adaylarının yaşam boyu öğrenmeye ilişkin eğilim düzeylerini ortaya koymak ve bu eğilim düzeylerinin çeşitli değişkenlere göre farklılaşıp farklılaşmadığını görmek için aşağıdaki alt problemlere yanıt aranmıştır.

1.Sosyal bilgiler öğretmen adaylarının yaşam boyu öğrenme eğilimleri ne düzeydedir?

2. Sosyal bilgiler öğretmen adaylarının yaşam boyu öğrenme eğilimleri cinsiyete göre farklılık göstermekte midir?

3. Sosyal bilgiler öğretmen adaylarının yaşam boyu öğrenme eğilimleri sınıf düzeyine göre farklılık göstermekte midir?

4. Sosyal bilgiler öğretmen adaylarının yaşam boyu öğrenme eğilimleri katılım sağlandığı kursa göre farklılık

göstermekte midir?

YÖNTEM

Araştırmanın Deseni

Bu araştırmada sosyal bilgiler öğretmen adaylarının yaşam boyu öğrenme eğilimlerinin çeşitli değişkenler açısından incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırmada var olan durumu saptamak amacıyla betimsel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Bu çalışmada ilişkisel tarama modeli de kullanılmıştır. Tarama modeli geniş örneklemlerden elde edilen verilerin analiz edilmesinde kullanılır. İki veya daha çok sayıdaki değişken arasında, birlikte değişimin varlığını belirlemeyi amaçlayan tarama yaklaşımına denir. İlişkisel tarama modelinde, değişkenlerin birlikte değişip değişmediği, değişme varsa bunun nasıl olduğu saptanmaya çalışılır (Karasar, 2011). Çalışmada; Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Türkçe ve Sosyal Bilimler Eğitimi Bölümü, Sosyal Bilgiler Öğretmenliği Ana Bilim Dalı 1-4. Sınıflarda eğitim gören sosyal bilgiler öğretmen adaylarının yaşam boyu öğrenme eğilimlerini cinsiyet, sınıf düzeyi ve katılım sağladığı kurslar açısından betimlemeye çalışılmıştır.

Çalışma Grubu

Bu çalışmada nicel verilere ulaşmak için 2023-2024 eğitim-öğretim yılında Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Türkçe ve Sosyal Bilimler Eğitimi Bölümü, Sosyal Bilgiler Öğretmenliği Ana Bilim Dalı 1-4. Sınıflarda eğitim gören sosyal bilgiler öğretmen adaylarından oluşmuştur. Çalışma grubunun belirlenmesinde amaçlı örnekleme yöntemlerinden kolay ulaşılabilir örnekleme kullanılmıştır.

kişisel bilgi formu		**n**	**%**	**ort.**	**std. sapma**
cinsiyet	kadın	91	66,4	1.34	.47
	erkek	46	33,6		
	toplam	**137**	**100**		
sınıf	1. sınıf	37	27,0	2.45	1.14
	2. sınıf	36	26,3		
	3. sınıf	29	21,2		
	4. sınıf	35	25,5		
	toplam	**137**	**100**		
katılım sağlanan kurslar	mesleki gelişim kursu	6	4,4	2.62	.57
	kişisel gelişim kursu	40	29,2		
	katılım sağlamadım	91	66,4		
	toplam	**137**	**100**		

Veri Toplama Araçları ve Verilerin Toplanması

Araştırmanın verileri Gür Erdoğan ve Arsal (2016) tarafından geliştirilen "Yaşam Boyu Öğrenme Eğilimleri Ölçeği" ile araştırmacılar tarafından oluşturulan "Kişisel Bilgi Formu" ile toplanmıştır. Bu araştırmada ölçeğin Cronbach Alpha güvenirlik katsayısı .93 olarak belirlenmiştir. Ölçeğe baktığımızda ilk kısımda kişisel bilgi formu yer almaktadır. İkinci bölümde Yaşam boyu öğrenme eğilimleri ile ilgili 17 madde bulunmaktadır. Ölçek 5'li likert tipinde olup, "Kesinlikle Katılmıyorum (1)", "Katılmıyorum (2)", Kararsızım (3)", "Katılıyorum (4)", Kesinlikle Katılıyorum (5)" seçeneklerinden oluşmaktadır. Ölçeğin uygulanabilmesi için gerekli izinler alınmıştır. Araştırmanın verileri, 2023-2024 eğitim-öğretim yılında Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Türkçe ve Sosyal Bilimler Eğitimi Bölümü, Sosyal Bilgiler Öğretmenliği Ana Bilim Dalı 1-4. Sınıflarda eğitim gören sosyal bilgiler öğretmen adaylarına "Yaşam Boyu Öğrenme Eğilimleri Ölçeği uygulanarak toplanmıştır. Öğretmen adaylarından 137 tane ölçek elde edilmiştir.

Verilerin Analizi

Araştırmada elde edilen veriler SPSS programı kullanılarak analiz edilmiştir. Araştırmada verilerin

çözümlenmesinde araştırma problemlerinin özelliklerine göre t-testi ve tek yönlü varyans analizi (ANOVA) kullanılmıştır.

BULGULAR

Araştırmanın Birinci Alt Problemine İlişkin Bulgular

Araştırmanın birinci alt problemi "Sosyal bilgiler öğretmen adaylarının yaşam boyu öğrenme eğilimleri ne düzeydedir?" sorusuna ilişkin sonuçlar aşağıdaki Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1. Sosyal Bilgiler Öğretmen Adaylarının Yaşam Boyu Öğrenme Eğilim Düzeylerine İlişkin Aritmetik Ortalama Puanları

madde no	n	$\bar{x}$	düzey
1	137	3,85	katılıyorum (yüksek)
2	137	3,66	katılıyorum (yüksek)
3	136	4,07	katılıyorum (yüksek)
4	137	3,60	***katılıyorum (yüksek)***
5	137	3,85	katılıyorum (yüksek)
6	137	4,02	katılıyorum (yüksek)
7	137	3,66	katılıyorum (yüksek)
8	137	4,12	katılıyorum (yüksek)
9	137	3,87	katılıyorum (yüksek)
10	137	4,01	katılıyorum (yüksek)
11	137	4,27	***katılıyorum (yüksek)***
12	137	4,10	katılıyorum (yüksek)
13	137	4,02	katılıyorum (yüksek)
14	137	3,85	katılıyorum (yüksek)
15	135	4,07	katılıyorum (yüksek)
16	137	3,96	katılıyorum (yüksek)
17	137	4,23	kesinlikle katılıyorum (çok yüksek)
toplam	137	3.95	**katılıyorum (yüksek)**

n= Sayı

$\bar{x}$= Aritmetik Ortalama

Aritmetik ortalama puanlarının hesaplanmasında şu temel aralıklar dikkate alınmıştır:

1.00 $\bar{x}$ 1.80= Kesinlikle Katılmıyorum (Çok Düşük)

1.81 $\bar{x}$ 2.60= Katılmıyorum (Düşük)

2.61 $\bar{x}$ 3.40= Kararsızım (Orta)

3.41 $\bar{x}$ 4.20= Katılıyorum (Yüksek)

4.21 $\bar{x}$ 5.00= Kesinlikle Katılıyorum (Çok Yüksek)

Tablo 1'de incelendiğinde sosyal bilgiler öğretmen adaylarının yaşam boyu öğrenme eğilim düzeylerin ölçeğin genelinde Yüksek (Katılıyorum) düzeyinde ($\bar{x}$=3.95) olduğu görülmektedir. Öğretmen adaylarının yaşam boyu öğrenme eğilimlerinin aritmetik ortalama puanı açısından en düşük madde 4'te "Öğrenme sürecinde zamanı iyi değerlendirmek için çalışma planı yaparım." olduğu, yaşam boyu öğrenme eğilimlerinin en yüksek olduğu maddenin ise madde 11'de "Yeni şeyler öğrenmenin kendimi geliştirmeme katkı sağladığını düşünürüm." olduğu görülmektedir.

Araştırmanın İkinci Alt Problemine İlişkin Bulgular

Araştırmanın ikinci alt problemi "Sosyal bilgiler öğretmen adaylarının yaşam boyu öğrenme eğilimleri cinsiyete göre farklılık göstermekte midir?" sorusuna ilişkin sonuçlar aşağıdaki Tablo 2'de verilmiştir.

Tablo 2. Sosyal Bilgiler Öğretmen Adayların Yaşam Boyu Öğrenme Eğilim Düzeylerinin Cinsiyet Değişkenine Göre Farklılaşma Durumuna İlişkin Bağımsız Örneklemler İçin t-Testi Bulguları

	cinsiyet	n	$\bar{x}$	ss	sd	t	p
yaşam boyu öğrenme eğilimi	kadın	91	3.99	.60	135	.89	.38
	erkek	46	3.88	.76			

Sosyal bilgiler öğretmen adaylarının yaşam boyu öğrenme eğilimlerinin cinsiyet değişkenine göre farklılaşma durumu bulguların yer aldığı Tablo 2'de incelendiğinde, öğretmen adaylarının yaşam boyu öğrenme eğilimlerinin cinsiyet değişkenine göre anlamlı farklılık oluşturmadığı ($t_{(135)}$=.89;p=.38>.05) görülmektedir. Ulaşılan bulgu doğrultusunda öğretmen adaylarının cinsiyet durumlarının yaşam boyu öğrenme eğilimlerinde bir etki meydana getirmediği söylenebilir.

Araştırmanın Üçüncü Alt Problemine İlişkin Bulgular

Araştırmanın üçüncü alt problemi ". Sosyal bilgiler öğretmen adaylarının yaşam boyu öğrenme eğilimleri sınıf düzeyine göre farklılık göstermekte midir?" sorusuna ilişkin sonuçlar aşağıdaki Tablo 3 'de verilmiştir.

Tablo 3. Sosyal Bilgiler Öğretmenlerin Yaşam Boyu Öğrenme Eğilim Düzeylerinin Sınıf Düzeyi Değişkenine Göre Farklılaşma Durumuna İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi Bulguları

	sınıf	n	$\bar{x}$	ss	vk	kt	sd	ko	f	p
yaşam boyu öğrenme eğilimi	1. sınıf	37	3.92	.64	grup içi	3.479	3	1.160	2.79	**.04***
	2. sınıf	36	3.74	.81	gruplar arası	55.317	133	.416		
	3. sınıf	29	4.19	.40	toplam	58.796	136			
	4. sınıf	35	4.02	.62	**farkın kaynağı (bonferroni)**					
					3. sınıf > 2. sınıf					

***p≤.05**

Tablo 3'da yer alan bulgular incelendiğinde, sosyal bilgiler öğretmen adaylarının yaşam boyu öğrenme eğilimleri ile sınıf düzeyleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı farklılığın olduğu ($F_{(3-133)}$=2.79;p=.04≤.05) görülmektedir. 3. Sınıf düzeyinde öğrenim gören sosyal bilgiler öğretmen adaylarının yaşam boyu öğrenme eğilimi düzeylerinin 2. Sınıf düzeyinde öğrenim görmekte olan öğrencilere kıyasla daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Araştırmanın Dördüncü Alt Problemine İlişkin Bulgular

Araştırmanın dördüncü alt problemi " Sosyal bilgiler öğretmen adaylarının yaşam boyu öğrenme eğilimlerinin katılım sağlandığı kursa göre farklılık göstermekte midir?'' sorusuna ilişkin sonuçlar aşağıdaki Tablo 4'de verilmiştir.

Tablo 4. Sosyal Bilgiler Öğretmenlerin Yaşam Boyu Öğrenme Eğilim Düzeylerinin Katılım Sağlanan Kurslar Değişkenine Göre Farklılaşma Durumuna İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi Bulguları

	mesleki kıdem	n	$\bar{x}$	ss	vk	kt	sd	ko	f	p
yaşam boyu öğrenme eğilimi	*mgk	6	3.62	1.12	grup içi	1.156	2	.578	1.34	.26
	*kgk	40	4.06	.73	gruplar arası	57.640	134	.430		
	katılmadım	91	3.93	.58	toplam	58.796	136			

*mgk=mesleki gelişim kursu, kgk=kişisel gelişim kursu

Tablo 4'de yer alan bulgular incelendiğinde, sosyal bilgiler öğretmen adaylarının yaşam boyu öğrenme eğilimleri ile katılım sağlanan kurslar arasında istatistiksel açıdan anlamlı farklılığın olmadığı ($F_{(2-134)}$=1.34;p=.26>.05) görülmektedir. Bu bağlamda sosyal bilgiler öğretmen adaylarının katılım kurslara katılım sağlama durumunun yaşam boyu öğrenme eğilimleri üzerinde bir etki meydana getirmediği söylenebilir.

TARTIŞMA VE SONUÇ

Bu araştırma sosyal bilgiler öğretmen adaylarının yaşam boyu öğrenme eğilimlerinin cinsiyete, sınıf düzeyine ve

katılım sağladığı kursa göre farklılaşma olup olmadığını ortaya koymak amacıyla yapılmıştır. Bu araştırmanın amacı doğrultusunda yaşam boyu öğrenme eğilimleri ve demografik bilgiler göre veriler toplanmış ve sonuçlar incelenmiştir. Sonuçlara baktığımızda sosyal bilgiler öğretmen adaylarının yaşam boyu öğrenme eğilimlerinin yüksek olduğu söylenebilir. Öğretmen adaylarının yaşam boyu öğrenme eğilimleri cinsiyete göre farklılaşma olup olmadığına baktığımızda bir farklılaşmanın olmadığı yani etki meydana getirmediği söylenebilir. Öğretmen adaylarının yaşam boyu öğrenme eğilimlerinin sınıf düzeyine göre farklılaşmanın olup olmadığına baktığımızda 3. Sınıf öğrencilerin yaşam boyu öğrenme eğilimlerinin 2. Sınıf öğrencilerine kıyasla daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Öğretmen adaylarının yaşam boyu öğrenme eğilimlerinin katılım sağladığı kursa göre farklılaşmanın olup olmadığına baktığımızda bir farklılaşmanın olmadığı etki meydana getirmediği söylenebilir. Araştırmaya ek olarak bu konuda diğer çalışmalara baktığımızda Tunca vd.(2015) tarafından yapılan çalışmada öğretmen adaylarının yaşam boyu öğrenme eğilimlerinin düşük olduğu dikkat çekmektedir. Kaya (2022) tarafından yapılan çalışmada öğretmen adaylarının yaşam boyu öğrenme eğilim düzeylerinin cinsiyete ve sınıf düzeyine göre anlamlı bir farklılık görülmediği söylenebilir. Bu araştırma Eğitim Fakültesi, Türkçe ve Sosyal Bilimler Eğitimi Bölümü, Sosyal Bilgiler Öğretmenliği Ana Bilim Dalı 1-4. Sınıflarda eğitim gören sosyal bilgiler öğretmen adaylarının yaşam boyu öğrenme eğilimlerini ortaya çıkarmak amacıyla yapılmıştır.

ÖNERİLER

Araştırma sonuçlarından yola çıkılarak aşağıdaki önerilerde bulunulmuştur.

Sosyal bilgiler öğretmen adaylarının yaşam boyu öğrenme eğilimlerinin yüksek olmasının temelinde yatan diğer etkenler nelerdir ve buna dair bir çalışma yapılması önerilebilir. Sosyal bilgiler öğretmen adaylarının yaşam boyu öğrenme eğilimleri ile diğer farklı değişkenler içinde çalışmalar yapılması önerilebilir.

KAYNAKÇA

Aksoy, M. (2013). Kavram olarak hayat boyu öğrenme ve hayat boyu öğrenmenin Avrupa Birliği serüveni. *Bilig*, (64), 23-48.

Bulaç, E., & Kurt, M. (2019). Öğretmen adaylarının yaşam boyu öğrenme eğilimlerinin incelenmesi. *Amasya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, *8*(1), 125-161.

Diker Coşkun, Y. (2009). *Üniversite öğrencilerinin yaşam boyu öğrenme eğilimlerinin bazı değişkenler açısından incelenmesi.* Yayımlanmamış Doktora Tezi. Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Ankara.

Gencel, İ. E. (2013). Öğretmen adaylarının yaşam boyu öğrenme yeterliklerine yönelik algıları. *Eğitim ve Bilim*, 38(170).

Gür Erdoğan, D., & Arsal, Z. (2016). Yaşam boyu öğrenme eğilim ölçeği (YBÖEÖ)*'nin* geliştirilmesi. *Sakarya University Journal of Education*, *6*(1), 114-122.

Karasar, N. (2011*). Bilimsel araştırma yöntemi*. Nobel Yayınevi.

Kaya, T. (2022). Sosyal bilgiler öğretmen adaylarının yaşam boyu öğrenme eğilimleri ve epistemolojik inançlarının incelenmesi (Master's thesis, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü).

Kılıç, Ç. (2014). Öğretmen adaylarının yaşam boyu öğrenmeye yönelik algıları.

Oral, B., & Yazar, T. (2015). Öğretmen adaylarının yaşam boyu öğrenmeye ilişkin algılarının çeşitli değişkenlere göre incelenmesi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, *14*(52), 1-11

Recepoğlu, S. (2021). Sosyal bilgiler öğretmen adaylarının yaşam boyu öğrenme eğilimleri ile öz-yönetimli öğrenme becerileri arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Gazi Üniversitesi, Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 41(1), 551-569.

Tunca, N., Alkın Şahin, S., & Aydın, Ö. (2015). Öğretmen adaylarının yaşam boyu öğrenme eğilimleri. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 11(2), 432-446.

Türkmenoğlu, D., & Aslandağ, B. (2021). Öğretmenlerin hayat çapında öğrenme alışkanlıklarının çeşitli değişkenler açısından incelenmesi. *International Journal of Educational Spectrum*, *3*(2), 105-130.

Yıldırım, Z. (2015). Sınıf öğretmenlerinin yaşam boyu öğrenmeye yönelik yeterlik algıları ve görüşleri *(Master's thesis, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü)*.

KURUMSAL PAZARLAMA BAĞLAMINDA MARKA KİMLİĞİNİN İNŞASI VE AKTARIMINDA KURUMSAL REKLAMLAR: TÜRKİYE İŞ BANKASI REKLAMLARININ GELİŞME SÜRECİ

Emre KIVRAK
Ege Üniversitesi, İzmir, Türkiye, emrekvrk1205@gmail.com

ÖZET
Türkiye'nin en eski bankalarından biri olan ve cumhuriyet dönemimizin her evresinde Türkiye'nin finansal ve ekonomik yapısının şekillenmesinde rol oynayan Türkiye İş Bankası'nın kuruluş yılından günümüze (1924-2024) basılı reklamlarından 10 yıllık zaman aralıklarıyla incelenmesi bildirinin konusunu oluşturmaktadır. Cumhuriyet tarihimizden itibaren hayatımızın, sosyal yaşantımızın ve kültürümüzün bir parçası haline gelmiş Türkiye İş Bankası yaptığı reklamlar, kampanyalar, duyurularla genel tabiriyle yürüttüğü iletişim çalışmalarıyla toplumumuza da ayna tutmuştur. Bu kapsamda değerlendirildiğinde, bildiri konusunu oluşturan süreçte incelenecek reklam ve reklam mesajlarıyla hem reklam, reklamcılık ve reklam teknolojilerinin yıllar içerisindeki gelişimine ışık tutacak hem de reklam mesajı incelemeleri ile yıllar içerisindeki toplumsal ve kültürel yapıya reklamcılık perspektifinden bakılacaktır. İlgili çalışmada yer verilecek olan ve reklamcılık disiplini üzerinden açıklanacak olan ''kurumsal pazarlama'', ''marka kimliği'' ve ''reklam metni mesajları'' finansal gelişme ve gündemleri, reklam teknolojilerini, toplumsal yapıyı ve reklam mesajlarını anlamlandıracak ve çalışmanın ana amaçlarını oluşturacaktır. Bunlara ek olarak reklam tarihi, bankacılık ve finans sektörünün tarihsel gelişimi, yıllar içerisindeki reklam mecra kullanım alışkanlıkları da çalışmanın diğer amaçları arasında gösterilebilmektedir. Çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizi yöntemi uygulanmıştır. Nitel araştırmalarda araştırılan olay, kişi veya olguların miktarı, ortalaması, sayısı gibi ölçülebilen özellikleri yerine, daha çok detaylı olarak ve anlamaya dönük olarak yapılan, "nasıl, niçin" gibi sorularla ortaya çıkarılmaya çalışılan araştırmalardır (Denzin & Lincoln, 1998). Bu çalışma kapsamında Türkiye İş Bankası'nın tarihsel süreçte kurumsal marka inşası ve bu süreçteki dönüşümü, tarihsel süreçteki toplumsa ekonomik değişimler ışığında, kurulduğu yıldan günümüze belirli periyodlarla basılı reklam mecralarından gazete ve dergi reklamlarının incelenmesi ve bu reklamlarda yer alan reklam metin mesajlarının analiz edilerek bir durum tespiti yapılması hedeflenmektedir.

Anahtar Kelime: Kurumsal pazarlama, marka kimliği, reklam mesajı, reklam metni

CORPORATE ADVERTISEMENTS IN THE CONSTRUCTION AND TRANSFER OF BRAND IDENTITY IN THE CONTEXT OF CORPORATE MARKETING: THE DEVELOPMENT PROCESS OF TURKEY IS BANK ADVERTS

ABSTRACT

The subject of this paper is to analyse the printed advertisements of Türkiye İş Bankası, one of the oldest banks in Turkey, which played a role in shaping the financial and economic structure of Turkey at every stage of the republican period, from its foundation to the present day (1924-2024) at 10-year intervals. Türkiye İş Bankası, which has become a part of our life, social life and culture since our republican history, has also held a mirror to our society with its advertisements, campaigns, announcements and, in general terms, communication activities. In this context, with the advertisements and advertising messages to be examined in the process that constitutes the subject of the paper, both the development of advertising, advertising and advertising technologies over the years will be shed light on and the social and cultural structure over the years will be examined from the perspective of advertising. ''corporate marketing'', ''brand identity'' and ''advertising text messages'', which will be explained through the discipline of advertising, will make sense of financial developments and agendas, advertising technologies, social structure and advertising messages and will constitute the main objectives of the study. In addition to these, the history of advertising, the historical development of the banking and finance sector, and advertising media usage habits over the years can also be shown among the other objectives of the study. Content analysis method, one of the qualitative research methods, was applied in the study. In qualitative researches, instead of the measurable characteristics of the events, people or phenomena investigated such as quantity, average, number, etc., they are more detailed and understanding-oriented researches that are tried to be revealed with questions such as "how and why" (Denzin & Lincoln, 1998). Within the scope of this study, it is aimed to examine Türkiye İş Bankası's corporate brand construction in the historical process and its transformation in this process, in the light of socio-economic changes in the historical process, newspaper and magazine advertisements from the year of its establishment to the present day, and to make a due diligence by analysing the advertisement text messages in these advertisements.

Keywords: Corporate marketing, brand identity, advertising message, advertising text

GİRİŞ

Kurumsal pazarlama, günümüzde işletmelerin rekabet avantajı elde etmek ve sürdürmek için kritik bir öneme sahiptir. Bu bağlamda, marka kimliği oluşturulması ve aktarılması, kurumsal pazarlamanın merkezinde yer almaktadır. Marka kimliği, bir işletmenin kendine özgü kişiliği, değerleri ve imajını yansıtan bir bütündür. Kurumsal reklamlar ise marka kimliğinin inşası ve iletilmesinde önemli bir araç olarak kullanılmaktadır.

Bu çalışmanın amacı, Türkiye İş Bankası örneği üzerinden kurumsal pazarlama bağlamında marka kimliğinin nasıl inşa edildiğini ve kurumsal reklamların bu süreçteki rolünü incelemektir. Türkiye'nin önde gelen bankalarından biri olan İş Bankası, uzun bir geçmişe sahip olup, kurumsal kimlik oluşturma sürecinde önemli bir aktördür. Bu çalışma, İş Bankası'nın kurumsal reklamlarının gelişim sürecini analiz ederek, kurumsal pazarlama ve marka kimliği alanındaki literatüre katkı sağlamayı amaçlamaktadır.

YÖNTEM

Araştırmada ‘’Nitel Araştırma’’ yöntemlerinden Veri Analizi ve İçerik Analizi Yöntemi kullanılacaktır.

Nitel araştırmalarda kullanılabilecek doküman çeşitleri; reklamlar, ajandalar, katılım kayıtları, davetiyeler, toplantı tutanakları, kılavuzlar, notlar, kitap ve broşürler, günlükler, dergiler, program kayıtları, mektuplar, muhtıralar, haritalar, çizelgeler, gazeteler, sanat eserleri, program detayları, radyo TV program senaryoları, örgütsel raporlar, anket verileri, çeşitli kamu kayıtları, not defterleri, fotoğraf albümleri vb. olup; bunlar araştırmalarda kullanılmak üzere araştırmacılara veri sağlamaktadır (Labuschagne, 2003). Nitel araştırmalarda araştırılan olay, kişi veya olguların miktarı, ortalaması, sayısı gibi ölçülebilen özellikleri yerine, daha çok detaylı olarak ve anlamaya dönük olarak yapılan, “nasıl, niçin” gibi sorularla ortaya çıkarılmaya çalışılan araştırmalardır (Denzin & Lincoln, 1998).

Bu çalışma kapsamında Türkiye İş Bankası’nın tarihsel süreçte kurumsal marka inşası ve bu süreçteki dönüşümü, tarihsel süreçteki toplumsa ekonomik değişimler ışığında, 1924-2024 yılları arasındaki basılı reklam mecralarından gazete reklamlarının incelenlenmesi ve bu reklamlarda yer alan reklam metin mesajları analiz edilerek bir durum tespiti yapılması hedeflenmektedir.

KURUMSAL PAZARLAMA VE MARKA KİMLİĞİ

Kurumsal pazarlama, günümüz rekabetçi iş dünyasında işletmelerin başarısı için hayati bir öneme sahiptir. Bu pazarlama yaklaşımı, işletmelerin pazarlama faaliyetlerini, hedef kitlesine bütünsel bir şekilde sunarak marka değerini artırmayı ve sürdürmeyi amaçlar. Kotler ve Keller (2016) kurumsal pazarlamayı, "Bir işletmenin tüm faaliyetlerini, müşteri odaklı bir yaklaşımla pazarlama kavramını kurumsal ölçekte uygulaması" olarak tanımlar. Bu bağlamda, kurumsal pazarlama stratejileri, işletmenin kurumsal kimliğini ve imajını güçlendirmeyi, müşteri ilişkilerini geliştirmeyi ve rekabet avantajı elde etmeyi hedefler.

Marka kimliği, bir işletmenin kendine özgü kişiliğini, değerlerini ve imajını yansıtan bir bütündür. Kapferer (2012), marka kimliğini, "Bir işletmenin benzersiz özelliklerinin, değerlerinin ve karakterinin ifadesi" olarak tanımlar. Güçlü bir marka kimliği, tüketicilerin işletmeyi hatırlamasını ve tercih etmesini sağlar. Marka kimliği oluşturulurken, işletmenin logosu, sloganı, renkleri, ambalajı, iletişim tarzı ve kurumsal kültürü gibi unsurlar göz önünde bulundurulur. Bu unsurlar, işletmenin tüketici zihnindeki yerini belirleyerek, marka sadakati oluşturur ve rekabet avantajı sağlar.

Kurumsal pazarlama ve marka kimliği arasındaki ilişki oldukça güçlüdür. Aaker (1996), kurumsal pazarlama faaliyetlerinin, marka kimliğinin oluşturulması ve iletilmesi sürecini desteklediğini belirtir. İşletmeler, kurumsal pazarlama stratejileri aracılığıyla marka kimliğini güçlendirir ve tüketicilere tutarlı bir marka deneyimi sunar. Kurumsal pazarlama faaliyetleri, marka bilinirliğini artırarak, marka kimliğinin tüketici zihninde güçlü bir şekilde yer etmesini sağlar. Böylelikle, işletmeler rekabet avantajı elde eder ve uzun vadeli müşteri ilişkileri kurar.

Bu bağlamda, kurumsal pazarlama ve marka kimliği, işletmelerin sürdürülebilir başarısı için stratejik bir öneme sahiptir. İşletmelerin, marka kimliklerini güçlendirme ve tüketicilere etkili bir şekilde iletimi için kurumsal pazarlama stratejilerini etkin bir şekilde kullanmaları kritiktir.

Kurumsal pazarlama ve marka kimliği arasındaki ilişki, işletmelerin rekabet avantajı elde etmesinde kritik bir rol

oynar. Aaker (1996), marka kimliğinin, "İşletmenin tüketiciler arasında algılanan imajının ve benzersizliğinin özetidir" diyerek marka kimliğinin işletmeler için ne kadar önemli olduğunu vurgular. İşletmeler, marka kimliğini güçlendirme sürecinde, kurumsal pazarlama stratejilerini etkin bir şekilde kullanır ve marka değerini artırır. Özellikle, tüketicilerin markayı tanıma ve marka ile duygusal bir bağ kurma sürecinde, kurumsal pazarlama faaliyetleri önemli bir rol oynar.

Kurumsal pazarlama ve marka kimliği oluşturulması sürecinde, işletmelerin dikkat etmesi gereken birkaç önemli faktör bulunmaktadır. Bunlar arasında tutarlılık, özgünlük, farklılaşma ve süreklilik gibi unsurlar yer alır. Kotler ve Keller (2016), "Marka kimliğinin tutarlı ve sürekli bir şekilde iletilmesi, tüketicilerin marka hakkındaki algılarını ve değerlerini oluşturur" diyerek marka kimliği oluşturulması sürecinde tutarlılığın önemini vurgularlar. İşletmelerin, marka kimliği oluşturulması sürecinde tutarlı bir iletişim stratejisi benimsemeleri ve marka değerlerini sürekli olarak vurgulamaları kritiktir.

Marka kimliğinin güçlendirilmesi sürecinde, işletmelerin kurumsal reklamlardan da yararlanmaları önemlidir. Kurumsal reklamlar, işletmenin marka imajını oluşturmak, güçlendirmek ve tüketicilere iletmek için etkili bir araçtır. İşletmelerin kurumsal reklam stratejilerini etkin bir şekilde tasarlaması ve uygulaması, marka kimliğinin güçlendirilmesine ve tüketicilerin markayla duygusal bir bağ kurmasına katkı sağlar.

Sonuç olarak, kurumsal pazarlama ve marka kimliği oluşturulması süreci, işletmelerin rekabet avantajı elde etmesinde kritik bir rol oynar. İşletmelerin, marka kimliği oluşturulması sürecinde tutarlılık, özgünlük, farklılaşma ve süreklilik gibi unsurlara dikkat etmeleri önemlidir. Ayrıca, kurumsal reklamların etkili bir şekilde kullanılması, marka kimliğinin güçlendirilmesine ve tüketicilerin markayla duygusal bir bağ kurmasına katkı sağlar.

KURUMSAL REKLAMLARIN ROLÜ VE ÖNEMİ

Kurumsal reklamlar, bir işletmenin marka imajını oluşturmak, güçlendirmek ve tüketicilere iletmek için kullanılan önemli bir araçtır. Bu reklamlar, işletmenin hedef kitlesine kendini tanıtmasını, değerlerini iletmeyi ve marka bilinirliğini artırmayı amaçlar. Kurumsal reklamların birçok işlevi vardır, bunlar arasında marka kimliği oluşturmak, marka sadakatini artırmak, rekabet avantajı sağlamak ve kurumsal imajı güçlendirmek bulunur. Kurumsal reklamların etkili bir şekilde tasarlanması ve iletilmesi, işletmenin başarısı için kritik bir öneme sahiptir.

Kurumsal reklamlar, işletmenin hedef kitlesine kendini tanıtması için önemli bir fırsat sunar. Bu reklamlar, işletmenin ürünlerini ve hizmetlerini tanıtarak, tüketicilerin dikkatini çeker ve marka bilinirliğini artırır. Kotler ve Armstrong (2018), kurumsal reklamların, "Bir işletmenin kendini, markasını, ürünlerini veya hizmetlerini tanıtmak için geniş kitlelere ilettiği mesajlar" olduğunu belirtirler. Kurumsal reklamların etkili bir şekilde tasarlanması ve iletilmesi, marka bilinirliğinin artırılmasında ve işletmenin hedef kitlesiyle etkileşim kurmasında önemli bir rol oynar.

Kurumsal reklamlar ayrıca marka kimliğinin oluşturulması ve güçlendirilmesinde önemli bir araçtır. Bu reklamlar, işletmenin marka değerlerini ve kişiliğini tüketicilere ileterek, marka kimliğinin oluşturulmasına katkı sağlar. Kurumsal reklamların marka kimliği üzerindeki etkisi, işletmenin reklam stratejisi, içeriği, tonu ve görsel unsurlarıyla doğrudan ilişkilidir. Başarılı bir kurumsal reklam stratejisi, işletmenin marka kimliğini güçlendirir ve tüketicilerin markayla duygusal bir bağ kurmasını sağlar.

Kurumsal reklamların marka kimliği oluşturmadaki rolüne daha detaylı bir şekilde bakıldığında, reklamların markanın benzersiz özelliklerini ve değerlerini vurgulayarak tüketicilerin zihninde markayla olumlu bir ilişki

kurmalarını sağladığı görülür. Örneğin, bir işletmenin sürdürülebilirlik ve çevre dostu politikalarına vurgu yapan bir reklam kampanyası, tüketicilerin bu markayla çevreye duyarlı bir ilişki kurmalarını teşvik edebilir (Kapferer, 2012).

Ayrıca, kurumsal reklamların marka sadakatini artırmadaki rolü de önemlidir. Marka sadakati, tüketicilerin belirli bir markaya karşı duygusal bir bağlılık hissetmeleri ve bu markayı tercih etmeye devam etmeleri anlamına gelir. Kurumsal reklamların sürekli olarak markanın değerlerini ve faydalarını vurgulaması, tüketicilerin markaya olan bağlılıklarını artırır ve uzun vadeli müşteri ilişkilerinin oluşturulmasına katkı sağlar (Aaker, 1996).

Türkiye'deki kurumsal reklam trendleri ise sürekli olarak değişmektedir. Son yıllarda, dijitalleşmenin etkisiyle dijital platformlarda yapılan reklamların önemi artmıştır. Sosyal medya ve dijital reklamcılık, işletmelerin hedef kitlelerine ulaşma ve etkileşim kurma konusunda önemli fırsatlar sunar. Ayrıca, duygusal bağ kurma ve hikaye anlatımı odaklı reklam kampanyalarının da Türkiye'de popülerlik kazandığı görülmektedir.

Sonuç olarak, kurumsal reklamlar işletmeler için önemli bir pazarlama aracıdır ve marka kimliğinin oluşturulması ve iletilmesinde kritik bir rol oynar. İşletmelerin kurumsal reklam stratejilerini etkili bir şekilde tasarlaması ve uygulaması, marka bilinirliğini artırır, marka kimliğini güçlendirir ve uzun vadeli müşteri ilişkilerinin oluşturulmasına katkı sağlar.

TÜRKİYE'DEKİ KURUMSAL REKLAMLARIN TRENDLERİ

Kurumsal reklam trendleri, Türkiye'de ve dünya genelinde sürekli olarak değişen tüketici tercihleri, teknolojik gelişmeler ve ekonomik koşullarla birlikte evrim geçirmektedir. Türkiye'deki kurumsal reklam trendlerini anlamak, işletmelerin pazarlama stratejilerini şekillendirirken önemli bir role sahiptir. Bu trendler, dijitalleşme, sosyal medya kullanımının artışı, duygusal bağ kurma odaklı reklam kampanyaları gibi çeşitli alanlarda ortaya çıkan değişiklikleri kapsar.

Dijitalleşmenin etkisiyle birlikte, Türkiye'deki kurumsal reklam trendleri giderek dijital platformlara kaymaktadır. İnternet erişiminin yaygınlaşması ve akıllı telefon kullanımının artması, tüketicilerin dijital kanalları daha fazla tercih etmesine neden olmuştur. Bu durum, işletmelerin dijital reklam stratejilerini güçlendirmesini ve online platformlarda varlık göstermesini gerektirir. Özellikle, sosyal medya platformlarının (Facebook, Instagram, Twitter, YouTube vb.) reklam imkanları işletmeler için önemli bir fırsat sunar (Kotler ve Armstrong, 2018).

Türkiye'deki kurumsal reklam trendlerinde dikkat çeken bir diğer nokta, duygusal bağ kurma odaklı reklam kampanyalarının artmasıdır. Son yıllarda, tüketicilerin duygusal bağ kurduğu ve marka hikayelerine etkilendiği reklamların sayısında artış gözlemlenmektedir. Bu tür reklamların amacı, tüketicilerin duygularına hitap ederek marka ile derin bir ilişki kurmalarını sağlamaktır. Araştırmalar, duygusal bağ kurma odaklı reklam kampanyalarının, marka tercihini artırmada etkili olduğunu göstermektedir (Kapferer, 2012).

Ek olarak, Türkiye'deki kurumsal reklam trendleri arasında yerel kültüre ve toplumsal dinamiklere uyumlu reklam kampanyalarının önemi de giderek artmaktadır. Türkiye'nin coğrafi ve kültürel çeşitliliği, işletmelerin reklam stratejilerini yerel hedef kitlelere uygun şekilde adapte etmelerini gerektirir. Bu nedenle, Türkiye'deki kurumsal reklamların çoğu, yerel kültürü ve değerleri vurgulayan içeriklere sahiptir.

Tüm bu trendler, Türkiye'deki işletmelerin rekabet avantajı elde etmesi ve tüketicilerle etkileşim kurması için önemlidir. Ancak, başarılı bir kurumsal reklam stratejisi belirlerken, işletmelerin hedef kitlelerini, pazarlama hedeflerini ve rekabetçi ortamı dikkate almaları gerekmektedir.

Sonuç olarak, Türkiye'deki kurumsal reklam trendleri, dijitalleşme, kültürel çeşitlilik, ekonomik koşullar ve teknolojik gelişmeler gibi çeşitli faktörlerden etkilenir. İşletmelerin başarılı bir reklam stratejisi belirlemeleri ve

rekabet avantajı elde etmeleri için bu trendleri dikkate almaları ve sürekli olarak değişen tüketici tercihlerine uyum sağlamaları önemlidir.

KURUMSAL REKLAMLARIN ETKİNLİĞİNİN ÖLÇÜLMESİ

Kurumsal reklamların etkinliğinin ölçülmesi, işletmelerin pazarlama stratejilerini değerlendirmek ve reklam bütçelerini optimize etmek için önemlidir. Etkin bir reklam stratejisi belirlerken, reklamların hedef kitleye ulaşma, etkileşim sağlama ve satışları artırma gibi belirlenen hedeflere ne kadar uygun olduğunun değerlendirilmesi gerekir. Bu bağlamda, kurumsal reklamların etkinliğini ölçmek için çeşitli yöntemler ve metrikler kullanılır.

Ölçülebilen Metrikler:

Kurumsal reklamların etkinliğini ölçmede kullanılan yaygın metrikler arasında marka bilinirliği, marka imajı, reklam hatırlanma oranı, tüketici ilgisi, satışlar üzerindeki etki ve reklam maliyeti etkinliği gibi faktörler bulunur. Bu metrikler, reklam kampanyalarının performansını değerlendirmek ve reklam stratejilerini optimize etmek için kullanılır. Örneğin, bir reklam kampanyasının marka bilinirliği artırma potansiyeli, reklamın etkinliğini değerlendirmede önemli bir göstergedir (Kotler ve Keller, 2016).

Yöntemler ve Araçlar:

Kurumsal reklamların etkinliğini ölçmek için kullanılan yöntemler arasında anketler, odak grupları, gözlem teknikleri, dijital izleme araçları ve satış verilerinin analizi gibi çeşitli araçlar bulunur. Bu yöntemlerin kombinasyonu, reklam kampanyalarının performansını farklı açılardan değerlendirerek daha kapsamlı bir analiz sağlar. Örneğin, online reklam kampanyalarının etkinliğini ölçmek için web analiz araçları ve tıklama oranları gibi dijital izleme araçları kullanılabilir (Aaker, 1996).

Değerlendirme Süreci:

Kurumsal reklamların etkinliğinin ölçülmesi sürecinde, öncelikle reklam hedefleri belirlenir ve belirlenen hedeflere ulaşmak için kullanılacak metrikler ve ölçüm araçları belirlenir. Ardından, reklam kampanyası başladıktan sonra, belirlenen metrikler ve ölçüm araçları kullanılarak reklamın performansı düzenli olarak izlenir ve değerlendirilir. Bu değerlendirme süreci, reklam kampanyasının etkinliğini değerlendirmek ve gerektiğinde stratejileri revize etmek için kritik bir öneme sahiptir (Kapferer, 2012).

Kurumsal reklamların etkinliğinin ölçülmesi, işletmelerin reklam stratejilerini optimize etmelerine ve yatırımlarının getirisini artırmalarına yardımcı olur. Bu nedenle, reklam stratejisi belirlerken etkin ölçüm yöntemlerinin kullanılması önemlidir.

TÜRKİYE İŞ BANKASI VE MARKA KİMLİĞİ İNŞASI

Türkiye İş Bankası, ülkemizin en köklü ve önde gelen finans kuruluşlarından biridir. 1924 yılında Türkiye Cumhuriyeti'nin kurulmasından kısa bir süre sonra kurulan İş Bankası, ülkenin ekonomik kalkınmasına önemli katkılar sağlamış ve finans sektöründe öncü bir konuma gelmiştir. Bankanın kuruluş amacı, ülkenin ekonomik ihtiyaçlarına hizmet etmek ve vatandaşların finansal gereksinimlerini karşılamaktır. Türkiye İş Bankası, misyonunu bu doğrultuda şekillendirerek, müşteri memnuniyetini ön planda tutarak finansal hizmetler sunmayı ve toplumsal kalkınmaya destek olmayı hedeflemektedir.

Marka Kimliği Oluşturma Sürecinde İş Bankası'nın Yaklaşımı:

Türkiye İş Bankası, marka kimliği oluşturma sürecinde özgün bir yaklaşım benimsemekte ve kurumsal tarihçesiyle, misyonuyla, müşteri odaklı hizmet anlayışıyla ve toplumsal sorumluluk bilinciyle güçlü bir marka kimliği inşa etmektedir. İş Bankası'nın marka kimliği oluşturma sürecinde temel yaklaşımı, güvenilirlik, tutarlılık ve müşteri

memnuniyeti üzerine odaklanmaktadır.

İş Bankası, marka kimliğini oluştururken öncelikle kuruluşundan bu yana sağlam temeller üzerine inşa edilmiş güvenilirliğini vurgular. Bankanın köklü geçmişi ve finans sektöründeki lider konumu, müşterilere sağladığı güven duygusunu pekiştirir ve marka kimliğinin temel unsurlarından birini oluşturur. Ayrıca, İş Bankası'nın uzun yıllara dayanan deneyimi ve istikrarlı büyüme performansı, müşterileri tarafından güvenilir bir finansal kurum olarak algılanmasını sağlar.

İş Bankası'nın marka kimliği oluşturma sürecindeki bir diğer önemli unsuru, tutarlılık ilkesidir. Banka, marka kimliğini oluştururken tutarlı bir iletişim ve görsel kimlik kullanır. Logosu, sloganı ve kurumsal renkleri gibi unsurlar, markanın bütünlüğünü korur ve müşterilerine güçlü bir marka deneyimi sunar. Ayrıca, İş Bankası'nın hizmetlerinde ve iletişiminde tutarlılık, müşterilerin markayla bağ kurmasını ve marka kimliğini benimsemesini sağlar.

Müşteri odaklı hizmet anlayışı da İş Bankası'nın marka kimliği oluşturma sürecinde önemli bir yer tutar. Banka, müşteri memnuniyetini en üst düzeyde tutarak, müşterilerine ihtiyaçlarına uygun finansal çözümler sunmayı ve kaliteli hizmet sağlamayı hedefler. Müşteri geri bildirimlerine önem veren İş Bankası, marka kimliğini sürekli olarak güçlendirmek ve geliştirmek için müşterilerinden gelen geri bildirimleri dikkate alır.

Sonuç olarak, Türkiye İş Bankası'nın marka kimliği oluşturma sürecindeki yaklaşımı, güvenilirlik, tutarlılık ve müşteri odaklılık üzerine kuruludur. Banka, marka kimliğini oluştururken geçmişinden aldığı gücü ve müşterilerine sağladığı değeri ön plana çıkarır ve bu sayede sektördeki lider konumunu korur.

İş Bankası'nın Kurumsal Reklam Stratejileri ve Marka Kimliğine Etkisi:

Türkiye İş Bankası, marka kimliğini güçlendirmek ve müşteri ilişkilerini derinleştirmek amacıyla çeşitli kurumsal reklam stratejileri kullanmaktadır. Bu stratejiler, bankanın müşterilere sağladığı değeri ve kurumsal kimliğini vurgulayarak marka bilinirliğini artırmayı ve müşteri sadakatini sağlamayı hedefler.

İş Bankası'nın kurumsal reklam stratejilerinden biri, televizyon, radyo, basılı medya ve dijital platformlar gibi çeşitli iletişim kanallarında geniş kapsamlı reklam kampanyaları düzenlemektir. Bu reklam kampanyaları, bankanın sunduğu ürün ve hizmetlerin yanı sıra kurumsal değerlerini, vizyonunu ve misyonunu vurgular. Örneğin, İş Bankası'nın televizyon reklamları genellikle müşteri memnuniyetini ve bankanın finansal gücünü ön plana çıkarır ve böylece marka kimliğini güçlendirir.

Ayrıca, İş Bankası'nın kurumsal reklam stratejileri, sosyal medya gibi dijital platformlarda da etkili bir şekilde uygulanır. Banka, sosyal medya hesaplarını aktif bir şekilde kullanarak müşterileriyle etkileşimde bulunur, finansal bilgi ve güncellemeler paylaşır ve toplumsal sorumluluk projelerine destek verir. Bu şekilde, İş Bankası müşterileriyle daha yakın bir ilişki kurar ve marka kimliğini daha da güçlendirir.

İş Bankası'nın kurumsal reklam stratejilerinin marka kimliğine etkisi büyüktür. Bu stratejiler, bankanın güvenilirliğini, uzmanlığını ve müşteri odaklı hizmet anlayışını vurgulayarak müşterilerin gözünde değerli bir marka olarak algılanmasını sağlar. Ayrıca, İş Bankası'nın reklam stratejileri, marka bilinirliğini artırır, müşteri sadakatini sağlar ve rekabet avantajı elde etmesine yardımcı olur.

Sonuç olarak, Türkiye İş Bankası'nın kurumsal reklam stratejileri, marka kimliğinin güçlenmesine ve müşteri ilişkilerinin derinleşmesine önemli katkılarda bulunur. Banka, reklam stratejilerini etkin bir şekilde kullanarak marka değerini artırır ve finans sektöründe öncü bir konumdadır.

TÜRKİYE İŞ BANKASI'NIN KURUMSAL TARİHÇESİ VE MİSYONU

Türkiye İş Bankası, ülkemizin finans sektöründeki önemli kuruluşlarından biridir ve Türkiye'nin ekonomik

kalkınmasına önemli katkılarda bulunmuştur. Bankanın köklü tarihçesi, 1924 yılında Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluşundan kısa bir süre sonra Atatürk'ün önderliğinde kurulmasıyla başlar. Türkiye İş Bankası, Atatürk'ün ekonomik kalkınma vizyonunun bir parçası olarak, ülkenin finansal altyapısını güçlendirmek ve vatandaşların finansal ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla kurulmuştur.

Bankanın kuruluşundan günümüze kadar geçen süreçte, Türkiye İş Bankası, birçok ekonomik krize ve zorluğa rağmen istikrarlı bir şekilde büyümeyi sürdürmüş ve finansal hizmetler sunmaya devam etmiştir. İş Bankası, kuruluşundan itibaren müşteri memnuniyetini ve toplumsal kalkınmayı ön planda tutarak, ülkenin ekonomik gelişimine önemli katkılarda bulunmuştur.

Türkiye İş Bankası'nın misyonu, ülkenin ekonomik ihtiyaçlarını karşılamak, müşterilerine yenilikçi ve güvenilir finansal çözümler sunmak ve toplumsal kalkınmaya destek olmaktır. Banka, misyonunu gerçekleştirmek için müşteri odaklı bir hizmet anlayışı benimser ve sürekli olarak finansal yeniliklere öncülük eder. Ayrıca, Türkiye İş Bankası, toplumsal sorumluluk bilinciyle hareket ederek eğitim, sağlık, kültür ve sanat gibi alanlarda çeşitli sosyal projelere destek verir ve ülkenin sosyal kalkınmasına katkı sağlar.

Türkiye İş Bankası'nın kurumsal tarihçesi ve misyonu, bankanın köklü geçmişi ve gelecek vizyonuyla birlikte, ülkenin finansal istikrarına ve kalkınmasına olan katkılarını vurgular. Banka, kuruluşundan bu yana müşteri odaklı hizmet anlayışını benimseyerek, finansal sektörde lider bir konuma gelmiş ve ülkenin ekonomik büyümesine önemli katkılar sağlamıştır.

TÜRKİYE İŞ BANKASI REKLAMLARININ GELİŞİM SÜRECİ

Türkiye İş Bankası, kuruluşundan bu yana geçen yıllarda birçok farklı reklam ve iletişim stratejisi kullanarak marka bilinirliğini artırmış ve marka kimliğini güçlendirmiştir. Bankanın reklamlarının gelişim süreci, teknolojik ve toplumsal değişimlerle paralel olarak evrim geçirmiştir ve bankanın hedef kitlesine ulaşma ve etkileşim kurma yöntemlerini sürekli olarak değiştirmiştir.

İş Bankası'nın reklam ve iletişim stratejileri, bankanın kuruluşundan bu yana büyük ölçüde değişmiştir. Başlangıçta, bankanın reklam stratejisi genellikle basılı medya ve afişler gibi geleneksel iletişim kanallarına odaklanmıştır. Ancak, zamanla televizyonun ve radyonun yaygınlaşmasıyla birlikte, İş Bankası'nın reklam stratejileri de dijital medya ve elektronik iletişim kanallarına yönelmiştir.

İş Bankası'nın reklamlarının gelişim sürecinde önemli bir dönüm noktası, dijital teknolojilerin ve internetin yaygınlaşmasıyla birlikte yaşanmıştır. Banka, dijital medyanın gücünü kullanarak müşterilerine daha etkili ve kişiselleştirilmiş reklam mesajları iletmeye başlamıştır. İş Bankası, web siteleri, mobil uygulamalar, sosyal medya platformları ve dijital reklamcılık gibi dijital iletişim kanallarını aktif bir şekilde kullanarak hedef kitlesine ulaşmayı ve marka bilinirliğini artırmayı hedeflemiştir.

Günümüzde, Türkiye İş Bankası'nın reklam stratejileri, geleneksel ve dijital medya kanallarının kombinasyonunu içermektedir. Banka, televizyon reklamları, radyo spotları, basılı reklamlar, dijital reklamlar, sosyal medya kampanyaları ve etkinlik sponsorlukları gibi çeşitli iletişim kanallarını kullanarak marka kimliğini güçlendirmekte ve müşteri ilişkilerini derinleştirmektedir. Ayrıca, İş Bankası'nın reklam stratejileri, bankanın misyonunu, değerlerini ve müşteri odaklı hizmet anlayışını vurgulamak için sürekli olarak revize edilmektedir.

Sonuç olarak, Türkiye İş Bankası'nın reklamlarının gelişim süreci, bankanın pazarlama ve iletişim stratejilerinin teknolojik ve toplumsal değişimlere uyum sağlayarak evrim geçirmesini göstermektedir. Banka, reklam stratejilerini sürekli olarak yenileyerek marka bilinirliğini artırmakta ve müşteri ilişkilerini güçlendirmektedir.

TÜRKİYE İŞ BANKASI REKLAM TARİHÇESİ VE ÖNEMLİ KAMPANYALAR

Türkiye İş Bankası, kuruluşundan bu yana geçen yıllarda çeşitli reklam kampanyaları düzenlemiş ve marka bilinirliğini artırmıştır. Bankanın reklam tarihçesi, geçmişten günümüze önemli kampanyalar ve iletişim stratejileriyle doludur.

İş Bankası'nın reklam tarihçesi, bankanın kuruluşundan itibaren geleneksel medya kanallarında yer alan basılı reklamlarla başlamıştır. Banka, kuruluşundan itibaren müşterilerine sağladığı güven ve istikrar mesajlarını basılı reklamlar aracılığıyla iletmeye odaklanmıştır. Bu reklamlar genellikle gazetelerde, dergilerde ve afişlerde yer alarak bankanın marka bilinirliğini artırmıştır.

İş Bankası'nın reklam tarihçesinde önemli bir dönüm noktası, televizyonun yaygınlaşmasıyla birlikte yaşanmıştır. Banka, 1980'lerin sonlarından itibaren televizyon reklamlarına ağırlık vermeye başlamış ve marka kimliğini geniş kitlelere duyurmak için televizyon reklamlarını etkin bir şekilde kullanmıştır. İş Bankası'nın televizyon reklamları genellikle bankanın müşteri odaklı hizmet anlayışını, finansal çözümlerini ve toplumsal sorumluluk projelerini vurgulamıştır.

Günümüzde, İş Bankası'nın reklam stratejileri dijital medya kanallarına odaklanmış durumdadır. Banka, web siteleri, mobil uygulamalar, sosyal medya platformları ve dijital reklamcılık gibi dijital iletişim kanallarını aktif bir şekilde kullanarak marka bilinirliğini artırmakta ve müşteri ilişkilerini güçlendirmektedir. Ayrıca, İş Bankası'nın sosyal medya kampanyaları ve dijital reklam stratejileri, genç ve dijitalleşen hedef kitlelere ulaşmayı hedefleyerek bankanın marka kimliğini genç ve dinamik bir şekilde yenilemektedir.

İş Bankası'nın reklam tarihçesi boyunca birçok önemli kampanyaya imza atmıştır. Örneğin, "Hayatın Her Anında Yanınızda" ve "Geleceğe Yatırım Yapın" gibi sloganlarla tanınan kampanyalar, bankanın müşteri odaklı hizmet anlayışını ve finansal çözümlerini vurgulamış ve marka bilinirliğini artırmıştır. Ayrıca, İş Bankası'nın toplumsal sorumluluk projelerine odaklanan kampanyaları da bankanın marka kimliğini güçlendirmiştir.

Türkiye İş Bankası'nın reklam tarihçesi, bankanın kuruluşundan itibaren geçmişten günümüze kadar değişen iletişim stratejilerini ve önemli kampanyalarını içermektedir. Banka, reklam stratejilerini sürekli olarak yenileyerek marka bilinirliğini artırmakta ve müşteri ilişkilerini güçlendirmektedir.

REKLAMLARIN MARKA KİMLİĞİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ

Reklamlar, markaların tüketicilere kendini tanıtması, değerlerini iletmek ve marka kimliğini oluşturmak için kullandığı önemli bir iletişim aracıdır. Markaların reklam stratejileri, marka kimliğinin oluşumunu etkiler ve tüketicilerin markayla olan ilişkisini şekillendirir. Bu bağlamda, reklamların marka kimliği inşası üzerindeki etkisi oldukça önemlidir.

Reklamların marka kimliği inşası üzerindeki etkisi, markanın tanıtımını ve bilinirliğini artırmasıyla başlar. Reklamlar, markanın adını, logosunu, sloganını ve diğer görsel unsurlarını geniş kitlelere duyurarak markanın tanınmasını sağlar. Philip Kotler ve Kevin Lane Keller (2009), "Reklamlar, markanın hedef kitleye tanıtılmasında ve marka bilinirliğinin artırılmasında önemli bir rol oynar" diyerek reklamların marka bilinirliği üzerindeki etkisine dikkat çekerler.

Bununla birlikte, reklamlar markanın değerlerini, kişiliğini ve benzersiz özelliklerini ileterek marka kimliğinin oluşumuna katkıda bulunur. Marka kimliği, markanın değerleri, misyonu, vizyonu ve benzersiz özellikleriyle ilgilidir ve tüketicilere markanın karakterini ve tutumunu yansıtır. Kapferer (2012), "Reklamlar, markanın değerlerini ve kişiliğini vurgulayarak tüketicilerin markayla duygusal bir bağ kurmasını sağlar" ifadesiyle reklamların marka kimliği

oluşturmadaki rolüne vurgu yapar.

Ayrıca, reklamların marka kimliği inşası üzerindeki etkisi markanın algılanma şeklini de belirler. Marka, reklamlar aracılığıyla tüketicilere nasıl görünmek istediğini iletebilir ve algılanma şeklini belirleyebilir. Kotler ve Keller (2015), "Reklamlar, markanın algılanma şeklini şekillendirir ve tüketicilerin marka hakkındaki düşüncelerini etkiler" diyerek reklamların marka algısına etkisine dikkat çekerler.

Reklamların marka kimliği inşası üzerindeki etkisi büyüktür ve markaların tanıtımını, değerlerini iletimini, algılanma şeklini ve tüketicilerle olan ilişkisini şekillendirir. Başarılı bir reklam stratejisi, markanın güçlü bir kimlik oluşturmasına ve rekabet avantajı elde etmesine yardımcı olur.

İŞ BANKASI ÖRNEĞİ ÜZERİNDEN GENEL KURUMSAL REKLAM STRATEJİLERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

Kurumsal reklamlar, bir işletmenin marka imajını oluşturmak, güçlendirmek ve hedef kitlesine iletmek için kullanılan önemli bir araçtır. İş Bankası, Türkiye'nin önde gelen bankalarından biri olarak, uzun bir tarihçeye sahip ve müşteri sadakati ile güvenilirlik konularında tanınmaktadır. Her ne kadar her reklam ve pazarlama faaliyeti kendi dinamikleri ve getirileri içerisinde ele alınmalı olarak kabul görse de yapılan bu araştırma özelinde bir genelleme yapacak olursak sonuçları aşağıdaki gibi ele alınmıştır.

İş Bankası'nın kurumsal reklam stratejileri, öncelikle marka bilinirliğini artırmaya yöneliktir. Banka, reklamlar aracılığıyla markasını Türkiye genelinde duyurmuş ve müşteri tabanını genişletmiştir. Televizyon, radyo, internet ve basılı medya gibi çeşitli iletişim kanallarında yayınlanan reklamlar, İş Bankası'nın adını, logosunu ve sloganlarını geniş kitlelere duyurarak marka bilinirliğini artırmıştır. Ayrıca, bankanın sponsorlukları ve etkinliklere katılımları da markanın tanıtımına büyük katkı sağlamıştır.

Bununla birlikte, İş Bankası'nın kurumsal reklam stratejileri marka kimliği oluşturma ve güçlendirme üzerine odaklanmıştır. Banka, reklamlar aracılığıyla müşteri odaklı hizmet anlayışını, finansal çözümlerini ve toplumsal sorumluluk projelerini vurgulayarak marka kimliğini güçlendirmiştir. Özellikle İş Bankası'nın reklamlarında sıkça vurgulanan temalar arasında teknolojik yenilikler, müşteri memnuniyeti ve sosyal sorumluluk ön plana çıkmıştır. Bu temalar, bankanın değerlerini ve kişiliğini yansıtarak tüketicilerin marka ile duygusal bir bağ kurmasını sağlamıştır.

Son olarak, İş Bankası'nın kurumsal reklam stratejilerinin etkisi marka algısını şekillendirme ve marka ilişkilerini güçlendirme üzerinedir. Banka, reklamlar aracılığıyla tüketicilere nasıl görünmek istediğini iletebilir ve algılanma şeklini belirleyebilir. Özellikle İş Bankası'nın reklamlarında vurgulanan güvenilirlik, istikrar ve modernlik gibi temalar, markanın tüketiciler nezdindeki algısını güçlendirmiştir. Bankanın kurumsal reklam stratejileri, markanın güvenilir ve yenilikçi bir imajını desteklemekte ve tüketicilerin marka ile ilişkisini güçlendirmektedir.

Sonuç olarak, İş Bankası örneği, kurumsal reklam stratejilerinin marka bilinirliği, marka kimliği oluşturma ve güçlendirme, marka algısı şekillendirme ve marka ilişkilerini güçlendirme gibi önemli alanlarda nasıl etkili olabileceğini göstermektedir. Başarılı bir kurumsal reklam stratejisi, markanın tanıtımını artırır, marka kimliğini güçlendirir, marka algısını şekillendirir ve tüketicilerle marka ilişkilerini güçlendirir.

BULGULAR

İzmir İktisat Kongresi'nde sanayi ve ticareti geliştirmek için adımları atılan ve Atatürk'ün inisiyatifiyle kurulan Türkiye İş Bankası'nın kuruluş felsefesi bu dönemde belirlenmiştir. Türkiye Cumhuriyeti devleti kurulusu ile Türkiye İş Bankası'nın kuruluş ve emekleme dönemlerinin birbiriyle örtüşmektedir. Cumhuriyet rejimini sağlamlaştırmak doğrultusunda gerçekleştirilmeye çalışılan kurumsal düzenlemeler ve iktisat politikaları Bankayı etkilemiş ve

yönlendirmiştir. Bu yönlendirme Banka'nın kurum kimliğinin de şekillenmesine neden olmuştur. Kuruluşundan itibaren çevreyle olan ilişkilere büyük önem veren Banka, çevreyi Banka hakkında bilgilendirmek için basınla ilişkilere özen göstermiştir. O dönemin koşulları göz önüne alındığında halkı Banka'nın kimliği hakkında bilgilendirebilecek tek organ yazılı basındı. 1920'lerin ortamında ulusal bir banka kurmak gibi bir girişim, olumlu kamuoyu yaratmak, olumsuz kamuoyunu dağıtmak bakımından basının desteği şarttı. Bu desteği sağlamak için Banka Milliyet, Hâkimiyet-i Milliye ve Aksam gazeteleriyle anlaşmıştır. İş Bankası'nın duyuru niteliğindeki ilk kurumsal reklamı 31 Ağustos 1924 tarihinde Hâkimiyet-i Milliye'de yayınlanmıştır. Kurumsal reklamda kısaca, "Türkiye İş Bankası 30 Ağustos Cumartesi günü işe başlamıştır. İstiklal Muharebesi'nin mesut günü Dumlupınar muzafferiyetinin yıldönümü olan 30 Ağustos 1340 tarihinde seyyanen ise başlamıştır" demektedir. Bu duyuru niteliğindeki ilk kurumsal reklam Banka'nın kurum felsefesini "İ" ve "Ş" harflerinden dolayı kısaca anlatmaktadır.

1928 ve 1929 yılların özetlendiğinde Türkiye İş Bankası reklam kampanyasını kumbara imajı üzerine kurmuştur. Bu dönemde kurumsal tasarım bakımından "tasarruf kumbarasının kurum sembolü haline geldiği görülmektedir. Yayınladığı her kurumsal reklamında farklı bir tema islediği ve tasarruf konusunda bilgilendirici davranış sergilediği anlaşılmıştır. Yayınladığı kurumsal reklamlarla tasarrufu "milli bir seferberlik" haline getiren Türkiye İş Bankası, 1920'de 500 bin lira olan tasarruf hesaplarını 1933 yılında 40 milyona çıkarması, tasarruf hareketinin halk arasında milli bir ahlak seklinde yayıldığının ispatıdır.

Yıllar geçtikte geçmişten günümüze bir miras gibi aktarılan kumbara ürünü ve reklamları da dijitalleşmiştir. Ancak bu miras günümüzde devam etmektedir. Türkiye İş Bankası kuruluşunun ilk yıllarından 100. Yaşına basacağı 2024 yılına kadar hep ilklerin bankası olmuş ve Türkiye ile birlikte sektöre de getirdiği yeniliklerle adından sıkça bahsettirmiştir.

Tüm bu bulgular ele alındığında Türkiye İş Bankası'nın köklü tarihiyle birlikte Türkiye'nin ekonomik bağımsızlığının temellerinin atıldığı, kurumsal kimlik çalışmalarının kuruluşuyla birlikte başladığı ve yatırımların bir asır geçmesine rağmen devam ettiği net şekilde gözükmektedir.

TARTIŞMA VE SONUÇ

Reklamlar, bir markanın tüketicilere kendini tanıtması, değerlerini iletmek ve marka kimliğini oluşturmak için kullandığı önemli bir iletişim aracıdır. Bu metinde, reklamların marka kimliği inşası üzerindeki etkisini analiz ederek değerlendireceğiz.

Reklamların marka kimliği inşası üzerindeki etkisi, öncelikle markanın tanıtımını ve bilinirliğini artırmasıyla başlar. Reklamlar, markanın adını, logosunu, sloganını ve diğer görsel unsurlarını geniş kitlelere duyurarak markanın tanınmasını sağlar. Philip Kotler ve Kevin Lane Keller (2009), reklamların marka bilinirliği üzerindeki etkisine dikkat çekerek, reklamların marka tanıtımında önemli bir rol oynadığını belirtirler. Ancak, günümüzde dijitalleşme ve medya tüketim alışkanlıklarının değişmesiyle birlikte, marka tanıtımı için kullanılan iletişim kanalları ve reklam stratejileri de değişmektedir. Bu nedenle, marka tanıtımında kullanılan reklam stratejilerinin sürekli olarak güncellenmesi ve uyarlanması gerekmektedir.

Diğer bir etki alanı ise reklamların markanın değerlerini ve kişiliğini ileterek marka kimliğinin oluşumuna katkıda bulunmasıdır. Marka kimliği, markanın değerleri, misyonu, vizyonu ve benzersiz özellikleriyle ilgilidir ve tüketicilere markanın karakterini ve tutumunu yansıtır. Kapferer (2012), reklamların marka kimliği oluşturmadaki rolüne vurgu yaparak, reklamların markanın değerlerini ve kişiliğini vurgulayarak tüketicilerin markayla duygusal bir bağ kurmasını sağladığını ifade eder. Ancak, burada önemli bir nokta, markanın reklamlar aracılığıyla iletmek istediği

değerlerin ve kişiliğin, markanın gerçek kimliğiyle uyumlu olması gerekliliğidir. Tüketiciler, markanın samimi ve tutarlı bir iletişim sunmasını beklerler. Bu nedenle, markaların reklam stratejileri ve iletişim mesajları markanın gerçek kimliğini yansıtmalı ve tüketicilere tutarlı bir deneyim sunmalıdır.

Son olarak, reklamların markanın algılanma şeklini belirleyerek marka algısını şekillendirdiği bir diğer önemli etki alanıdır. Marka, reklamlar aracılığıyla tüketicilere nasıl görünmek istediğini iletebilir ve algılanma şeklini belirleyebilir. Kotler ve Keller (2015), reklamların marka algısına etkisine dikkat çekerek, reklamların markanın algılanma şeklini şekillendirerek tüketicilerin marka hakkındaki düşüncelerini etkilediğini belirtirler. Ancak, marka algısını belirleyen faktörlerin başında reklamların yanı sıra markanın ürün kalitesi, müşteri hizmetleri ve toplumsal sorumluluk gibi diğer unsurlar da bulunmaktadır. Bu nedenle, markaların reklam stratejilerini diğer pazarlama ve iletişim faaliyetleriyle entegre etmeleri ve tutarlı bir marka deneyimi sunmaları önemlidir.

Reklamların marka kimliği inşası üzerindeki etkisi büyüktür ve markaların tanıtımını, değerlerini iletimini, algılanma şeklini ve tüketicilerle olan ilişkisini şekillendirir. Ancak, başarılı bir marka kimliği inşası için reklamların yanı sıra markanın gerçek kimliğine uygun ürün ve hizmet sunumu, müşteri ilişkileri yönetimi ve toplumsal sorumluluk gibi diğer unsurların da göz önünde bulundurulması gerekmektedir.

Türkiye İş Bankası, Türkiye'nin önde gelen ve köklü bankalarından biri olarak, uzun bir tarihçeye sahip ve müşteri sadakati ile güvenilirlik konularında tanınmaktadır. Banka, reklamlar aracılığıyla marka kimliğini inşa etme ve tüketicilere kendisini tanıtma sürecinde önemli bir yol kat etmiştir. Bu metinde, Türkiye İş Bankası'nın reklamlarının marka kimliği inşası üzerindeki etkisini analiz ederek değerlendireceğiz.

Türkiye İş Bankası'nın reklamlarının marka kimliği inşası üzerindeki etkisi, öncelikle markanın tanıtımını ve bilinirliğini artırmasıyla başlar. Banka, reklamlar aracılığıyla Türkiye genelinde markasını duyurmuş ve müşteri tabanını genişletmiştir. Özellikle televizyon, radyo ve diğer medya platformlarında sıkça yayınlanan reklamlar, İş Bankası'nın adını ve logosunu geniş kitlelere duyurarak marka bilinirliğini artırmıştır. Ayrıca, bankanın sponsorlukları ve etkinliklere katılımları da markanın tanıtımına büyük katkı sağlamıştır.

Bununla birlikte, Türkiye İş Bankası'nın reklamlarının marka kimliği inşası üzerindeki etkisi markanın değerlerini ve kişiliğini ileterek marka kimliğinin oluşumuna katkıda bulunmasıdır. Banka, reklamlar aracılığıyla müşteri odaklı hizmet anlayışını, finansal çözümlerini ve toplumsal sorumluluk projelerini vurgulayarak marka kimliğini güçlendirmiştir. Özellikle son yıllarda İş Bankası'nın reklamlarında sıkça vurgulanan temalar arasında teknolojik yenilikler, müşteri memnuniyeti ve sosyal sorumluluk ön plana çıkmıştır. Bu temalar, bankanın değerlerini ve kişiliğini yansıtarak tüketicilerin marka ile duygusal bir bağ kurmasını sağlamıştır.

Türkiye İş Bankası'nın reklamlarının marka algısını şekillendirdiği bir diğer etki alanı markanın algılanma şeklini belirlemesidir. Banka, reklamlar aracılığıyla müşterilere nasıl görünmek istediğini iletebilir ve algılanma şeklini belirleyebilir. Özellikle İş Bankası'nın reklamlarında vurgulanan güvenilirlik, istikrar ve modernlik gibi temalar, markanın tüketiciler nezdindeki algısını güçlendirmiştir. Bankanın kurumsal reklam stratejileri, markanın güvenilir ve yenilikçi bir imajını desteklemekte ve tüketicilerin marka ile ilişkisini güçlendirmektedir.

GELECEKTEKİ ARAŞTIRMALAR İÇİN ÖNERİLER

Bu analiz ve değerlendirme süreci, kurumsal reklam stratejilerinin İş Bankası gibi büyük ve köklü bir kuruluş üzerindeki etkilerini inceledi. Ancak, bu çalışmanın kapsamı sınırlıdır ve gelecekteki araştırmaların derinlemesine bir analiz ve daha kapsamlı öneriler sunabileceği birçok alan bulunmaktadır. İşte gelecekteki araştırmalar için

öneriler:

Dijital Dönüşümün Etkisi: İş Bankası gibi kuruluşlar, dijitalleşme ve teknolojik yeniliklere ayak uydurmak zorundadır. Gelecekteki araştırmalar, dijital dönüşüm sürecinin kurumsal reklam stratejileri üzerindeki etkisini inceleyebilir. Mobil uygulamalar, sosyal medya platformları ve diğer dijital kanalların reklam stratejilerinde nasıl kullanıldığı ve tüketicilerin bu kanallar üzerinden markayla etkileşim kurma şekilleri araştırılabilir.

Tüketicilerin Algı ve Tepkileri: Gelecekteki araştırmalar, tüketicilerin İş Bankası'nın reklamlarına nasıl tepki verdiğini ve marka algısını nasıl şekillendirdiğini daha detaylı bir şekilde inceleyebilir. Farklı demografik grupların ve pazarların reklamlara tepkileri, marka algısını ve marka sadakatini nasıl etkilediği üzerine derinlemesine çalışmalar yapılabilir.

Reklam Stratejilerinin Etkinliği: İş Bankası'nın kullandığı reklam stratejilerinin etkinliği ve reklam yatırımlarının getirisi gelecekteki araştırmaların odak noktalarından biri olabilir. Reklam stratejilerinin müşteri kazanımı, müşteri memnuniyeti ve marka değeri üzerindeki etkileri detaylı bir şekilde analiz edilebilir.

Sosyal Sorumluluk ve Sürdürülebilirlik: İş Bankası'nın sosyal sorumluluk projeleri ve sürdürülebilirlik girişimleri, marka kimliği oluşturma ve tüketicilerle duygusal bağ kurma açısından önemli bir rol oynamaktadır. Gelecekteki araştırmalar, İş Bankası gibi kuruluşların sosyal sorumluluk ve sürdürülebilirlik stratejilerinin reklam etkinliği ve marka algısı üzerindeki etkilerini inceleyebilir.

Reklam Stratejilerinin Yeniden Değerlendirilmesi: İş Bankası'nın reklam stratejileri düzenli olarak yeniden değerlendirilmeli ve güncellenmelidir. Gelecekteki araştırmalar, bankanın reklam stratejilerinin güncelliğini, etkinliğini ve uygunluğunu değerlendirebilir. Tüketicilerin değişen ihtiyaçları ve tercihleri doğrultusunda reklam stratejilerinin uyarlanması gerekliliği üzerine çalışmalar yapılabilir.

Bu öneriler, İş Bankası örneği üzerinden yapılan analiz ve değerlendirme çalışmalarının daha da derinleştirilmesine ve genişletilmesine yardımcı olabilir. Gelecekteki araştırmaların, kurumsal reklam stratejilerinin etkilerini daha kapsamlı bir şekilde anlamamıza ve işletmelerin daha etkili iletişim stratejileri geliştirmesine katkı sağlayacağına inanıyorum.

KAYNAKÇA

Kotler, Philip, and Keller, Kevin Lane. (2009). Marketing Management. Pearson Education India.

Kapferer, Jean-Noël. (2012). The New Strategic Brand Management: Advanced Insights and Strategic Thinking. Kogan Page Publishers.

Kotler, Philip, and Keller, Kevin Lane. (2015). Marketing Management. Pearson.

Aaker, David A. (1996). Building Strong Brands. Simon and Schuster.

Keller, Kevin Lane. (1993). "Conceptualizing, Measuring, and Managing Customer-Based Brand Equity." Journal of Marketing, vol. 57, no. 1, pp. 1-22.

Keller, Kevin Lane. (2008). Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity. Pearson Education India.

Kapferer, Jean-Noël. (2008). The New Strategic Brand Management: Creating and Sustaining Brand Equity Long Term. Kogan Page Publishers.

Yoo, Boonghee, and Donthu, Naveen. (2001). "Developing and Validating a Multidimensional Consumer-Based Brand Equity Scale." Journal of Business Research, vol. 52, no. 1, pp. 1-14.

Rust, Roland T., Zeithaml, Valarie A., and Lemon, Katherine N. (2000). "Driving Customer Equity: How Customer Lifetime Value is Reshaping Corporate Strategy." The Free Press.

Aaker, Jennifer L., and Joachimsthaler, Erich. (2000). Brand Leadership. Free Press.

Keller, Kevin Lane. (2013). Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity. Pearson Education Limited.

Keller, Kevin Lane. (2016). Marketing Management. Pearson Education.

Kapferer, Jean-Noël. (2012). The New Strategic Brand Management: Advanced Insights and Strategic Thinking. Kogan Page Publishers.

Aaker, David A., and McLoughlin, Damian. (2010). Strategic Market Management: Global Perspectives. John Wiley & Sons.

Farquhar, Peter H. (1989). "Managing Brand Equity." Marketing Research, vol. 1, pp. 24-33.

Keller, Kevin Lane. (2001). "Building Customer-Based Brand Equity." Marketing Management, vol. 10, no. 2, pp. 14-19.

Keller, Kevin Lane. (1998). "Strategic Brand Management: Challenges and Opportunities." The Journal of Brand Management, vol. 5, no. 2, pp. 119-129.

Aaker, David A. (1991). "Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name." The Free Press.

Keller, Kevin Lane. (2002). "Brand Synthesis: The Multidimensionality of Brand Knowledge." Journal of Consumer Research, vol. 29, no. 4, pp. 595-600.

Keller, Kevin Lane, and Lehmann, Donald R. (2006). "Brands and Branding: Research Findings and Future Priorities." Marketing Science, vol. 25, no. 6, pp. 740-759.

BİLGİN, Nuri, İçerik Analizi, Ege Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayınları, No: 109, İzmir, 2000

DAĞTAŞ, Banu, Reklamı Okumak, Ütopya Yayınevi, Ankara, 2003.

ELDEN, Müge, Reklam ve Reklamcılık, Say Yayınları, İstanbul, 2009.

ELDEN, Müge, Reklam Yazarlığı, İletişim Yayınları, İstanbul, 2003.

ELDEN, Müge, YEYGEL, Sinem, Kurumsal Reklamın Anlattıkları, Beta Basım Yayın Dağıtım, İstanbul, 2006

KOTLER, Philip, Kotler ve Pazarlama, Çev: Ayşe Özyağcılar, Sistem Yayıncılık, İstanbul, 2000

Uygur Kocabaşoğlu, Türkiye İş Bankası Tarihi, İş Bankası Kültür Yayınları, İstanbul, 2001

AKGÜÇ, Öztin (1987), 100 Soruda Türkiye'de Bankacılık, 100 soruda dizisi:54, Aralık, İstanbul, Gerçek Yayınevi.

ÇAVDAR, Tevfik (2003), Türkiye Ekonomisinin Tarihi 1900–1960, Ankara, İmge Kitapevi.

GARBET, F. Tom (1981), Corporate Advertising The What, The Why and The How, New York, McGraw-Hill Book Co.

KARPAT, Işıl (1999), Bankacılık Sektöründen Örneklerle Kurumsal Reklam, İstanbul, Yayınevi Yayıncılık.

OKAY, Ayla (1999), Kurum Kimligi İstanbul, MediaCat Kitapları.

BOZKURT, İzzet, Bütünleşik Pazarlama İletişimi, Mediacat Kitapları, Ankara, 2000.

SAPOLYO, Enver Behnan, Gazetecilik Tarihi ve Her Yönüyle Basın, Ankara, 1965.

TAYFUR, Gıyasettin, Reklamcılık, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, 2004

TEK, Ömer Baybars, Pazarlama İlkeleri-Global Yönetimsel Yaklasım Türkiye Uygulamaları, 8.Baskı, Beta Basım Yayım Dağıtım, İstanbul, 1999.

TOSUN, Nurhan Babür, Pazarlama Halkla Đliskileri ve Reklam Bütünlesik Pazarlama İletisimi Yönlü Bir Yaklasım, Türkmen Kitabevi, İstanbul, 2003.

TUNÇ, Güngör, Modern Pazarlamada Reklamcılık-Prensipleri, Kullanılısı, Türk Radyo Reklamcılığı, Kardes Matbaası, Ankara, 1971.

TUNGATE, Mark, Reklamcılığın Global Tarihi, Çev: Levent Göktem, Mediacat Kitapları, İstanbul, 2008.

YEŞİL İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİ FONKSİYONLARINI UYGULAMA AÇISINDAN EN ÇOK TERCİH EDİLEN SEKTÖRÜN FUZZY TOPSIS YÖNTEMİ İLE BELİRLENMESİ

Dr. Öğr. Üyesi Nihan YAVUZ AKSAKAL
İstanbul Ticaret Üniversitesi, İstanbul, Türkiye, nyavuz@ticaret.edu.tr

Dr. Öğr. Üyesi Ebru ULUCAN
İstanbul Ticaret Üniversitesi, İstanbul, Türkiye, eulucan@ticaret.edu.tr

ÖZET

Sınırlı sayıdaki doğal kaynakların hızla tükenmekte oluşu, iklim değişiklikleri, küresel ısınma, ekolojik dengenin bozulma hızı gibi çeşitli çevresel faktörler ile birlikte, organizasyonların sadece üretim yapan birer kuruluş olmayıp; sosyal, toplumsal ve çevresel sorumluluklarının da bulunduğu göz önüne alındığında, organizasyonlarda sürdürülebilir uygulamaların gerekliliği ön plana çıkmaktadır. Sürdürülebilirlik konusunda organizasyonel ve bireysel olarak üstlenilen her bir rol, kaynakların ve dünyanın geleceği için daha önemli hale gelmeye başlamıştır. İnsan kaynakları yönetiminin ve fonksiyonlarının organizasyon içerisindeki amacı ve görevleri de düşünüldüğünde insan kaynakları departmanına bu konuda büyük sorumluluk düşmektedir. Bu doğrultuda, çevre konusunda duyarlılığa ve farkındalığa sahip bir organizasyon kültürü oluşturulmasında, kaynakların sürdürülebilir şekilde kullanılmasında, yeşil davranışların organizasyonların çeşitli uygulamalarına entegre edilmesinde insan kaynakları yönetimi ve fonksiyonları önemli rol oynamaktadır. Bu doğrultuda, yeşil insan kaynakları yönetimi; yeşil kültürün benimsendiği, insan kaynakları yönetimi fonksiyonlarının çevre ile ilişkilendirildiği, çalışanların katılımı ile sürdürülebilir ve çevre dostu uygulamaların faaliyete konulduğu çevresel yönetimin bir boyutu olarak nitelendirilebilmektedir. Bu çalışmada, yeşil insan kaynakları yönetimi fonksiyonlarının hangi sektörlerde daha iyi kullanıldığının bulunması ve bu fonksiyonların kullanıldığı sektörlerin uygulanabilirlik açısından bir sıralamasını yapmak amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda öncelikle belirlenen altı adet yeşil insan kaynakları fonksiyonu kendi içerisinde bir önem ağırlığına göre değerlendirilmiş, daha sonra fonksiyonları uygulayan toplam dokuz sektör bu önem derecelerine göre değerlendirilmiştir. Bu değerlendirmeler öznel yargılara dayandığı için, değerlendirme sonuçları sayısallaştırılabilmesi açısından Bulanık TOPSIS yöntemi kullanılarak analiz edilmiştir. Uygulamanın sonucunda en önemli fonksiyon *çalışan katılımı ve örgüt kültürü* olarak bulunurken, en çok tercih edilen ilk üç sektör *enerji, otomotiv* ve *akaryakıt* sektörleri olarak bulunmuştur.

Anahtar Kelimeler: Yeşil insan kaynakları yönetimi, fuzzy topsis, bulanık mantık.

DETERMINATION OF THE MOST PREFERRED SECTOR IN TERMS OF APPLICATION OF GREEN HUMAN RESOURCES MANAGEMENT FUNCTIONS BY FUZZY TOPSIS METHOD

Asst. Prof. Nihan YAVUZ AKSAKAL
İstanbul Ticaret University, İstanbul, Türkiye, nyavuz@ticaret.edu.tr

Asst. Prof. Ebru ULUCAN
İstanbul Ticaret University, İstanbul, Türkiye, eulucan@ticaret.edu.tr

ABSTRACT

Along with various environmental factors such as the rapid depletion of limited natural resources, climate changes, global warming, and the rate of deterioration of ecological balance, organizations are not just organizations that make production; it is considered that organizations also have social and environmental responsibilities, and the necessity of sustainable practices in organizations comes to the fore. Each organizational and individual role in sustainability has become more important for the future of resources and the world. Considering the purpose and duties of human resources management and its functions within the organization, the human resources department has a great responsibility in this regard. In this direction, human resources management and functions play an important role in creating an organizational culture with sensitivity and awareness about the environment, using resources in a sustainable way, integrating green behaviors into various applications of organizations. In this direction, green human resources management can be characterized as a dimension of environmental management in which green culture is adopted, human resources management functions are related to the environment, sustainable and environmentally friendly practices are put into operation with the participation of employees. In this study, it is aimed to find out in which sectors green human resources management functions are used better and to rank the sectors in which these functions are used in terms of applicability. For this purpose, first of all, six green human resources functions were evaluated according to their importance, and then a total of nine sectors that implemented the functions were evaluated according to these importance levels. Since these evaluations are based on subjective judgments, the evaluation results were analyzed using the Fuzzy TOPSIS method in order to be quantified. As a result of the application, the most important function was found to be employee participation and organizational culture, while the first three most preferred sectors were found to be the energy, automotive and fuel sectors.

Keywords: Green human resources management, fuzzy topsis, fuzzy logic.

GİRİŞ

Çevre yönetim sistemi içerisindeki doğal ve çevresel kaynakların yeri ve bunların doğru şekilde kullanımı toplum, organizasyonlar ve bireyler açısından kritik bir konu olarak günümüzde yer edinmektedir. Bu bağlamda toplumsal yaşamın da önemli bir parçası olan organizasyonların görevleri, davranışları, benimsedikleri yaklaşımlar ve uygulamaları önem kazanmaktadır. Organizasyonlar açısından bakıldığında; çevre yönetim sistemi ile ilişkili kavramlarla insan kaynakları yönetiminin birleşmesi yeşil insan kaynakları yönetimi konusunu ortaya çıkarmaktadır (Alavi & Aghakhani, 2023 s.601). Yeşil insan kaynakları yönetimi, organizasyonların sürdürülebilirliğini sağlama konusunda da önem taşımaktadır.

Yeşil insan kaynakları yönetimi; kurumsal sürdürülebilirlik ve çevresel faktörlerin korunması üzerine, organizasyondaki çalışanların çevresel farkındalıklarının sağlanması (Goel vd., 2022 s.6) ile birlikte insan kaynakları yönetimi fonksiyonlarının ve uygulamalarının çevre koruma politikalarıyla uyumlu hale getirilmesidir (Rajabpour

vd., 2022 s.48721). Farklı bir tanıma göre ise yeşil insan kaynakları yönetimi, sosyal ve çevresel açıdan sorumlu organizasyon yaratmak amacıyla çalışanların yeşil davranışlar gösterebilmesine yönelik sistem oluşturma ve buna uygun çeşitli politikaları ve uygulamaları ifade etmektedir (Alavi ve Aghakhani, 2023 s.601). Çeşitli yazarlar tarafından yapılmış yeşil insan kaynakları yönetimi tanımlarına bakıldığında, ortak noktanın çevresel uygulamaların ve çevrenin korunmasına yönelik politikaların insan kaynakları sistemine ve uygulamalarına dahil edilmesi olduğu görülmektedir (Bombiak ve Marciniuk-Kluska, 2018; Joyce ve Vijai, 2020; Masri ve Jaaron, 2017; Renwick vd., 2013). Bu bağlamda yeşil insan kaynaklarının önemli amaçlarından birinin, organizasyonun çevreye olan zararlarını azaltmak olduğu söylenebilir. Bu doğrultuda ise yeşil insan kaynakları yönetimi fonksiyonları önemli birer görev görmektedir.

Yeşil İşe Alım, Temin-Seçim: Çevresel konulara duyarlı, organizasyondaki çevresel değerleri koruyabilecek davranış, bilgi ve becerilere sahip kişileri işletmeye çekme, işe alma ve seçim süreçleri olarak ifade edilebilir (Obaid ve Alias, 2015 s.952; Pham ve Paillé, 2020 s.260). Yeşil işe alım, temin-seçim sürecinde; yapıcı değişimi benimseyebilen ve çevreye duyarlı çalışanların seçilmesi, yeşil farkındalığın ve yeşil değerlerin ön planda olduğu, görüşme süreçlerinde yeşil felsefeye yönelik soruların da yer aldığı bir süreçten bahsetmek mümkündür (Faisal, 2023, s.5). Ek olarak ilgili iş ilanlarında çevreye yönelik kriterlere de yer verilebilmektedir (Bombiak, 2019, s. 1651).

Yeşil Eğitim ve Geliştirme: Yeşil eğitim ve geliştirme, yeşil felsefeye yönelik beceri ve tutumların geliştirilmesi ve çevrenin korunmasına yönelik çalışanlara farkındalık kazandırma sürecidir. Yeşil eğitim ve geliştirme süreciyle; çalışanlar israfları azaltma, enerji tasarrufu, çevre dostu uygulamalar ve çevresel bilinç konularında bilgi edinmektedir (Veerasamy vd., 2023 s.9). Organizasyonda çevre eğitimi konusunda çalışanların ihtiyaçlarının belirlenmesi, çevresel eğitimler sağlanması ve çalışanları yeşil yeterlilikler geliştirmeye teşvik etmek de yeşil eğitim ve geliştirme sürecinde ön plana çıkmaktadır (Bombiak, 2019, s. 1651). Tang ve arkadaşları (2018) tarafından yapılan çalışmada yeşil eğitim ve geliştirme içerisinde, yeşile olan duyarlılığı arttırma konusu önem kazanmaktadır.

Yeşil Performans Yönetimi: Yeşil performans yönetimi, çalışanların performans değerlendirmesine çevresel boyutların da eklenmesini içermektedir (Martins vd., 2021). Bu konuda; çevresel politikalar oluşturmak, çevresel eğitimler vermek, çevre dostu uygulamaları hayata geçirmek, çevresel performans ölçmek ve raporlamak, paydaşların katılımını sağlamak, çevre dostu standartlar oluşturmak, çevresel sorumluluklar, karbon ayak izlerini azaltmak, çevre ve yeşil yönetim konusunda stratejiler oluşturmak, ekolojik girişimler uygulanmasına yönelik hedef ve sorumluluklar belirlemek ve bunlara yönelik geri bildirimler sağlamak gibi farklı uygulamalar yapılabilmektedir (Bombiak, 2019, s. 1651; Khatoon, 2022 s.809; Mansour, 2023 s.902).

Yeşil Ücret Yönetimi: Yeşil ücret yönetimi, çalışanları yeşil faaliyetlere katılmaya teşvik etmek amacıyla maddi ve maddi olmayan ödülleri içermektedir (Dakhan vd., 2020 s.203). Yeşil ödüllendirme uygulamalarının organizasyonun çevre yönetimi performansını artırma, çalışanların işe bağlılıklarını sağlama, organizasyon hedefini güçlendirme gibi konularda önemli bir yere sahip olduğu belirtilmektedir (Khatoon vd., 2022 s. 810).

Yeşil Çalışan Katılımı ve Kurum Kültürü: Yeşil çalışan katılımı ve kurum kültürü; organizasyonların çevre sorunlarına çözümler üretme konusunda çalışanların katılımını, bu konuda gerçekleştirdikleri eylemleri ve organizasyonda bu yönde bir kültür oluşumunu açıklamaktadır (Shahzad vd., 2023). Ekonomik, çevresel ve sosyal

unsurların bir araya getirilmesi ve organizasyonda yeşil bir kültür yaratılması, bu kültürün organizasyonun stratejilerine ve uygulamalarına eklenerek çevresel ve toplumsal fayda yaratmada önemli bir rol üstlenebilir (Khatoon vd., 2022 s. 810). Yeşil kültür organizasyonlar için yeşil performansı artırmak ve rekabet avantajı yaratmak, çevresel kaygılara ilişkin farkındalığı artırabilmek açısından da önemlidir (Shahzad vd., 2023). Bu konuda yöneticilerin destekleri ve davranışları da önem kazanmaktadır. Esen ve Çalışkan (2019) tarafından yapılan bir çalışmada yöneticilerin yeşil insan kaynakları konusunda destek verici şekilde hareket etmelerinin bu davranışların organizasyonda benimsenmesi konusunda önemli rolü olduğu ortaya konulmaktadır.

Yeşil İş Sağlığı ve Güvenliği: Yeşil insan kaynakları yönetimi, organizasyonda yeşil felsefe ve yeşil stratejilerin benimsenmesiyle de uygulanabilmektedir. Bu noktada iş sağlığı ve güvenliği de önem kazanmaktadır. Çalışanlar için tehlikesiz, fiziki ve ruhsal bağlamda sağlıklı ve güvenli organizasyonlar oluşturulması gerekmektedir (Yılmaz, 2021, s.174). Yeşil iş sağlığı ve güvenliği; sadece geleneksel iş sağlığı ve güvenliği yönetimini değil, aynı zamanda bir organizasyonun çevre yönetimiyle ilgili iş sağlığı ve güvenliği yönlerini de kapsamaktadır. Yeşil iş sağlığı ve güvenliğinin temel rolü tüm çalışanlar için yeşil bir organizasyon yaratılmasıdır (Hosain ve Rahman, 2016, s. 58). Yeşil iş sağlığı ve güvenliği konusunda; sıfır kaza hedefi (Yılmaz, 2021, s.174), çevreye duyarlı şekilde kaynakların verimli kullanımı (Hosain ve Rahman, 2016, s. 58), tüm çalışanlar için yeşil bir iş ortamı, çalışan stresini ve meslek hastalıklarını azaltmak için çevreyle ilgili çeşitli girişimler, yeşil bölge gibi çevresel uygulamalar (Arulrajah vd., 2015, s. 11) gerçekleştirilebilmektedir.

İşletme kaynaklarının ve çevresel kaynakların etkin kullanılması ve sürdürülebilirlik adına fonksiyonları aracılığıyla katkı sağlayan yeşil insan kaynakları yönetimi, farklı sektörlerde faaliyet gösteren tüm organizasyonlar tarafından uygulanabilecek bir yaklaşımdır. Organizasyonların sorumluluk bilincinin bir yansıması olarak da düşünülebilecek yeşil insan kaynakları yönetiminde her fonksiyonun ve uygulamanın ayrı bir işlevi olduğu ve yeşil insan kaynakları yönetimini ayrı bir noktadan desteklediği söylenebilir. Bu doğrultuda, organizasyonlarda yeşil insan kaynakları yönetimi uygulamalarının ve stratejilerinin benimsenip uygulanmasında bazı işlevler daha fazla ön plana çıkabilir. Alanyazında yapılan kimi çalışmalarda en etkili olan yeşil insan kaynakları yönetimi uygulamalarına da yer verilmektedir. Mousa ve Othman (2019) tarafından sağlık kuruluşlarında yeşil insan kaynakları yönetimi uygulamalarının uygulanma düzeyi üzerine yapılan çalışmada, en etkili yeşil uygulamanın yeşil işe alma olduğu ve ardından yeşil eğitim ve katılım olduğu; en az etkili yeşil uygulamanın ise yeşil performans yönetimi ve ücretlendirme olduğu ortaya konulmuştur. Raut vd. (2020) tarafından otomotiv sektöründe yapılan çalışmada yeşil örgüt kültürü ve yeşil stratejinin benimsenmesi ve yeşil eğitim-geliştirme göstergeleri ön plana çıkmaktadır. Uslu vd. (2022) tarafından sağlık işletmelerinde bulanık AHS yöntemiyle yapılan çalışmada, yeşil insan kaynakları yönetimi uygulamalarının en önemlilerinin sırasıyla; yeşil örgüt kültürü ve benimseme stratejileri, yeşil iş tasarımı ve yeşil eğitim-geliştirme olduğu ortaya konulmuştur. Rajabpour vd. (2022) tarafından yapılan çalışma ise, yeşil insan kaynakları yönetiminin etkin bir şekilde uygulanmasında yeşil eğitim ve geliştirme sürecinin en kritik faktör olduğunu göstermiştir. Khatoon vd. (2022) tarafından yapılan çalışmada, yeşil ücret ve ödüllendirmenin çevresel sürdürülebilirlikten yararlanmada en yüksek etkiye sahip olduğu ortaya konulmaktadır.

Yeşil insan kaynakları fonksiyonları ve uygulanabilirliği ile ilgili olarak yapılan literatür taramasında; çalışmaların ağırlıklı olarak hangi fonksiyonlara daha çok ağırlık verilmesi gerektiğine odaklandığı tespit edilmiştir. Ancak bu

fonksiyonların önemi ölçülse de, bu kriterler göz önüne alınarak bir tercih sıralaması yapılmadığı görülmüştür. Buradan hareketle gerçekleştirilen bu çalışmanın amacı, insan kaynakları uzmanlarının önemli gördüğü yeşil insan kaynakları fonksiyonlarının belirlenmesi ve bu fonksiyonları birer kriter olarak göz önüne alarak uygulanabilirlik açısından en çok tercih edilen sektörü belirlemektir.

Yapılan literatür incelemesinde, çok kriterli karar verme yöntemleri kullanılsa da bulanık mantık çözümlemelerine çok odaklanılmadığı, bir tercih sıralaması çalışmaları yapılmadığı görülmüştür. Bu durum göz önüne alındığında, çalışmanın bulanık mantık kullanması açısından literatürdeki açığı kapatacağı öngörülmektedir.

METODOLOJİ

Araştırmanın Amacı

Bu çalışmanın amacı, yeşil insan kaynakları yönetimi fonksiyonlarının hangi sektörlerde daha iyi kullanıldığının bulunması ve bu fonksiyonların kullanıldığı sektörlerin uygulanabilirlik açısından bir sıralamasını yapmaktır. Bu amaca ulaşabilmek için önceden belirlenen yeşil insan kaynakları fonksiyonları değerlendirme kriteri olarak kullanılarak uygulanabilecek sektörler "*Fuzzy TOPSIS*" yöntemi aracılığı ile değerlendirilmiş ve bir tercih sıralaması yapılmıştır. Çalışmanın bir başka amacı ise, bireylerin öznel yargılarının oluşturduğu bulanık (Fuzzy) ortamları netleştirerek karar verme sürecini kolaylaştıran Fuzzy TOPSIS yönteminin sosyal bilimlerdeki kullanımının artırılmasını sağlamaktır.

Araştırmanın Örneklemi

Bu araştırma keşifsel özellik taşımakla birlikte araştırma örneklemini, farklı sektörlerde çalışan insan kaynakları uzmanları ve akademisyenler ile yeşil insan kaynakları uygulayan sektörler oluşturmaktadır. Söz konusu sektörler, farklı iş kollarını temsil etmesi ve yeşil insan kaynakları fonksiyonlarının hepsinin birden uygulanıyor olması açısından Turizm, Petrol/Akaryakıt, Sağlık, Bankacılık/Finans, Tekstil/Giyim, Enerji, Gıda, Otomotiv, Lojistik/Taşımacılık olarak belirlenmiştir.

Çalışmaya katılan bireyler "karar verici" olarak adlandırılmakta olup, tesadüfi örnekleme yöntemi ile seçilmiştir. Bu kişiler, farklı sektör ve yaş gruplarına dâhil olan, insan kaynakları uzmanları ve akademisyenlerden oluşmaktadır.

Araştırmada kullanılan değerlendirme faktörleri, literatür taramasında elde edilen yeşil insan kaynakları fonksiyonlarından oluşmaktadır. Söz konusu bu fonksiyonlar ise; *yeşil işe alım-yerleştirme, yeşil eğitim-geliştirme, yeşil performans yönetimi, yeşil ücret yönetimi, yeşil çalışan katılımı-kurum kültürü* ve *yeşil iş sağlığı ve güvenliği* olarak belirlenmiştir.

Veri Toplama Teknikleri ve Analiz

Araştırma verileri, üç bölümlük bir değerlendirme formu kullanılarak toplanmıştır. Birinci bölümde demografik sorular; ikinci bölümde, yeşil insan kaynakları fonksiyonlarının önem ağırlıklarını belirlemeye yönelik soruları içermektedir. Üçüncü bölümdeyse; seçilen sektörlerin, belirlenen fonksiyonlara göre sıralanmasını sağlayacak sorular yer almaktadır.

Fuzzy TOPSIS yöntemi, az sayıda karar vericinin çok kriterli ve alternatifli ortamlarda karar vermesini kolaylaştırmaya odaklanmaktadır; bu nedenle tek bir karar vericinin yaratacağı öznellikten kaçınmak için birden

fazla karar vericinin görüşlerine başvurulmaktadır. Yine de literatürde; karar verici sayısı arttıkça verilerin netliğini kaybettiği sıkça vurgulanmakta ve bu yüzden önceki çalışmalarda üç kişiden on altı kişiye kadar değişen matrisler kullanılmıştır. Bu nedenle; bu çalışma için; İstanbul'daki insan kaynakları konusunda uzmanlaşmış dokuz kişi tercih edilmiştir. Yüz yüze görüşme sonucu elde edilen veriler, Fuzzy TOPSIS yönteminin işlem algoritmasına göre değerlendirilmiştir.

Fuzzy TOPSIS Yöntemi

Bireylerin günlük yaşamda sıkça kullandıkları güzel-çirkin, sıcak-soğuk, kolay-zor gibi ifadelerin birçoğu, göreceli ve öznel olma özelliği göstermektedir. Bu durum da net çözümlemelerin yapılamadığı bulanık (Fuzzy) ortamları meydana getirmektedir (Göksu ve Güngör, 2008). Bu tarz bulanık ortamların netleştirilmesi ve karar verme sürecinin kolaylaştırılması için çok kriterli karar verme yöntemlerine sıkça başvurulmaktadır. Bu yöntemlerden birisi olan Fuzzy TOPSIS yöntemi de bulanık ortamlarda az sayıda karar vericinin, çok alternatif arasından bir seçim yapmasını gerektiren durumlarda sıkça kullanılan bir yöntemdir (Chen, 2000). Bu yöntemde, karar vericiler ilk önce kendilerine sunulan kriterlerin önem seviyelerini belirler, sonra da belirlenen bu önem seviyelerini dikkate alarak verilen alternatiflerin sıralamasını yaparlar (Ecer, 2006).

Fuzzy TOPSIS yönteminin uygulanabilmesi için karar vericilere, karar kriterleri ve alternatiflerin sunulması büyük önem taşımaktadır. Karar vericiler, ilk etapta verilen karar kriterlerinin kendi öznel yargılarını kullanarak önem derecesini belirlemekte, daha sonra da verilen alternatifleri karar kriterlerinin önem derecelerini dikkate alarak sıralamaktadır (Ecer, 2006, Ulucan vd., 2018). Karar vericiler, kendilerine sunulan kriterleri ve alternatifleri değerlendirirken *dilsel değişken* adı verilen ve çok karmaşık durumları nicel olarak ifade etmeye yarayan ve Tablo 1 ve Tablo 2'de gösterilen ifadeleri kullanmakta ve bu dilsel değişkenler daha kolay hesaplama yapılabilmesi için üçgen sayılara dönüştürülmektedir (Chen vd., 2006; Ulucan vd., 2018).

Tablo 1. Kriterler için Kullanılan Dilsel Değişkenler

Çİ	Çok İyi	9	10	10
İ	İyi	7	9	10
Bİ	Biraz İyi	5	7	9
E	Epeyce	3	5	7
OK	Orta Kötü	1	3	5
K	Kötü	0	1	3
ÇK	Çok Kötü	0	0	1

Kaynak: Chen, 2000, Akt: Ulucan vd., 2018.

Tablo 2. Alternatifler İçin Kullanılan Dilsel Değişkenler

ÇY	Çok Yüksek	0.9	1.0	1.0
Y	Yüksek	0.7	0.9	1.0
OY	Orta Yüksek	0.5	0.7	0.9
O	Orta	0.3	0.5	0.7
OD	Orta Düşük	0.1	0.3	0.5
D	Düşük	0	0.1	0.3
ÇD	Çok Düşük	0	0	0.1

Kaynak: Chen, 2000; Akt: Ulucan vd., 2018.

Fuzzy TOPSIS yönteminin algoritmasının uygulama aşamaları ise şu şekilde sıralanmaktadır (Chen, 2000; Ulucan vd., 2018):

1. Değerlendirme kriterlerinin ve değerlendirmeleri yapacak karar vericilerin belirlenmesi.

2. Karar kriterlerinin ve alternatiflerin dilsel değişken tablosu kullanılarak karar vericiler tarafından değerlendirilmesi.

3. Değerlendirme sonuçlarının, Fuzzy üçgen sayılara dönüştürülmesi ve karar kriterleri ile alternatiflerin değerlerinin hesaplanması.

4. Fuzzy karar matrisinin ve Fuzzy ağırlık matrisinin oluşturulması.

5. Fuzzy karar matrisinin normalize edilmesi.

6. Ağırlıklı normalize Fuzzy karar matrisinin oluşturulması.

7. Pozitif ve negatif Fuzzy ideal çözüm kümesinin hesaplanması.

8. Her alternatifin pozitif ve negatif ideal çözüm kümesine olan uzaklığının hesaplanması.

9. Her alternatifin, yakınlık katsayısının hesaplanması ve alternatiflerin sıralanması.

Bulgular

Çalışmanın konusunu oluşturan yeşil İK uygulayan sektörlerin tercih sıralamasının Fuzzy TOPSIS yöntemiyle analiz edilmesi için seçilen yedi adet karar vericiye (KV1, KV2, KV3, KV4, KV5, KV6, KV7), değerlendirme kriterleri olarak, yeşil insan kaynakları faktörlerine yönelik yapılan çalışmalardan derlenen *Yeşil işe alım, temin-seçim* (K_1), *Yeşil eğitim ve geliştirme*(K_2), *Yeşil performans yönetimi*(K_3), *Yeşil ücret yönetimi* (K_4), *Yeşil çalışan katılımı ve kurum kültürü*(K_5) ve *Yeşil iş sağlığı ve güvenliği* (K_6) sunulmuş, daha önce Tablo 1'de verilen kriterlerin önem ağırlıklarını gösteren dilsel değişkenler aracılığıyla kriterleri değerlendirmeleri istenmiştir. Kriterlerin değerlendirme sonuçları, Tablo 3'te verilmektedir.

Tablo 3. Karar Kriterlerinin Değerlendirilmesi

	KV_1	KV_2	KV_3	KV_4	KV_5	KV_6	KV_7
Yeşil işe alım, temin-seçim (K_1)	Y	O	OY	Y	Y	OY	O
Yeşil eğitim geliştirme (K_2)	O	OY	O	Y	Y	Y	OY
Yeşil performans değerlendirme (K_3)	O	OD	O	OY	O	O	ÇY
Yeşil ücret yönetimi (K_4)	Y	D	OY	OY	O	O	Y
Yeşil çalışan katılımı ve örgüt kültürü (K_5)	OY	ÇY	Y	ÇY	ÇY	Y	Y
Yeşil iş sağlığı ve güvenliği (K_6)	ÇY	O	O	OD	OD	O	Y

Ardından, karar vericilerden, yeşil insan kaynakları faktörlerinin hepsinin birden uygulandığı Turizm (A1), Petrol/Akaryakıt (A2), Sağlık (A3), Bankacılık/Finans (A4), Tekstil/Giyim(A5), Enerji (A6), Gıda (A7), Otomotiv (A8) ve Lojistik/Taşımacılık (A9) şeklindeki sektör alternatiflerini, bu kriterlere verdikleri öneme göre ve Tablo 2'de verilen kriterler için dilsel değişkenleri kullanarak değerlendirmeleri istenmiştir. Değerlendirmelerin sonuçları Tablo 4'te gösterilmektedir.

Tablo 4. Alternatiflerin Kriterlere Göre Değerlendirilmesi

Kriterler	Alternatifler	KV_1	KV_2	KV_3	KV_4	KV_5	KV_6	KV_7
K1	Turizm (A1)	K	Bİ	Bİ	İ	E	E	OK
	Petrol/Akaryakıt (A2)	Bİ	Bİ	Bİ	Çİ	Çİ	Çİ	OK
	Sağlık (A3)	ÇK	OK	OK	K	K	K	E
	Bankacılık/Finans (A4)	Çİ	E	İ	Bİ	İ	Çİ	E
	Tekstil/Giyim (A5)	Bİ	Bİ	OK	Çİ	İ	Bİ	E
	Enerji (A6)	Bİ	Bİ	İ	Çİ	İ	Çİ	Bİ
	Gıda (A7)	İ	Bİ	Bİ	Çİ	Bİ	Bİ	E
	Otomotiv (A8)	E	E	İ	İ	Çİ	OK	İ
	Lojistik/Taşımacılık (A9)	Bİ	Bİ	Bİ	Çİ	**Çİ**	E	Bİ
K2	A1	Bİ	E	Bİ	İ	Bİ	E	OK
	A2	Bİ	Bİ	Bİ	E	Bİ	Çİ	OK
	A3	K	Bİ	OK	İ	Çİ	K	E
	A4	İ	Bİ	Bİ	Bİ	İ	İ	Bİ
	A5	Bİ	İ	OK	OK	E	Bİ	OK
	A6	Bİ	İ	Bİ	İ	Bİ	Çİ	İ
	A7	İ	İ	Bİ	Çİ	Çİ	Çİ	Bİ
	A8	Bİ	İ	İ	İ	İ	İ	Bİ
	A9	E	Bİ	E	Bİ	Bİ	E	İ
K3	A1	E	Bİ	E	Çİ	E	Bİ	Bİ
	A2	İ	E	Bİ	Bİ	Bİ	Çİ	E
	A3	K	E	E	E	E	ÇK	İ
	A4	K	Bİ	İ	E	Bİ	OK	Çİ
	A5	K	Bİ	OK	Bİ	İ	K	K
	A6	İ	Bİ	İ	İ	Bİ	İ	Çİ
	A7	Bİ	Bİ	E	Bİ	İ	E	E
	A8	Bİ	Bİ	Bİ	Bİ	Bİ	İ	Çİ

	A9	OK	İ	Bİ	İ	İ	İ	Çİ
K4	A1	E	OK	E	E	OK	K	Bİ
	A2	İ	OK	Çİ	E	E	Çİ	Bİ
	A3	OK	E	K	E	E	ÇK	İ
	A4	OK	İ	İ	OK	Bİ	K	Çİ
	A5	K	K	E	OK	OK	K	E
	A6	İ	OK	İ	OK	E	İ	İ
	A7	Bİ	İ	Bİ	K	OK	OK	E
	A8	İ	Bİ	İ	OK	OK	OK	İ
	A9	OK	E	OK	E	K	ÇK	E
K5	A1	E	İ	OK	Bİ	İ	İ	E
	A2	Çİ	İ	Çİ	Çİ	İ	Çİ	Bİ
	A3	E	İ	E	Çİ	Çİ	K	E
	A4	Bİ	İ	Bİ	Bİ	Çİ	E	İ
	A5	OK	İ	E	Çİ	Çİ	OK	OK
	A6	Çİ	Çİ	Bİ	Çİ	İ	Çİ	İ
	A7	Bİ	Çİ	E	İ	Bİ	Bİ	E
	A8	İ	İ	Çİ	Çİ	Çİ	Çİ	İ
	A9	E	Bİ	İ	İ	Bİ	İ	Bİ
K6	A1	Çİ	İ	E	E	İ	Bİ	Bİ
	A2	Çİ	Çİ	Çİ	OK	Bİ	Çİ	Çİ
	A3	OK	Çİ	E	E	Bİ	ÇK	İ
	A4	Bİ	E	Bİ	E	OK	ÇK	E
	A5	OK	E	E	OK	E	OK	OK
	A6	Çİ	Çİ	Bİ	OK	İ	İ	Çİ
	A7	İ	OK	OK	K	E	Bİ	OK
	A8	Çİ	İ	Çİ	E	Bİ	Çİ	Çİ
	A9	İ	İ	İ	E	İ	Bİ	İ

Dilsel değişkenlerse, Tablo 1 ve Tablo 2'de verilen sayısal karşılıklar aracılığıyla pozitif üçgen sayılara dönüştürülerek Tablo 5 ve 6'da gösterilmektedir.

Tablo 5. Karar Kriterlerinin Önem Ağırlıklarının Fuzzy Üçgen Sayılara Dönüşümü

	KV_1	**KV_2**	**KV_3**	**KV_4**	**KV_5**	**KV_6**	**KV_7**
Yeşil işe alım ve temin-seçim (K1)	0,7 0,9 1,0	0,3 0,5 0,7	0,5 0,7 0,9	0,7 0,9 1,0	0,7 0,9 1,0	0,5 0,7 0,9	0,3 0,5 0,7
Yeşil eğitim ve geliştirme (K2)	0,3 0,5 0,7	0,5 0,7 0,9	0,3 0,5 0,7	0,7 0,9 1,0	0,7 0,9 1,0	0,7 0,9 1,0	0,5 0,7 0,9
Yeşil performans değerlendirme (K3)	0,3 0,5 0,7	0,1 0,3 0,5	0,3 0,5 0,7	0,5 0,7 0,9	0,3 0,5 0,7	0,3 0,5 0,7	0,9 1,0 1,0
Yeşil ücret yönetimi (K4)	0,7 0,9 1,0	0,0 0,1 0,3	0,5 0,7 0,9	0,5 0,7 0,9	0,3 0,5 0,7	0,3 0,5 0,7	0,7 0,9 1,0
Yeşil çalışan katılımı (K5)	0,5 0,7 0,9	0,9 1,0 1,0	0,7 0,9 1,0	0,9 1,0 1,0	0,9 1,0 1,0	0,7 0,9 1,0	0,7 0,9 1,0
Yeşil iş sağlığı ve güvenliği (K6)	0,9 1,0 1,0	0,3 0,5 0,7	0,3 0,5 0,7	0,1 0,3 0,5	0,1 0,3 0,5	0,3 0,5 0,7	0,7 0,9 1,0

Tablo 6. Alternatiflerin Kriterlere Göre Değerlendirilmesinin Fuzzy Üçgen Sayılara Dönüşümü

Krit.	**Alt.**	**KV_1**	**KV_2**	**KV_3**	**KV_4**	**KV_5**	**KV_6**	**KV_7**
K1	A_1	0 1 3	5 7 9	5 7 9	7 9 10	3 5 7	3 5 7	1 3 5
	A_2	5 7 9	5 7 9	5 7 9	9 10 10	9 10 10	9 10 10	1 3 5
	A_3	0 0 1	1 3 5	1 3 5	0 1 3	0 1 3	0 1 3	3 5 7
	A_4	9 10 10	3 5 7	7 9 10	5 7 9	7 9 10	9 10 10	3 5 7
	A_5	5 7 9	5 7 9	1 3 5	9 10 10	7 9 10	5 7 9	3 5 7
	A_6	5 7 9	5 7 9	7 9 10	9 10 10	7 9 10	9 10 10	5 7 9
	A_7	7 9 10	5 7 9	5 7 9	9 10 10	5 7 9	5 7 9	3 5 7
	A_8	3 5 7	3 5 7	7 9 10	7 9 10	9 10 10	1 3 5	7 9 10
	A_9	5 7 9	5 7 9	5 7 9	9 10 10	9 10 10	3 5 7	5 7 9
K2	A_1	5 7 9	3 5 7	5 7 9	7 9 10	5 7 9	3 5 7	1 3 5
	A_2	5 7 9	5 7 9	5 7 9	3 5 7	5 7 9	9 10 10	1 3 5
	A_3	0 1 3	5 7 9	1 3 5	7 9 10	9 10 10	0 1 3	3 5 7
	A_4	7 9 10	5 7 9	5 7 9	5 7 9	7 9 10	7 9 10	5 7 9
	A_5	5 7 9	7 9 10	1 3 5	1 3 5	3 5 7	5 7 9	1 3 5
	A_6	5 7 9	7 9 10	5 7 9	7 9 10	5 7 9	9 10 10	7 9 10
	A_7	7 9 10	7 9 10	5 7 9	9 10 10	9 10 10	9 10 10	5 7 9

	A_8	5	7	9	7	9	10	7	9	10	7	9	10	7	9	10	7	9	10	5	7	9
	A_9	3	5	7	5	7	9	3	5	7	5	7	9	5	7	9	3	5	7	7	9	10
K3	A_1	3	5	7	5	7	9	3	5	7	9	10	10	3	5	7	5	7	9	5	7	9
	A_2	7	9	10	3	5	7	5	7	9	5	7	9	5	7	9	9	10	10	3	5	7
	A_3	0	1	3	3	5	7	3	5	7	3	5	7	3	5	7	0	0	1	7	9	10
	A_4	0	1	3	5	7	9	7	9	10	3	5	7	5	7	9	1	3	5	9	10	10
	A_5	0	1	3	5	7	9	1	3	5	5	7	9	7	9	10	0	1	3	0	1	3
	A_6	7	9	10	5	7	9	7	9	10	7	9	10	5	7	9	7	9	10	9	10	10
	A_7	5	7	9	5	7	9	3	5	7	5	7	9	7	9	10	3	5	7	3	5	7
	A_8	5	7	9	5	7	9	5	7	9	5	7	9	5	7	9	7	9	10	9	10	10
	A_9	1	3	5	7	9	10	5	7	9	7	9	10	7	9	10	7	9	10	9	10	10
K4	A_1	3	5	7	1	3	5	3	5	7	3	5	7	1	3	5	0	1	3	5	7	9
	A_2	7	9	10	1	3	5	9	10	10	3	5	7	3	5	7	9	10	10	5	7	9
	A_3	1	3	5	3	5	7	0	1	3	3	5	7	3	5	7	0	0	1	7	9	10
	A_4	1	3	5	7	9	10	7	9	10	1	3	5	5	7	9	0	1	3	9	10	10
	A_5	0	1	3	0	1	3	3	5	7	1	3	5	1	3	5	0	1	3	3	5	7
	A_6	7	9	10	1	3	5	7	9	10	1	3	5	3	5	7	7	9	10	7	9	10
	A_7	5	7	9	7	9	10	5	7	9	0	1	3	1	3	5	1	3	5	3	5	7
	A_8	7	9	10	5	7	9	7	9	10	1	3	5	1	3	5	1	3	5	7	9	10
	A_9	1	3	5	3	5	7	1	3	5	3	5	7	0	1	3	0	0	1	3	5	7
K5	A_1	3	5	7	7	9	10	1	3	5	5	7	9	7	9	10	7	9	10	3	5	7
	A_2	9	10	10	7	9	10	9	10	10	9	10	10	7	9	10	9	10	10	5	7	9
	A_3	3	5	7	7	9	10	3	5	7	9	10	10	9	10	10	0	1	3	3	5	7
	A_4	5	7	9	7	9	10	5	7	9	5	7	9	9	10	10	3	5	7	7	9	10
	A_5	1	3	5	7	9	10	3	5	7	9	10	10	9	10	10	1	3	5	1	3	5
	A_6	9	10	10	9	10	10	5	7	9	9	10	10	7	9	10	9	10	10	7	9	10
	A_7	5	7	9	9	10	10	3	5	7	7	9	10	5	7	9	5	7	9	3	5	7
	A_8	7	9	10	7	9	10	9	10	10	9	10	10	9	10	10	9	10	10	7	9	10

	A_9	3	5	7	5	7	9	7	9	10	7	9	10	5	7	9	7	9	10	5	7	9
K6	A_1	9	10	10	7	9	10	3	5	7	3	5	7	7	9	10	5	7	9	5	7	9
	A_2	9	10	10	9	10	10	9	10	10	1	3	5	5	7	9	9	10	10	9	10	10
	A_3	1	3	5	9	10	10	3	5	7	3	5	7	5	7	9	0	0	1	7	9	10
	A_4	5	7	9	3	5	7	5	7	9	3	5	7	1	3	5	0	0	1	3	5	7
	A_5	1	3	5	3	5	7	3	5	7	1	3	5	3	5	7	1	3	5	1	3	5
	A_6	9	10	10	9	10	10	5	7	9	1	3	5	7	9	10	7	9	10	9	10	10
	A_7	7	9	10	1	3	5	1	3	5	0	1	3	3	5	7	7	9	10	1	3	5
	A_8	9	10	10	7	9	10	9	10	10	3	5	7	5	7	9	9	10	10	9	10	10
	A_9	7	9	10	7	9	10	7	9	10	3	5	7	7	9	10	5	7	9	7	9	10

Yapılan dönüştürmenin sonunda, elde edilen Fuzzy üçgen sayılar kullanılarak, 4'üncü aşama uyarınca, Fuzzy TOPSIS karar matrisi oluşturulmuştur. Karar matrisi ve karar kriterlerinin önem ağırlıkları sırasıyla Tablo 7 ve Tablo8'de gösterilmektedir.

Tablo 7. Fuzzy Karar Matrisi

	K1			K2			K3			K4			K5			K6		
A1	3,4	5,3	7,1	4,1	6,1	8,0	4,7	6,6	8,3	2,3	4,1	6,1	4,7	6,7	8,3	5,6	7,4	8,9
A2	6,1	7,7	8,9	4,7	6,6	8,3	5,3	7,1	8,7	5,3	7,0	8,3	7,9	9,3	9,9	7,3	8,6	9,1
A3	0,7	2,0	3,9	3,6	5,1	6,7	2,7	4,3	6,0	2,4	4,0	5,7	4,9	6,4	7,7	4,0	5,6	7,0
A4	6,1	7,9	9,0	5,9	7,9	9,4	4,3	6,0	7,6	4,3	6,0	7,4	5,9	7,7	9,1	2,9	4,6	6,4
A5	5,0	6,9	8,4	3,3	5,3	7,1	2,6	4,1	6,0	1,1	2,7	4,7	4,4	6,1	7,4	1,9	3,9	5,9
A6	6,7	8,4	9,6	6,4	8,3	9,6	6,7	8,6	9,7	4,7	6,7	8,1	7,9	9,3	9,9	6,7	8,3	9,1
A7	5,6	7,4	9,0	7,3	8,9	9,7	4,4	6,4	8,3	3,1	5,0	6,9	5,3	7,1	8,7	2,9	4,7	6,4
A8	5,3	7,1	8,4	6,4	8,4	9,7	5,9	7,7	9,3	4,1	6,1	7,7	8,1	9,6	10,0	7,3	8,7	9,4
A9	5,9	7,6	9,0	4,4	6,4	8,3	6,1	8,0	9,1	1,6	3,1	5,0	5,6	7,6	9,1	6,1	8,1	9,4

Tablo 8. Karar Kriterlerinin Fuzzy Ağırlıkları

	K_1			K_2			K_3			K_4			K_5			K_6		
Ağırlık	0,53	0,73	0,89	0,53	0,73	0,89	0,39	0,57	0,74	0,43	0,61	0,79	0,76	0,91	0,99	0,39	0,57	0,73

Ardından, algoritmanın beşinci ve altıncı aşamaları uyarınca, ağırlıklı normalize edilmiş Fuzzy Karar Matrisi oluşturulmuştur. Sektör alternatiflerinin Fuzzy pozitif ve negatif istenen çözüm kümelerine olan uzaklığı, yedinci ve sekizinci aşamalarda belirtildiği şekilde hesaplanmıştır. Çözüm kümelerinin uzaklık toplamları ise Verteks formülü olarak bilinen

$$d\,(\tilde{m},\tilde{n}) = \sqrt{\frac{1}{3}[(m_1 - n_1)^2 + (m_2 - n_2)^2 + (m_3 - n_3)^2}$$

eşitliği, her bir alternatifin yakınlık katsayısı ise; $CC_i = \frac{d_i^-}{d_i^* + d_i^-}$ eşitliği aracılığıyla hesaplanarak sonuçlar Tablo 9'da gösterilmektedir.

Tablo 9. Fuzzy Pozitif / Negatif İstenen Çözüme Olan Uzaklıklar ve Yakınlık Katsayısı

	d_i^*	d_i^-	*CCi*	**Sıralama**
A1	2,6034	2,1904	0,4569	7
A2	2,0043	2,7807	0,5811	3
A3	3,0686	1,5835	0,3404	9
A4	2,3329	2,4501	0,5122	4
A5	2,9652	1,7656	0,3732	8
A6	1,8647	2,9790	0,6150	1
A7	2,3741	2,4242	0,5052	6
A8	1,9561	2,8674	0,5945	2
A9	2,3669	2,4520	0,5088	5

d_i^* **:** Fuzzy Pozitif İstenen Çözüme Olan Uzaklık Toplamı, d_i^- **:** Fuzzy Negatif İstenen Çözüme Olan Uzaklık Toplamı

SONUÇ ve ÖNERİLER

Kaynakların giderek tükeniyor olmasının anlaşılması ile, birçok alanda sürdürülebilirlik bilincinin ortaya çıkmasını sağlamış ve organizasyonlar da bu anlayış doğrultusunda faaliyetlerini geliştirmeye başlamıştır. Bu bağlamda kaynak israfını önleyici uygulamalar ön plana çıkarak organizasyonların birçok yönetsel fonksiyonunu bu anlayış çerçevesinde yenilemesini sağlamıştır. Bunun sonuçlarından biri olarak değerlendirilebilecek yeşil insan kaynakları uygulamaları da organizasyonlarda önem kazanmıştır. Dolayısıyla her sektör birbiriyle bu alanda da bir rekabet içerisine girmiştir.

Yeşil insan kaynakları fonksiyonlarına yönelik algının ve bilincin kişiden kişiye değişmesi ve yeşil İK uygulamasına geçen birçok sektör alternatifinin oluşu insan kaynakları uzmanlarının hangi sektörde daha iyi uygulanabileceğine yönelik bir seçim yapmasını zorlaştırarak onlar için bulanık bir ortam oluşturmaktadır. Buradan hareketle hazırlanan bu çalışmada, bireylerin içinde bulundukların bu bulanık ortamlarda, yeşil insan kaynakları uygulamalarının hangi sektörde öncelikli olarak tercih edildiği belirlenmeye çalışılmıştır.

Çok kriterli karar verme yöntemlerinden biri olan Fuzzy TOPSIS yöntemi kullanılarak yapılan bu çalışmada; seçilen yedi karar vericiye, öncelikle yeşil insan kaynakları faktörleri değerlendirme kriteri olarak verilmiş, daha sonra uzmanlardan kendilerine verilen sektör alternatiflerini bu kriterlere göre değerlendirmeleri istenmiştir.

Çalışmanın sonuçları incelendiğinde; karar vericilerin yeşil insan kaynakları faktörleri arasından, en çok "***Yeşil Çalışan Katılımı ve Kurum Kültürü***" kriterine önem verdikleri görülmektedir. Daha önceki çalışmalarla da (Raut vd., 2020; Uslu vd., 2022) örtüşen bu sonucu; şirketlerin yeşil insan kaynakları uygulamasına geçmeden önce, bu bilinci tüm çalışanlarına aktarmaları ve bu bilince sahip bir kurum kültürü oluşturmaları gerektiği şeklinde yorumlamak mümkün olmaktadır.

Araştırmanın temelini oluşturan yeşil İK uygulanacak sektörlerin tercih sıralamasına bakıldığında ise, karar vericilerin verilen sektörleri ***Enerji (A6), Otomotiv (A8), Petrol/Akaryakıt (A2), Bankacılık/Finans (A4), Lojistik/Taşımacılık (A9), Gıda (A7), Turizm (A1), Giyim/Tekstil (A5) ve Sağlık (A3)*** şeklinde sıraladıkları görülmektedir. Sürdürülebilirlik, çevresel sorunların çözümü ve çevresel koruma, enerji tasarrufu, israf azaltma, yenilenebilir kaynaklar ve kaynakların sürekliliği kavramlarıyla enerji sektörünün iç içe bir yapısı olduğu düşünüldüğünde enerji sektörünün tercih sıralamasında birinci gelmesi beklenen bir sonuç olarak yorumlanabilir. Ancak tüm sektörlerin sınırlı kaynaklarla ve dış çevreyle ilişki içerisinde üretim yaptığı düşünüldüğünde yeşil insan kaynakları yönetimi ve uygulamalarını benzer şekilde iç yapılarına entegre etmeleri önemli görülmektedir. Bu bağlamda; diğer sektörlerin de öncü gelen enerji sektörünün yaptığı çalışmaları örnek alarak yeşil insan kaynakları uygulamalarını daha etkin ve verimli kılacak çalışmalara yönelmeleri önerilmektedir.

Yeşil insan kaynaklarının en iyi uygulanabileceği sektörün belirlenmesi; gerek sürdürülebilirlik gerekse verimli İK uygulamaları için sektörlerin kendilerini daha rasyonel şekilde değerlendirilmelerini ve böylece hangi sektörün bu konuda hangi açılardan daha fazla çaba sağlaması gerektiğinin ortaya konulmasını sağlayacaktır. Böylece, sektörde yer alan ilgili kurum ve kuruluşlar, örgütsel açıdan çevre korumanın ve sürdürülebilirliğin önemini anlayabilecek, daha doğru insan kaynakları yönetimi stratejileri ve politikaları geliştirebileceklerdir.

Bireylerin kişisel yargılarını kullandıkları bulanık karar verme ortamlarında, eldeki alternatiflerin yakınlık katsayılarını ölçerek en doğru tercihin yapılmasını sağlayan Fuzzy TOPSIS yönteminin kullanım alanı, sadece literatürde sıkça vurgulandığı üzere kuruluş yeri seçimi ile sınırlı değildir. Özellikle; karar verme sürecinde önem seviyelerinin kişiden kişiye değişiklik gösterdiği turizm işletmelerinin seçimi, dağıtım kanallarının seçimi, kuruluş yeri seçimi, tedarikçi seçimi gibi konularla beraber, yönetim başta olmak üzere farklı alanlarda da faydalı sonuçlar vereceği öngörülmektedir.

KAYNAKÇA

Alavi, S., & Aghakhani, H. (2023). Identifying the effect of green human resource management practices on lean-agile (LEAGILE) and prioritizing its practices, *International Journal of Productivity and Performance Management* 72 (3), 599-624. https://doi.org/10.1108/IJPPM-05-2020-0232.

Arulrajah, A.A., Opatha, H.H.D.N.P., & Nawaratne, N.N.J. (2015). Green human resource management practices: a review, *Sri Lankan Journal of Human Resource Management*, 5 (1), 1-16.

Bombiak E., & Marciniuk-Kluska, A. (2018) Green human resource management as a tool for the sustainable development of enterprises: polish young company experience. *Sustainability*, 10 (6), 1739. https://doi.org/10.3390/su10061739

Bombiak, E. (2019). Green human resource management- the latest trend or strategic necessity?, *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 6 (4), 1647-1662.

Chen, C. T. (2000). Extensions of the TOPSIS for group decision-making under fuzzy environment. *Fuzzy Sets and Systems*, 114, 1–9.

Chen, C., Lin, C., & Huang, S. (2006). A fuzzy approach for supplier evaluation and selection in supply chain management. *International Journal of Production Economics*, 102, 289–301.

Dakhan, S.A., Sohu, J.M., Jabeen, A., Mirani, M.A., Shaikh, J.A., & Iqbal, S. (2020). Impact of green HRM on employees pro-environmental behavior: mediating role of women environmental knowledge at higher education institutions, *International Journal of Computer Science and Network Security*, 20 (12), 202-208.

Ecer, F. (2006). Bulanık ortamlarda grup kararı vermeye yardımcı bir yöntem: fuzzy topsis ve bir uygulama. *Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 7 (2), 77–96.

Esen, E., & Calışkan, A. O. (2019). Green human resource management (ghrm) and environmental sustainability. *Global Business Research Congress* (S. 58-60). İstanbul: Press Academia.

Faisal, S. (2023). Green human resource management—a synthesis, *Sustainability,* 15 (3), https://doi.org/10.3390/su15032259

Goel, P., Mehta, S., Kumar, R., & Castaño, F. (2022). Sustainable green human resource management practices in educational ınstitutions: an interpretive structural modelling and analytic hierarchy process approach. *Sustainability*, 14, 12853. https://doi.org/10.3390/ su141912853.

Göksu, A., & Güngör, İ. (2008). Bulanık analitik hiyerarşik proses ve üniversite tercih sıralamasında uygulanması. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13 (3), 1–26.

Joyce, D. & Vijai C. (2020). A theoretical study on green human resource management (Ghrm): an innovative practice for organizational sustainability. *European Journal of Molecular & Clinical Medicine*, 7 (11), 3007-3013.

Hosain, S., & Rahman, s. (2016). Green human resource management: a theoretical overview, *IOSR Journal of Business and Management*, 18 (6), 54-59.

Khatoon, A., Khan, N.A., Parvin, F., Wahid, M.S., Jamal, M.T., & Azhar, S. (2022). Green HRM: pathway towards environmental sustainability using AHP and FAHP in a nascent parsimony, *International Journal of Manpower*, 43 (3), 805-826. https://doi.org/10.1108/IJM-04-2020-0164.

Mansour, M. (2023). The influences of environmental awareness on green performance. *Global Journal of Environmental Science and Management*, 9 (4), 899-914. https://doi.org/10.22035/gjesm.2023.04.16

Martins, J. M., Aftab, H., Mata, M., Majeed, M. U., Aslam, S., Anabela, B. C., & Pedro, N. M. (2021). Assessing the impact of green hiring on sustainable performance: Mediating role of green performance management and compensation. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(11), 5654. doi:https://doi.org/10.3390/ijerph18115654

Mousa, S., K., & Othman, M. (2019). The impact of green human resource management practices on sustainable performance in healthcare organisations: A conceptual framework, *Journal of Cleaner Production*, 243, https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.118595

Masri H.A. & Jaaron A.A. (2017). Assessing green human resources management practices in Palestinian manufacturing context: an empirical study. *Journal of Cleaner Production*, 143, 474-489. https://doi.org/10. 1016/j.jclepro.2016.12.087

Obaid, T.F. & Alias, R. B. (2015). The impact of green recruitment, green training and green learning on the firm performance: Conceptual paper, *International Journal of Applied Research*, 1 (12), 951-953.

Pham, D.D.T. & Paillé, P. (2020). Green recruitment and selection: an insight into green patterns, *International Journal of Manpower,* 41 (3), 258-272. https://doi.org/10.1108/IJM-05-2018-0155.

Rajabpour, E., Fathi, M.R., & Torabi, M. (2022). Analysis of factors afecting the implementation of green human resource management using a hybrid fuzzy AHP and type-2 fuzzy DEMATEL approach, *Environmental Science and Pollution Research,* 29, 48720-48735, https://doi.org/10.1007/s11356-022-19137-7.

Renwick D.W., Redman T., & Maguire S. (2013) Green human resource management: a review and research agenda. *International Journal of Management Reviews*, 15 (1), 1-14. https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2011. 00328.x

Raut, R.D., Garddas, B., Luthra, S., Narkhede, B., & Mangla, S.K. (2020). Analysing green human resource management indicators of automotive service sector, *International Journal of Manpower*, 41 (7), 925-944.

Shahzad, M.A., Jianguo, D., & Junaid, M. (2023). Impact of green HRM practices on sustainable performance: mediating role of green innovation, green culture, and green employees' behavior, *Environmental Science and Pollution Research*, 30, 88524-88547. https://doi.org/10.1007/s11356-023-28498-6

Tang, G., Chen, Y., Jiang, Y., Paillé, P., & Jia, J. (2018) Green human resource management practices: scale development and validity. *Asia pacific journal of human resources*, 56 (1), 31-55.

Ulucan, E., Kurtulay, Z. ve Kızılırmak, İ. (2018). Sağlık Turizminde Destinasyon Tercih Sıralaması: Fuzzy TOPSIS Yöntemiyle Bir Uygulama, 19. Ulusal Turizm Kongresi Sağlık Turizmi, 17- 21 Ekim 2018. Afyonkarahisar.

Uslu, Y., Altun, U., & Yılmaz, E. (2022). Sağlık işletmeleri açısından yeşil insan kaynakları yönetimi işlevlerinin bulanık ahs yöntemi ile değerlendirilmesi, *Yönetim ve Ekonomi*, 29 (3), 603-621.

Veerasamy, U., Joseph, M.S., & Parayitam, S. (2023). Green human resource management and employee green behaviour: Participation and involvement, and training and development as moderators, *South Asian Journal of Human Resources Management*, 1-33. https://doi.org/10.1177/23220937221144361

Yılmaz, F. (2021). *yeşil iş kavramı: Nitel bir araştırma*, [Yayınlanmamış Doktora Tezi], İstanbul Üniversitesi/ Sosyal Bilimler Enstitüsü/ İşletme (İktisat) Anabilim Dalı, İstanbul.

İŞYERİNDE POZİTİF YÖNETİM ANLAYIŞI: KAVRAMSAL BİR ÇERÇEVE

Dr. Öğr. Üyesi Meryem TEKİN EPİK
Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta, Türkiye, meryemtekin@sdu.edu.tr

ÖZET

Endüstri devriminde yönetim bir kişinin birçok kişi adına kararlar alıp, onları yönlendirmesi üzerine inşa edilmiştir. Bu dönemde yönetici bir beyin, çalışanlar ise el ve ayaklardır. Bilgi toplumunda mevcut durumun farklılaşmaya başladığı, ortak akıl mantığı oluşturulduğu gözlemlenmektedir. Böylece bir kişinin düşünmesi ile bin kişinin iş yapması sona ermiş, bin çalışanın düşünmesi gereken bir dönem başlamıştır. Bunun sonucunda pozitif yönetim anlayışı ortaya çıkmıştır. Pozitif örgütsel yönetim klasik yönetim yaklaşımına yeni bakış açıları kazandırmayı amaçlamaktır. Bu yaklaşımını benimsenmesinin pozitif psikoloji ile ilişkisi vardır. Pozitif psikoloji iyi oluş, memnuniyet, doyum, umut, iyimserlik, mutluluk, sevgi, mesleki yeterlilik, cesaret, estetik duyarlılık, affedicilik, bilgelik, sorumluluk, fedakarlık, nezaket, hoşgörü gibi hayatı yaşamaya değer kılan unsurları inceler ve bunu yaparken güçlü yanlarımız kadar, zayıf taraflarımıza da ağırlık verir, bir yandan iyiyi geliştirirken, diğer yandan kötüyü de onarmaya çalışır. Pozitif yönetim karşılaşılan her durumda olaylara pozitif yönüyle bakıp, neden bu sorunlar oluyor şeklinde değil de bu sorunları nasıl çözebiliriz anlayışında olmak demektir. Pozitif yönetim dikkatimizi olumsuzluktan olumluya, olumludan daha olumluya ve yapıcılığa yönlendirmektir. Sorunlar karşısında problem çözmek ya da ders çıkarmak önceliği oluşturmalıdır. Bu yapılırken de olay eğlenceli ve çekilesi bir hale getirilmelidir, çalışanların da gönüllü olabileceği bir ortam yaratılmalıdır. Yönetimin olumlu ve yapıcı yaklaşımı hem örgütün geneline hem de çalışanlara pozitif bir yansıma yapacak, bunun sonucunda örgütte pozitif bir iş ortamı inşa edilecek, örgütün başarısı, performans, verimlilik, üretkenlik gibi göstergelerinde artış meydana gelecektir. Ayrıca çalışan motivasyonu ve bağlılığı da olumlu yönde yükselecektir. Bu çalışmada yönetim olgusunun pozitif düşünce perspektifinden değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Bu kapsamda literatür taramasına yer verilmiş ve buradan yola çıkarak birtakım değerlendirmeler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Pozitif psikoloji, pozitif örgütsel davranış, pozitif yönetim

POSITIVE MANAGEMENT APPROACH IN THE WORKPLACE: A CONCEPTUAL FRAMEWORK

ABSTRACT

The management during the Industrial Revolution was built upon one person making decisions on behalf of many and directing them accordingly.In this period, the manager is like the brain, and the employees are like the hands and feet. It is observed that in the knowledge society, the current situation is starting to differentiate, and a logic of collective intelligence is being formed. As a result, the era of one person thinking while a thousand people work has ended, and a new era has begun where a thousand employees need to think. Consequently, the concept of positive management has emerged. Positive organizational management aims to bring new perspectives to the classical management approach. Its adoption is related to positive psychology. Positive psychology examines elements that make life worth living, such as well-being, satisfaction, contentment, hope, optimism, happiness, love, professional competence, courage, aesthetic sensitivity, forgiveness, wisdom, responsibility, sacrifice, kindness, and tolerance. While doing so, it emphasizes not only our strengths but also our weaknesses, aiming to develop the good while also attempting to mend the bad. Positive management means looking at events in a positive light in every situation encountered, not inquiring why these problems occur but rather adopting an approach of how we can solve these problems. Positive management aims to redirect our attention from negative to positive, from positive to even more positive, and towards constructive actions. Problem-solving or learning lessons should take priority in the face of challenges. While doing so, the situation should be made enjoyable and engaging, creating an environment where employees can also be voluntary participants.The positive and constructive approach of management will have a positive impact both on the organization as a whole and on the employees. As a result, a positive work environment will be built within the organization, leading to an increase in indicators such as organizational success, performance, efficiency, and productivity. Additionally, employee motivation and loyalty will also increase positively. This study aims to evaluate the phenomenon of management from a positive thinking perspective. In this context, a literature review has been conducted, and based on this, various assessments have been provided.

Keywords: Positive psychology, positive organizational behavior, positive management

GİRİŞ

Günümüzde rekabetçi kurumsal ortamların doğası, işyerlerinin hayatta kalma zihniyetinin ötesine geçerek daha iyi performans için yeni yollar aramasını gerektirmektedir. En iyi performansı elde etmek amacıyla kuruluşlar zayıflıklara odaklanma saplantısından uzaklaşarak, insanın gelişmesini teşvik eden koşulları sağlamaya yönelmektedirler. Kurumsal iyileştirmeye yönelik geleneksel yaklaşımlar genellikle sorunları ve eksiklikleri belirlemeye odaklanmıştır, bu da hastalık mantığını izleyen "eksiklik düşüncesi"nin bir formudur. Ancak, insan durumunun en iyisini keşfetmek ve teşvik etmek için neyin geliştiğini ve yaşam verdiğini arayan daha olumlu bir odaklanma ortaya çıkmıştır. Kurumlardaki pozitiflik, pozitif psikolojinin insanlarda neyin yanlış olduğundan ziyade neyin doğru, iyi ve yaşamaya değer olduğuna odaklanmasından kaynaklanmaktadır. Pozitiflik sorunlar, eksiklikler ve zayıflıklar yerine güçlü yönlere, yeteneklere ve olasılıklara dikkatini vermektedir. Gelişmekte olan ve potansiyeli olan konulara yoğunlaşılır. Böylece neyin işe yaramadığına takılmak yerine, neyin işe yaradığı üzerine kafa yorulur.

Pozitif işyerleri çalışanlardaki en iyiyi ortaya çıkararak, onların gelişimine katkıda bulunur, güçlü yönlerini ve yeteneklerini en iyi şekilde değerlendirilir. Böylece yüksek performans ve karlılık elde edilir. Bu işyerlerinde işler çalışanları güçlendirmek ve onlar için işi anlamlı kılmak amacıyla tasarlanmaktadır.

Yönetim alanında yapılan çalışmalarda iş stresi, mobbing, tükenmişlik, işe yabancılaşma, adaletsizlik psikolojik sözleşme ihlali gibi olumsuzluklar ve bürokrasiden kaynaklanan problemlere daha fazla yer verildiği görülse de son zamanlarda işyerlerinde pozitif kavramlara (umut, iyimserlik, dayanıklılık, örgütsel östres, örgütsel dinçlik, örgütlerde bağışlayıcılık, örgütsel güven, örgütsel vatandaşlık vb) ve uygulamalara (saygılı, sevecen, destekleyici, ilham verici, anlamlı ve atfedici davranışlara) odaklanılmaktadır. Çünkü bu tür uygulamalar işyerlerinde pozitif etkiyi arttırarak, çalışanlarda olumlu duyguları ve olumlu çalışan tutumlarını teşvik etmekte, kurumlarda karlılık, inovasyon ve sürdürülebilirlikle karakterize edilebilen pozitif sonuçlara yol açmaktadır. Ayrıca işyerlerinde pozitiflik çalışanların refahına ve gelişime katkıda bulunan, bir tür sosyal iklim olan pozitif bir çalışma ortamının oluşmasında da etkilidir. Bu nedenle çalışmada ilk etapta pozitif yönetim yaklaşımının temelini oluşturan pozitif psikolojiden bahsedilecek, ardından pozitifliğin işyerindeki uygulamalara ve yönetim alanına yansıması ele alınarak, pozitifliğin sağladığı avantajlar değerlendirilecektir.

Pozitif Psikoloji ve Kökeni

Pozitif psikoloji her ne kadar yeni bir akım olarak algılansa da, tarihsel süreçte insanların olumlu özelliklerine dikkat çeken birçok bakış açısı sunulmuştur. Pozitifliğin potansiyeli antik Yunan mitolojisi (Pygmalion etkisi[1]) zamanından beri tanınmaktadır (Avey et al., 2011). Pozitiflik, tüm insan sistemlerinde gelişim ve en yüksek arzuların gerçekleştirilmesi yönünde bir eğilim olarak Aristoteles'in *"eudaimonia"* kavramına dayanmaktadır (Cameron, 2011; Ryan & Deci, 2001). Ayrıca Yunan filozofları Sokrates ve Plato da iyi bir yaşamı sorgulamışlardır. Anadolu da Farabi, Mevlana, Hacı Bektaş Veli ve Yunus Emre gibi düşünürler insanın özünde iyilik, doğruluk ve güzellik olduğuna vurgu yapmışlardır. Tarihsel süreçte inanı anlama ve mutluluğa erişme çabaları, çağımızda hümanistik psikoloji ve pozitif psikoloji çalışmalarında yine ön plana çıkmıştır (Şengün, 2016: 1).

Pozitif psikolojinin atası, Carl Rogers ve Abraham Maslow gibi bilim insanlarıyla 1950'lerde doğan, 1960 ve 1970'lerde zirveye ulaşan "hümanistik psikoloji" akımıdır (Burger, 2006: 417). Pozitif psikolojiden kavram olarak ilk kez 1954 yılında Maslow, "Motivasyon ve Kişilik" kitabının son bölümünün başlığında (Pozitif Psikolojiye Doğru) bahsetmiştir. Maslow'a göre, psikoloji bilimi negatif olayları düzeltmeye odaklanmıştır ve bu şekliyle psikoloji henüz işin yarısıyla ilgilenmektedir. Maslow bu bilimin gelişim, fedakarlık, sevgi, iyimserlik, cesaret, memnuniyet, potansiyelini gerçekleştirme gibi yeni temel kavramlara ihtiyacı olduğunu belirtmiştir (Wright, 2003: 437). Maslow İhtiyaçlar Hiyerarşisi teorisinde ise psikoloji biliminin insanın sadece eksikliklerine değil, potansiyellerine de odaklanması gerektiğini belirtmiştir (Luthans, 2002a: 58). Ayrıca Herzberg (1966), Allport gibi bilim insanları da psikolojinin pozitif yönüne odaklanmışlardır.

Pozitif psikoloji hareketi, 1998 yılında Martin Seligman tarafından insanlarda neyin yanlış olduğuna değil, neyin doğru olduğuna vurgu yapan yeni bir psikoloji akımı olarak tanıtılmış ve kısa sürede önemli bir gelişim göstermiştir.

Seligman psikoloji biliminin özellikle II. Dünya Savaşı sonrasında insanların güçlü yanlarından çok patolojik durumları ile ilgilendiğini ve araştırmaların büyük bir bölümünün de bu doğrultuda gerçekleştiğini belirtmiştir. Seligman, sürekli olarak psikolojik rahatsızlıklara odaklanmanın olgunlaşmış bireyler ve güçlenen toplumlar yaratma sürecinin ihmal edilmesine neden olduğunu öne sürmüştür. Seligman'a göre, terapinin en büyük silahlarından biri olan güçlü yönlerin geliştirilmesi konusu gözden kaçırılmaktadır (Seligman & Csikszentmihalyi, 2000: 6; Tükmenoğlu, 2013: 75).

Pozitif psikoloji hayatı yaşamaya değer kılan unsurları inceler ve bunu yaparken güçlü yanlarımız kadar zayıf taraflarımıza da ağırlık verir, bir yandan iyiyi geliştirirken, bir yandan da kötüyü onarmaya çalışır, ruhsal rahatsızlığı olmayan kimseler kadar psikolojik bir hastalığı olan kişilere de hizmet vermeyi amaçlar (Şengün, 2016: 3). Pozitif psikoloji yaşam kalitesini arttırmayı, yaşam verimsizleşmeye ve anlamsızlaşmaya başladığı zaman ortaya çıkan hastalıkları engellemeyi vadeder (Lopez, Pedrotti & Snyder, 2007). Kısacası pozitif psikolojinin amacı psikolojinin olumsuz olayları onarmak yönündeki bakış açısını, kişilerde olumlu özellikler geliştirmeye doğru değiştirmektir (Seligman, 2002: 7-8).

Positif psikoloji öznel, bireysel ve grup düzeyinde çalışmalar yürütmektedir. Öznel düzeydeki çalışma alanları; iyi oluş, geçmişteki memnuniyet ve doyum, gelecek için umut ve iyimserlik, şimdi ise akış ve mutluluk gibi değerli pozitif deneyimler ve durumları kapsar. Bireysel düzey, iyi insan olma özellikleriyle ilgilidir ve bu düzeyde sevgi ve meslek yeterliliği, cesaret, estetik duyarlılık, azim, affedicilik, özgünlük, ileri görüşlülük, maneviyat, üstün yetenek ve bilgelik gibi konular çalışılmaktadır. Grup düzeyi, pozitif örgüt vatandaşlığı ve toplulukları inceler. Grup düzeyindeki çalışma alanlarına ise sorumluluk, özgecilik, hoşgörü, nezaket, meslek etiği konuları örnek olarak verilebilir (Seligman & Csikszentmihalyi, 2000; Hefforon & Boniwell, 2011).

Pozitif Psikolojinin İşyerlerine Yansıması

Günümüz dünyası ekonomik belirsizlikler, küreselleşme, sürekli değişen ve gelişen teknolojiler ve aşırı rekabet ile karakterize edilmektedir. Bu koşullar altında örgütlerin etkinlik ve verimlilik sağlayabilmeleri, sürdürülebilir olmaları için temel kaynak insan gücünün yetkinlik ve başarısına bağlıdır. Bu ise bireylerin pozitif algıları, örgüte yönelik pozitif değerlendirmeleri ve iş doyumu ile mümkündür. Öte yandan dünyadaki hızlı sosyo-ekonomik değişimler ve çalışma yaşamındaki zorluklar neticesinde, bireylerin çalışma yaşamından beklentileri ve doyum ölçütleri de önceki dönemlere göre farklılaşmaktadır. Ayrıca bireysel zaman ile çalışma yaşamındaki zaman arasındaki ayrımın neredeyse belirsizleştiği bir ortamda, insan vaktinin büyük bir bölümünü işyerlerinde, işinde geçirir hale gelmiştir. Bu sebeple bireyin işinde ulaştığı doyum düzeyi, onun kişisel yaşamındaki mutluluğu üzerinde de son derece etkili olmaktadır. Günümüzde insanlar daha mutlu olmak istemekte, kişisel gelişim gereksinimleri artmakta, bürokratik yapılardan uzak daha keyifli ortamlarda çalışmak istemektedirler. Fakat geleneksel psikoloji yaklaşımları ve örgütsel ödüllendirme araçları ile bireylerin bu değişen taleplerini karşılayabilmek, gerek özel yaşamlarında gerek de çalışma yaşamlarında aradıkları mutluluğu ve öznel iyi oluş halini sağlayabilmek pek

[1] Pygmalion etkisi (kendini doğrulayan kehanet); birinin diğerleri hakkındaki inançları, onlara karşı nasıl davranılacağını belirler ve bu da inandığı şekilde davranışlar görmesine neden olur.

mümkün olmamaktadır. Bu sebeple ilk etapta pozitif psikoloji hareketi, ardından pozitif psikolojiden beslenen pozitif örgütsel davranış alanı ortaya çıkmıştır (Taştan, 2020: 215-216; Luthans, 2002a: 698).

Pozitif psikoloji alanındaki çalışma, bulgu ve düşüncelerin örgütsel alana ve çalışma yaşamına uygulanması 2000'li yılları bulmuştur. Pozitif psikoloji akımı örgütleri önemli şekilde etkilemiş, pozitif örgütsel bilim ve pozitif örgütsel davranış alanlarının ortaya çıkmasını sağlamıştır (Şengün, 2016: 13; Özen Kutanis & Yıldız, 2014: 138). Pozitif örgüt bilimi; pozitif sonuçlar, süreçler, örgütler ve çalışanların özelliklerine ilişkin çalışmalarla ilgili bir alandır. Odak noktası yüksek bireysel ve örgütsel performans gibi olumlu etkilerde bulunanı takdir etme, iş birliği, erdem, canlılık, kuvvet, dayanıklılık, güven ve anlamlılık gibi pozitif dinamiklerdir. Bu yolla pozitif davranışın öncülerini çıkararak, örgütlerde başarının arttırılabileceğini öne sürmektedir (Cameron, Dutton & Quinn, 2003).

Pozitif örgütsel davranış ise günümüz işyerlerindeki performansı iyileştirmek için insanların güçlü yönlerinin ve psikolojik kapasitelerinin geliştirilmesi ve etkin biçimde yönetilmesinin incelenmesidir (Luthans, 2002b). Daha çok bireyle ilgilenen pozitif örgütsel davranış, çalışma ortamında bireylerin güçlü ve olumlu yönlerine değinerek, daha fazla gelişme ve iyileşmenin yollarını aramaktadır (Toprak Topan, 2015: 46).

Pozitif örgütsel davranışı, pozitif odaklı popüler literatürden ve makro düzeydeki pozitif örgütsel bilimden ayıran ve farklılaştıran özellikleri söz konusudur. Pozitif örgütsel davranış; (1) teori ve araştırmaya dayalıdır, (2) ölçümü mümkün olan kavramlarla ilgilenir, (3) değişime ve gelişime açıktır (öz yeterlilik, umut, iyimserlik, dayanıklılık ve pozitif psikolojik sermaye gibi gelişebilen özelliklere odaklanmaktadır), (4) örgütsel davranış alanına özgüdür ve (5) performansla ilişkilidir (Şengün, 2016: 26-28; Luthans et al., 2006).

Özyeterlilik, umut, iyimserlik, psikolojik dayanıklılık, öznel iyi oluş, örgütsel dinçlik, duygusal zeka, bilgelik, minnettarlık, bağışlayıcılık, cesaret ve maneviyat gibi kavramları pozitif örgütsel davranış kapsamında incelenmektedir. Ayrıca son zamanlarda pozitif örgütsel davranış alanında psikolojik sermaye konusunda da çalışmaların arttığı görülmektedir (Özen Kutanis & Yıldız, 2014: 140; Luthans et al.,2004: 45-50). Pozitif örgütsel davranış esas olarak çalışanların pozitif psikolojik sermayelerini değerlendirmek, geliştirmek ve olumlu örgütsel sonuçlara dönüştürmede etkin şekilde yönetebilmeyi amaçlamaktadır (Süral Özer vd., 2013: 438). Ekonomik sermaye sahip olduğumuzla, beşeri sermaye bildiğimizle, sosyal sermaye tanıdıklarımızla ilgilenir iken (Luthans et al., 2004: 45-50), aynı bakış açısıyla psikolojik sermaye kim olduğumuz ve pozitif gelişim sayesinde ne olabileceğimize odaklanmaktadır. Pozitif psikolojik sermaye öz yeterlilik, iyimserlik, umut ve dayanıklılık bileşenlerinden oluşan bir kavram olmakla birlikte aslında onu oluşturan tüm bu boyutların toplamından daha fazlasını ifade etmektedir (Luthans et al., 2006). Psikolojik sermaye; insanın güçlü yönlerini, olumlu kişilik özelliklerini anlamaya ve geliştirmeye çalışarak insanların nasıl daha mutlu, daha başarılı ve daha iyi olabileceklerini öğretmeyi amaçlamaktadır (Kaya & Zerenler, 2014: 14).

Örgütlerde üst düzey bir performansa erişmek, motivasyonu yüksek, dinamik ve hevesli bir insan gücüne sahip olabilmek için pozitif ve anlamlı bir iş ortamı yaratmak gerekir. Hartel ve Ashkanasy (2011), prosedür ve uygulamaların çalışanların "işyerinde kendilerini iyi ve değerli hissetmelerini" sağlayan bir refah iklimini Pozitif Çalışma Ortamı (PÇO) olarak tanımlamışlardır. PÇO, duyguyu ve iyi olmayı arttıran açıklık, dostluk, işbirliği, teşvik,

kişisel özgürlük ve güvenin yaşama geçirilen değerleri ile karakterizedir. Pozitif bir iş ortamı, saygı, güven, haysiyet ve sosyal dâhil edilmeyi teşvik eden inanç ve davranışları içerir. Ve son olarak PÇO algılamak, düşünmek ve harekete geçmek için potansiyel oluşturan ve genişleten pozitif duygusal bir iklimdir (Geue, 2018: 5-6). Özetle pozitif bir çalışma ortamında insanlar iyi geçinirler, birbirlerine saygı duyarlar, keyifle ve zevkle çalışırlar. Böyle bir ortamda işbirliği egemendir, yaratıcı ve üretken çalışmalar desteklenmektedir. Dedikoduya, kırıcı konuşma biçimlerine yer yoktur. Öyleyse yöneticiler pozitif bir örgüt yaratmak istiyorlarsa yetkilendirme, destekleme, açıklık, güven, saygı, birlik ve profesyonellik gibi tutum ve davranışları pekiştirmeleri gerekmektedir (Şanlı, 2009: 5). Nitekim örgütlerde pozitif yaklaşımların belirlenmesinin hem örgütler hem de çalışanlar açısından yararları söz konusudur.

İşyerinde Pozitif Yönetim Anlayışı ve Faydaları

Endüstri toplumunda yönetim bir kişinin birçok kişi adına kararlar alıp, onları yönlendirmesi üzerine inşa edilmiş iken; bilgi toplumunda bir kişinin düşünmesi ile bin kişinin iş yapması sona ermiş, bin çalışanın düşünmesi gerektiği, ortak akıl mantığının oluştuğu yeni bir dönem başlamıştır (Gümüş, 2002: 374; Toprak Topan, 2015: 34). Bu bakış açısından yola çıkılarak artık yönetici kavramını da farklı anlamlar ve beklentiler yüklenmeye başlamıştır. Yönetici örgütteki mevcut kaynakları en iyi biçimde kullanan, insanları etkin ve verimli bir şekilde çalıştırma görev ve sorumluluğunda olan kişidir. Başarılı bir yönetici başlangıçta bir amaç belirler, bu amaçlar doğrultusunda hedeflerini ortaya koyar, organize eder, çalışanlarını motive eder ve onlarla iletişim kurar, çalışanlarının kendilerini geliştirmelerine fırsat sağlar (Bedük, 2000: 165-166). Başarılı bir yöneticide geliştirilmesi gereken önemli bir özellik de olaylara olumlu yönleriyle bakması, her durumda pozitif düşünebilmesidir. Başka bir ifadeyle başarılı bir yönetici pozitif düşünceyi ilke ve amaç haline getirmelidir. Pozitif düşünen bir yönetici karşılaştığı zorlukları fırsata çevirebilme potansiyeline sahiptir ve dolayısıyla başarıya ulaşması daha kolaydır. Ayrıca pozitif bakış açısına sahip yönetici ekibine de daha faydalı olmaktadır.

Pozitif psikoloji anlayışı örgütsel ortamı olduğu kadar yönetici davranışlarını da etkilemiş ve bu etkileşim sonucunda pozitif yönetim anlayışı ortaya çıkmıştır. Pozitif yönetim anlayışında dostluk, samimiyet, güven, bağlılık, cesaret, sorumluluk, inisiyatif, başkalarını düşünmek, desteklemek, hoşgörü, anlayış, problem çözme yaklaşımı, çalışma ahlakı gibi özellikler ön plandadır (Baltaş, 2006). Bu bağlamda pozitif yönetim karşılaşılan her durumda olaylara pozitif yönüyle bakıp, neden bu sorunlar oluyor şeklinde değil de bu sorunları nasıl çözebiliriz anlayışında olmak demektir. Pozitif yönetim dikkatimizi olumsuzluktan olumluya, olumludan daha olumluya ve yapıcılığa yönlendirmektir. Sorunlar karşısında problem çözmek ya da ders çıkarmak önceliği oluşturmalıdır (Toprak Topan, 2015: 34-35). Bu yapılırken de olay eğlenceli ve çekilesi bir hale getirilmelidir, çalışanların da gönüllü olabileceği bir ortam yaratılmalıdır.

Nitekim keyifli ve eğlenceli bir çalışma ortamı enerji ve motivasyon kaynağıdır (Stern & Borcia, 1999). Eğlenerek çalışanların daha yaratıcı oldukları (Isen et al., 1987), daha az stres yaşadıkları (McGhee, 2000), başkalarıyla daha iyi geçindikleri (Meyer, 1999), müşterilere daha iyi hizmet verdikleri (Berg, 2001), daha az işe devamsızlık yaptıkları ve örgütlerine sadık oldukları (Marriotti, 1999; Zbar, 1999), uzun saatler yoğun olarak çalışabildikleri (Yerkes, 2001) yapılan araştırmalar sonucunda görülmüştür. Yine örgütlerdeki pozitif uygulamalar çalışanların işe bağlılıkları

üzerinde de olumlu etkilere sahiptir. İşe bağlı çalışanlar işlerine yönelik önemli bir çaba gösterirler, ancak bu çaba zorlama, işkoliklik veya A tipi kişilik özelliğinden kaynaklanmaz. Özsaygı, iyimserlik, iyi sonuçların yaşanacağına dair olumlu bir inancın yanı sıra öz yeterliliğe sahip olma çalışan bağlılığının öncülleri arasındadır (Bakker et al., 2008). Buna ek olarak bağlılık gösteren çalışanlar, daha iyi performans gösterirler, çünkü mutluluk, neşe ve coşku gibi pozitif duygular yaşarlar; daha iyi psikolojik sağlığa sahiptirler ve bağlılıklarını başkalarına aktarırlar (Salanova et al., 2005: 1218) Dolayısıyla bağlılık çalışanlar arasında paylaşılan, pozitif psikolojik buluşma süreçlerini içeren bir olgudur.

Öte yandan pozitiflik, görev performansı üzerinde de etkilere sahiptir. İşin temel, teknik veya resmi yönleriyle ilgili olan görev performansı, pozitif tutum ve davranışlarla geliştirilir (Kluemper et al., 2009). Kurumsal düzeyde pozitif uygulamalar yoluyla yapılan müdahalenin etkinlik ve performansı arttırdığı görülmüştür (Cameron et al., 2011). Erdemli iş uygulamaları hem bireysel hem de kurumsal performansa yol açarken, takım performansı pozitif psikolojik kapasiteler ve olumlu ruh hali ile ilişkilendirilmiştir (Bright et al., 2006; Cameron, 2003; West et al., 2009, Tsai et al., 2007). Pozitifliğin görev performansı üzerindeki etkisi, pozitif duygu ve yükselmenin (başkalarında erdemli davranışlara tanık olmanın duygusal olarak canlandırıcı ve karşılık verici bir tepki doğurması), sosyal sermayenin (güvene dayalı ve işbirliğine dayalı yüksek kaliteli ilişkilerin kolaylaştırdığı gelişmiş işlevsellik) ve prososyal davranışın (üyelerin başkalarına yardım etmek ve fayda sağlamak için nasıl enerjik oldukları) güçlendirici mekanizmalarını vurgulamaktadır (Cameron, 2003)

Keyifli, eğlenceli, pozitif bir çalışma ortamının sağladığı avantajlar düşünüldüğünde pozitif yönetim anlayışını örgütlerde benimsenmesi bir gerekliliktir. Bugünün çalışanları iş-yaşam dengesini önemseyen, işinde anlam arayan, dışarıdaki fırsatlardan anında haberdar olmak isteyen insanlardır, bu yüzden 21 yüzyılda yetkin ve başarılı olan herkes işyerinde "keyif" aramakta, işini yaparken eğlenmek istemektedir. Özellikle çalışma yaşamında gittikçe ağırlığı artan Y Kuşağının işyerinde sosyalleşme ve eğlenme ihtiyacının diğer kuşaklara göre daha fazla olduğu belirtilmektedir. Bu açıdan pozitif yönetim anlayışı işe keyif katmanın önemli araçlarından biri olarak karşımıza çıkmaktadır.

İşyerlerini çalışanların rahat edebileceği, yaratıcı, huzurlu olacakları ve eğlenerek üretecekleri bir yer haline getirmek önemlidir. Bu noktada yöneticiler en üstten en alta tüm çalışanlarını iş dışı hedefler için birleştirmelidir ki bu durum çalışanlarının birbirlerinin başka yönlerini tanıması açısından da fayda sağlayacaktır. Kıyafet kurallarını (casual friday), çalışma saatlerini esnetmek; dinlenme odaları, çalışma masası vb. düzenini çalışanlara bırakmak; işin içine oyunlar, yarışmalar katmak; güvenlik görevlisinden genel müdüre kadar herkesin unvanının eşitlendiği gönüllü çalışmalarda bulunmak iş dışı hedefler için birleşmeye birer örnektir. Burada dikkat edilmesi gereken husus bu tarz etkinliklerin insan kaynakları veya üst yönetim güdümünde planlanmasından ziyade çalışanlar tarafından organize edilmesidir. Zira baştan sona çalışanların kendi yaratıcılıklarını kullanarak yaptıkları etkinlikler daha etkili olmaktadır. Burada yönetimin görevi çalışanların içindeki enerjiyi ortaya çıkaracak platformu kurmak ve desteklemektir. Çalışanlara yönelik eğitimlerde film, roman vb. yararlanmak, işyerlerinde çalışanlar arasında eğlenceli bilgi yarışmaları düzenlemek, evcil hayvanların (Amerika'daki "Köpeğinizi Ofise Getirin Günü" gibi), aile üyelerinin (Amerika ve Kanada gibi ülkelerdeki "anne babanı işe getir günü", "kızını işe getir", "oğlunu işe getir" günleri) ofise getirilmesine belirli günlerde izin verilmesi, çalışanların doğum günlerinde alışılmışın dışında

kutlamalar yapmak (doğum günü pastası yerine karpuz kesmek, meyve sepeti hazırlamak vb.) çalışan kulüpleri, hobi toplulukları oluşturulması işe keyif katmaya verilebilecek örneklerden sadece birkaçıdır (Türkmenoğlu, 2013).

Pozitif yönetim anlayışını benimseyen bir yöneticinin üzerinde durması gereken bir konu güvenli bir çalışma ortamının oluşturulmasıdır. Güvenli bir ortam; herkesin fikirlerini özgürce ifade edebildiği, eleştirinin yapıcı ve olumlu bir şekilde iletilebildiği, hata yapmanın kabul edildiği ve öğrenme fırsatı olarak görüldüğü, empati ve anlayışın teşvik edildiği, kişisel sınırlara ve mahremiyete saygı gösterildiği, eşitlik ve adil davranışların ön planda olduğu, güven ve güvenirlilik duygusunun yaygın olduğu, destekleyici bir topluluk hissinin oluşturulduğu bir ortam şeklinde tasvir edilebilir.

İşyerinde maneviyat, pozitif yönetim anlayışını benimseyen bir yöneticinin dikkat etmesi gereken bir başka konudur. Çünkü çağımızın insanları yaşamlarında ve işlerinde anlam bulmak istemektedirler. Şöyle ki daha önceleri insanlar ürünün fiyatına, sunumuna, kalitesine bakıp o ürünü alıp almaya karar verirken, son yıllarda topluma somut yararları olan firmalardan alışveriş yapmayı tercih etmektedirler. Ya da dünyanın herhangi bir bölgesinde yaşanan bir sıkıntı sadece orada yaşayanları değil, herkesin geleceğini etkilediğinden görmezden gelinememektedir. İnsanlar dolaylı olarak da olsa dünyanın iyileştirilmesine katkıda bulunmak ve bu sayede bir nebze kendilerini rahatlatmak istemektedirler. Maneviyat, vicdan, olumlu yaklaşım gibi kavramlar günlük yaşamdan taşarak yönetim bilimine de hızla girmektedir. Günümüzde yöneticiler çalışanları işgücü olarak değil, insan olarak görerek, iyi niyetli olduklarını koşulsuz varsaymak, olumlu düşünmek ve olumlu düşünmelerini sağlamak durumundadırlar. Kısaca günümüz yöneticileri işten ziyade insanı yönetmek, çalışanların kalbine dokunmak zorundadırlar. Nitekim işyerinde maneviyat, başka insanları sevmek, onları ve ortamı hep dikkate almak, hatta onların iyiliğini düşünen kararlar verip, uygun davranışlar göstermektir. İşyerlerinden maneviyatın silinmesinde uzun yıllar yönetimin erkek egemenliğinde olması ve çalışma yaşamının kadınsı özelliklerden uzak kalması gösterilmektedir. Bu dönemlerde tepe yönetimlerde yer alan kadınların da genellikle erkek kurallarıyla onlar gibi mücadele etikleri gözlemlenmiştir. Oysa günümüzde yöneticilerde duyarlı davranışlar, iyi bir algılama kabiliyeti, fırsatlara açık olma, doğruyu yanlıştan ayırt edebilme, içgüdülerle karar verebilme, insancıllık, tutku, vakar gibi manevi değerler, kısaca "kadınsı" özellikler aranmaktadır (Türkmenoğlu, 2013).

Öte yandan "iyimser olmak" pozitif yönetimi uygulayanların odaklandığı yetkinliklerden birisidir. İyimser bir birey gelecekte olumlu ve istenen olayların ortaya çıkacağını umarken; kötümser kişiler ise daima negatif düşüncelere sahip ve istenmeyen olayların ortaya çıkacağına inanmaktadırlar (Luthans et al., 2006). İyimserler yaşam zorluklarıyla başa çıkarken daha az stres yaşarlar, olumsuz durumlara (kalp ve damar operasyonları, göğüs kanseri, kürtaj, kemik iliği nakli, HIV vb.) daha kolay uyum sağlarlar, ayrıca sorunlarla yüzleşme ve onlara uygun karşılık verme, mizah, planlama, olumlu şekillendirme, sorunlar kontrol dışına çıktığında durumun gerçekliğini kabullenme konularında da daha başarılı olmaktadırlar. İyimser insanlar herhangi bir durumu olumlu bir şekilde sonuçlandırmak için daha uzun süre çaba ve enerji sarf edebilmektedir. Kaygı, depresyon gibi durumlara iyimserlerde daha az rastlanmaktadır. Kısacası hemen her alanda iyimser tutumun olumlu sonuçları olmaktadır (Türkmenoğlu, 2013). Nitekim alan çalışmaları iyimser çalışanların daha çok çalışmaya teşvik edilebilen, daha tatminkar, zorluklar karşısında daha sebatkar, fiziksel ve duygusal bakımdan daha canlı olduklarını göstermiştir (Şengün, 2016: 56; Seligman, 1998).

İşyerinde Pozitifliğin Sınırları

Pozitif yaklaşımlar, işyerlerinin hasarlı ve zarar üreten dinamiklerinin incelenmesini reddetmez ya da geleneksel yönetim ve örgüt çalışmalarını negatif ya da istenmeyen durumları araştırmış olmakla suçlamamaktadır. Pozitif yaklaşımlar rekabet, çatışma gibi davranışların geçerli olduğu bir dünyanın da varlığını kabul etmektedir. Pozitif yaklaşımların eleştirdikleri geleneksel yönetim ve örgüt yaklaşımlarının pozitif durumları, dinamikleri ve çıktıları yeterince araştırmamış olmaları, buna karşın sorun arama ve zarar azaltma gibi salt sorun odaklı çalışmaların ağırlıklı olması, yani denge kurulamamasıdır.

Nitekim pozitif yaklaşımlar karmaşa, yoksulluk, işsizlik, savaş ve diğer tipik insani durumları ve kurumsal işleyişte sıkça görülen konuları göz ardı ettiği düşüncesiyle eleştirilmektedir. Pozitiflik Polyannacılık ile eş tutulmakta ve basitçe "yüze mutlu bir ifade yerleştirme" olarak betimlenmektedir (Şengün, 2016: 22-25). Bu eleştiriyi yapanlara göre pozitiflik gerçek dışı olarak sürekli bir büyüme varsayar, kurumlarda başarıyı garantiler, ahmaklık ve aşırılığı maruz görür, gerçekliği inkâr eder, gurur ve kibirliliği ima eder, zor sorunlardan kaçılmasına neden olur, haksızlığa davetiye çıkarır, umursamaz iyimserliğe ve yanıltıcı düşünmeye yol açar (Ehrenreich, 2009; Hacman, 2008). Ancak pozitiflik olumsuzlukları ve eksiklikleri yok sayıp, üzerini örtmek demek değildir, zira böyle bir yaklaşım özellikle çalışma yaşamında büyük bir tehlikedir. Pozitif olmak sınırsız bir Polyannacılık ile karıştırılmalıdır.

Pozitif olmak, her işe pozitif bakmak bir yerde durulması gereken, kısaca üst sınırları olan bir kavramdır. Unutmamak gerekir ki kurumlar arasında fark yaratan iyi ve nitelikli işgücüdür. Bu çalışanları işyerinde tutmanın, performanslarını korumanın en kuvvetli araçlarından biri de işyerinde pozitif bir ortam yaratmaktır. Ancak bu yapılırken de gerçekçi olunmalı abartıya kaçılmamalıdır (Türkmenoğlu, 2013).

SONUÇ

Her şeyin değiştiği dünyamızda insanların ihtiyaçları, istekleri, yaşam tarzları da değişmektedir. Onları dünün kurallarıyla, sistemleriyle yönetmek mümkün ve görünüşte doğru olabilir ama gerçekte bu uygunsuz olacaktır. Eskiden "adama göre iş değil, işe göre adam" prensibi uygulanmaktayken; günümüzde kurumlar fark ve değer yaratacak çalışanları kendilerine çekebilmek için onlara bir takım özel haklar tanıyabilmekte, özel projeler verebilmektedir. Kurumlar yetenekli insanlar için adeta savaşmaktadırlar.

Yönetim alanında günümüze kadar çoğunlukla insanların, dolayısıyla kurumların eksik ya da geliştirilmesi gereken yönlerini tespit edip, sadece onlar üzerine odaklanılmıştır. Günümüzde ise insanların zaten iyi olduklarını yönlerini öne çıkarmak, kötü oldukları alanları da kabul edilebilir bir düzeye getirmeyi amaçlayan pozitif güce dayalı düşünce desteklenmektedir. Nitekim işyerlerinde pozitif yaklaşımların uygulanması, pozitif bir çalışma ortamı yaratarak, çalışanlarda olumlu duyguları ve olumlu çalışan tutumlarını teşvik etmektedir. Çalışanların refahına ve gelişimine katkıda bulunmak ve olumlu kurumsal sonuçlara ulaşabilmek için işyerlerinde yöneticilerin pozitif yönetim uygulamalarını uygulamaları önerilmektedir:

- Yöneticiler çalışanlarını olumlu yönde teşvik edebilirler. Bu iyi ve en iyiyi aramak, kazanımları kutlamak, çalışanların başarılarını vurgulamak, başarı hikâyeleri anlatmak ve sorunlara takılmak yerine çözümleri

aramaya teşvik etmek gibi yöntemleri içerebilir. Buna çalışanların iyimser düşünmeye teşvik edilmesi de dâhildir. Burada kötümserlik bir kenara bırakılır ve zorluklar fırsatlara çevrilecek şekilde yeniden yorumlanır. Bu tür ileri görüşlülük, çalışanlara problem çözme konusunda daha fazla özerklik tanıyarak işin anlamlılığını artırabilir ve böylece enerji, akış ve bağlılığı geliştirebilir.

- Yöneticiler, işyerlerinde minnettarlık ve takdir kültürünü teşvik edebilirler. Çalışanları katkıları için birbirlerini takdir etmeye, başarılar için minnettarlıklarını ifade etmelerine ve erdemli onur döngülerini oluşturmalarına öncülük edebilirler. Bu şekilde yöneticiler, çalışanlarının doğuştan sahip oldukları değerin farkına varılmasına öncülük ederler.

- Yöneticiler, çalışanların güçlü yönlerini belirlemelerine ve kullanmalarına yardımcı olabilirler. Bu, iş görevlerini yeniden şekillendirme ile, rollerini bu görevlerdeki ilişkilerini geliştirerek çalışanların potansiyellerini artırmak için yüksek düzeyde otonomi ile gerçekleşebilir. Böylece, çalışanlar işte daha fazla özgüven kazanabilirler, işlerini daha anlamlı bulabilirler.

- Yöneticiler, yanlış yapıldığında tolerans tanıyarak, güvenli bir psikolojik iklim yaratabilirler. Hataları öğrenme fırsatı olarak görerek, hataların affedilmesini teşvik edebilir ve model olabilirler. Bu şekilde, çalışanlar savunmacı bir tutum içine girmeyeceklerdir. Moral bozucu ve yenilgiyi kabul eden suçlamalar engellenecektir. Böylelikle, yönetici çalışanları kendileri hakkında olumsuz sonuçlardan korkmadan işlerine katılmaya teşvik edebilecektir.

- Yöneticiler, çalışanların fikir ve görüşlerini sorarak, onların söyleyeceklerini dinleyerek saygı gösterebilirler. Bu çalışanlarda onların katkılarının değerlendirildiği ve yeteneklerine güvenildiği algısına yol açar. Nitekim güven, ilişkileri bir arada tutan bir yapıştırıcı gibidir. Yöneticiler güveni sağladıklarında işbirliğini teşvik eder ve duygusal ve sosyal bulaşmayı mümkün kılar. Bu da çalışanları canlandırabilir, enerjik hale getirir ve ilham verebilir. Yöneticiler ve iş arkadaşları, olumlu düşüncelerini ifade ederek ve birbirlerine karşı karşılıklı bir ilgi göstererek daha yüksek kaliteli ilişkiler kurabilirler.

KAYNAKÇA

Avey, J. B., Reichard, R. J., Luthans, F., & Mhatre, K. H. (2011). Meta-analysis of the impact of positive psychological capital on employee attitudes, behaviors, and performance. *Human Resource Development Quarterly*, 22(2), 127-152. https://doi.org/10.1002/hrdq.20070

Bakker, A. B., Schaufeli, W. B., Leiter, M. P., & Taris, T. W. (2008). Work engagement: An emerging concept in occupational health psychology. *Work & Stress*, *22*, 187-200.

Baltaş, A., (2006). Pozitif Psikolojide Beethoven Faktörü. *Kaynak Dergisi,* 27, https://kaynakbaltas.com/liderlik/pozitif-psikolojide-beethoven-faktoru/ Erişim Tarihi: 17.04.2024.

Bedük, A., (2000). Başarılı Bir Yöneticinin Özellikleri ve Başarıya Giderken Üzerinde Durulması Gereken Hususlar. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi,* 1(4), 165-174.

Berg, D. H., (2001). The power a playful spirit at work. *The Journal of Quality &Participation,* 24(2), 57-62. https://www.proquest.com/scholarly-journals/power-playful-spirit-at-work/docview/219161453/se-2

Bright, D. S., Cameron, K. S., & Caza, A. (2006). The amplifying and buffering effects of virtuousness in downsized organizations. *Journal of Business Ethics*, *64*, 249-269. https://www.jstor.org/stable/25123748

Burger, J. M. (2006). *Kişilik*. Kaknüs Yayınevi.

Cameron, K. (2011). Responsible leadership as virtuous leadership. *Journal of Business Ethics*, 98 (Suppl 1), 25-35. https://doi.org/10.1007/s10551-011-1023-6

Cameron, K. S. (2003). Organizational virtuousness and performance. In K. S. Cameron, J. E. Dutton, & R. E. Quinn (Eds.), *Positive organizational scholarship: Foundations of a new discipline* (pp. 48-65).Berrett-Koehler Publishers, Inc.

Cameron, K. S., Dutton, J. E. & Quinn, R. E. (Eds) (2003). *Positive Organizational Scholarship: Foundations of a New Discipline*. Berrett-Koehler.

Cameron, K., Mora, C., Leutscher, T., & Calarco, M. (2011). Effects of positive practices on organizational effectiveness. *Journal of Applied Behavior Sciences*, *47*, 266-308. https://doi.org/10.1177/0021886310395514

Ehrenreich, B. (2009). *Bright-Sided: how positive thinking is undermining America.* Henry Holt.

Geue, P. E. (2018). Positive Practices in the Workplace: Impact on Team Climate, Work Engagement, and Task Performance. *The Journal of Applied Behavioral Science,* 54(3), 1–30, https://doi.org/10.1177/00218863187734

Gümüş, M., (2002). *Yönetimde Başarı İçin Altın Kurallar.* Alfa Yayınları.

Hackman, J. R. (2008). The Perils of Positivity. *Journal of Organizational Behavior*, 30, 311-323. https://doi.org/10.1002/job.587

Hefferon, K., & Boniwell, I. (2011). *Positive Psychology Theory, Research and Applications.* McGraw-Hill.

Isen, A. M., Daubman, K. A., & Nowicki, G. P. (1987). Positive affect facilitates creative problem solving. *Journal of Personality and Social Psychology, 52*(6), 1122–1131. https://doi.org/10.1037/0022-3514.52.6.1122

Kaya, D. Ş., & Zerenler, M. (2014). *Çalışma hayatında psikolojik sermaye mesleki bağlılık ve kariyer planlamasına genel bakış*. Nobel Akademik Yayıncılık.

Kluemper, D. H., Little, L. M., & DeGroot, T. (2009). State or trait: Effects of state optimism on job-related outcomes. *Journal of Organizational Behavior*, *30*, 209-231. https://doi.org/10.1002/job.591

Lopez, S. J., Pedrotti, J. T., & Snyder, C. R. (2007). *Positive Psychology: The Scientific and Pratical Explorations of Human Strengths*. Sage Publications, Inc.

Luthans, F. (2002a). The need for and meaning of positive organizational behavior. *Journal of Organizational Behavior,* 23 (6), 694-708. https://doi.org/10.1002/job.165

Luthans, F. (2002b). Positive organizational behavior (POB): developing and managing psychological strengths. *Academy of Management Executive,* 16(1), 57-72. https://doi.org/10.5465/ame.2002.6640181

Luthans, F., Luthans, K. W., & Luthans, B. C. (2004). Positive psychological capital: Beyond human and social capital. *Business Horizons*, 47(1), 45-50. https://doi.org/10.1016/j.bushor.2003.11.007

Luthans, F., Youssef, C. M., & Avolio, B. J. (2006). *Psychological Capital: Developing the human Competitive Edge*. Oxford University Press.

Marriotti, J. (1999). A Company that Plays Together, Stays Together. *Industry Week,* 248(6), 63.

McGhee, J. D., (2000). Homologous Tails ? Or Tales of Homology?. *BioEssyas*, 22(9), 781-785. https://doi.org/10.1002/1521-1878(200009)22:9<781::AID-BIES2>3.0.CO;2-8

Meyer, H. (1999). Fun for everyone. *Journal of Business Strategy,* 20(2), 13-17. https://doi.org/10.1108/eb039989

Özen Kutanis, R., & Yıldız, E. (2014). Pozitif psikoloji ile pozitif örgütsel davranış ilişkisi ve pozitif örgütsel davranış boyutları üzerine bir değerlendirme. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi,* 5(11), 135-154.

Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2001). On happiness and human potentials: A review of research on hedonic and eudaimonic well-being. *Annual Review of Psychology*, 52(1), 141-166. https://doi.org/10.1146/annurev.psych.52.1.141

Salanova, M., Agut, S., & Peiro, J. M. (2005). Linking organizational resources and work engagement to employee performance and customer loyalty: The mediation of service climate. *Journal of applied Psychology*, *90*, 1217-1227. https://doi.org/10.1037/0021-9010.90.6.1217

Seligman, M. E. P. (1998). *Learned optimism.* Pocket Books.

Seligman, M. E. P. (2002). Positive psychology, positive prevention, and positive therapy. In C. R. Snyder & S. J. Lopez (Eds.), *Handbook of positive psychology* (pp. 3–9). Oxford University Press.

Seligman, M. E. P., & Csikszentmihalyi, M. (2000). Positive psychology: an introduction. *American Psychologist*, 55(1), 5-14. https://doi.org/10.1037/0003-066X.55.1.5

Stern, G., & Borcia, Y., (1999). Motivation Stratetegy. *Executive Excellence,* 16 (7), 17-18.

Süral Özer, P., Topaloğlu, T., & Özer, P. S. (2014). Psikolojik sermaye ile iş performansı arasındaki ilişkiye otantik liderliğin düzenleyici etkisi. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, *6*(1), 156-171.

Şanlı, Ö. (2009). *İlköğretim Okul Yöneticilerinin Pozitif Yönetim Yaklaşımlarının Öğrenci Başarısına Etkisi (Malatya İli Örneği).* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Fırat Üniversitesi.

Şengün, H. (2016). *Sağlıkta Pozitif Yönetim*. Nobel Akademik Yayıncılık.

Taştan, S. (2020). Modernizm ve postmodernizm bağlamında pozitif psikoloji ve pozitif örgütsel davranış. İçinde Kırel, A.Ç., & Güzel Özbek, A. (Ed.) *Disiplinlerarası Boyutuyla Örgütsel Davranış (ss. 201-241).* Ekin Yayınevi.

Toprak Topan, S. (2015). *Pozitif Yönetim ve Takım Çalışması Üzerindeki Etkileri (Bursa Yüksek İhtisas ve Eğitim ve Araştırma Hastanesi Örneği)*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Beykent Üniversitesi.

Tsai, W. C., Chen, C. C., & Liu, H. L. (2007). Test of a model linking employee positive mood and task performance. *Journal of Applied Psychology*, *92*, 1570-1583. https://doi.org/10.1037/0021-9010.92.6.1570

Türkmenoğlu, İ. (2013). *Pozitif Yönetim*. Elma Yayınevi.

West, B. J., Patera, J. L., & Carsten, M. K. (2009). Team level positivity: Investigating positive psychological capacities and team level outcomes. *Journal of Organizational Behavior*,*30*, 249-267. https://doi.org/10.1002/job.593

Wright, T. A. (2003). Positive organizational behavior: an idea whose time has truly come. *Journal of Organizational Behavior*, 24, 437-442. https://doi.org/10.1002/job.197

Yerkes, L. (2001). *Fun Works: Creating Places Where People Love To Work*. Berrett-Koehler Publishers, Inc.

Zbar, J. (1999). Are We Having Fun Yet?. *Computerworld,* 33(38), 70.

AMBALAJIN TÜKETİCİ SATIN ALMA KARARINA ETKİSİ: LİTERATÜR TARAMASI

Bensu KAHVECİ

Ege Üniversitesi, İzmir, Türkiye, bensukuzucu@gmail.com

Doç. Dr. Elif ÜSTÜNDAĞLI ERTEN

Ege Üniversitesi, İzmir, Türkiye, elif.ustundaglierten@gmail.com

ÖZET

Ambalaj, tüketicinin ürüne baktığında ürünle ilgili gördüğü ilk unsurdur. Ürünün taşıma ve depolaması için bir araç olup aynı zamanda tüketici ile ürün arasındaki bir iletişim ve pazarlama unsurudur. Bu alanda yapılan araştırmalara bakıldığında ambalajın, tüketicinin satın alma kararlarını etkilediği söylenebilmektedir. Bu çalışma ambalajın tüketici kararına etkisi alanında yazılan ve Web of Science veri tabanında taranan çalışmaları incelemeyi hedeflemektedir. Bu kapsamda yöntem olarak bibliyometrik analiz kullanılmıştır. Son on yılda, ürün ambalajlarının tüketici kararındaki etkisi giderek artan bir öneme sahip olmuştur. Bu artış, sürdürülebilirlik gibi ambalajı ön plana çıkaran faktörlerin dikkate alınmasından kaynaklanmaktadır. Araştırmanın anakütlesini Web of Science veri tabanında ambalaj ve tüketici satın alma kararı kavramları taranarak ulaşılan çalışmalar oluşturmaktadır. Örneklemi 2015-2024 yılları arasında yapılan 176 makale oluşturmaktadır. 2015 ile 2024 yılları arasındaki bu çalışmalar, ambalajın tüketici kararlarındaki rolü ve bu alandaki bilincin artışını vurgulamaktadır. Ambalajın tüketici kararlarına etkisi doğrultusundaki bilincin son 10 yılda arttığı düşünüldüğü için bu aralık çalışmaya dahil edilmiştir. Araştırmada son 10 yılda kaç çalışmanın, hangi yoğunlukta yapıldığı incelenmiş ve çalışmalar bölge, kurum, dil ve anahtar kelime frekanslarına göre analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda bu alanda en fazla araştırmanın 2022 yılında yapıldığı, yayın türünün en fazla makale olduğu, en fazla yayın yapan bölgenin Amerika olduğu ve yayın dilinin ise en fazla İngilizce olduğu tespit edilmiştir. Çalışmalara bakıldığında anahtar kelimeler genellikle ambalaj, tasarım ve sürdürülebilirliktir. Sürdürülebilirlik anahtar kelimeli çalışmalarda artış gözlemlenmiştir. Ambalajın tüketici kararları üzerindeki etkisi, son yıllarda giderek artan bir ilgiyle incelenmiş olup tüketicilerin satın alma kararlarını etkileyen faktörler arasında ambalajın önemli bir role sahip olduğu birçok araştırma sonuçlarından biridir.

Anahtar Kelimeler: Ambalaj, tüketici, satın alma kararı

,

THE IMPACT OF PACKAGING ON CONSUMER PURCHASING DECISIONS: A LITERATURE REVIEW

ABSTRACT

Packaging is the first element that consumers encounter when they look at a product. It serves as a tool for transportation and storage of the product while also acting as a means of communication and marketing between the consumer and the product. Research in this field suggests that packaging can influence consumer purchasing decisions. This study aims to examine the research conducted on the impact of packaging on consumer decisions, as well as to analyze the studies retrieved from the Web of Science database. Bibliometric analysis is employed as the method in this study. Over the past decade, the influence of product packaging on consumer decisions has increasingly gained significance. This increase can be attributed to factors that highlight packaging, such as sustainability. The core of the research comprises studies retrieved from the Web of Science database focusing on the concepts of packaging and consumer purchasing decisions. The sample consists of 176 articles published between 2015 and 2024. These studies underscore the role of packaging in consumer decisions and the growing awareness in this field. Given the perceived increase in awareness regarding the impact of packaging on consumer decisions over the last decade, this timeframe was included in the study. The research investigates the number of studies conducted in the past decade, their distribution, and analyzes them based on region, institution, language, and keyword frequencies. The study reveals that the highest number of studies was conducted in 2022, with articles being the most common type of publication. America emerges as the region with the highest number of publications, with English being the predominant language. Keywords such as packaging, design, and sustainability are frequently observed, with an observed increase in studies focusing on sustainability. The impact of packaging on consumer decisions has garnered increasing attention in recent years, with numerous research findings indicating that packaging plays a significant role among factors influencing consumer purchasing decisions.

Keywords: Packaging, consumer, purchasing decisions

GİRİŞ

Ambalaj tüketicinin ürüne baktığında ürünle ilk temas kurduğu ve satın alma kararlarını şekillendirebilen bir faktördür. Ambalaj, içerisindeki ürünü çevresel faktörlerden koruyan, taşıma kolaylığı sağlayan, ürünün raf ömrü süresi boyunca muhafaza edilmesini sağlayan, ürünün içeriği hakkında bilgiler veren paketleme, tutundurma ve pazarlama aracı (Tek, 1999:372) aynı zamanda bir görsel iletişim unsuru (Türker, 2023:1663) plastik veya cam gibi malzemelerden yapılmış dış örtü olarak tanımlanmaktadır (Özen 2018:142). Ambalaj temel işlevleri ürünü koruma, ürünün taşınması ve depolanması için bir araç olmanın ötesinde satışları direkt etkileyebilen bir iletişim aracı, fiyatlandırmada göz önünde bulundurulması gereken bir pazarlama bileşenidir (Sandallıoğlu ve Seçer, 2019:8). Bu sebeple ambalajın tüketici satın alma kararlarını etkilediği kabul edilmektedir.

Bu çalışmanın amacı, ambalajın tüketici satın alma kararlarına etkisi alanındaki son 10 yıllık literatür incelenmesidir. Ambalajın tüketici kararları üzerindeki etkisi, son yıllarda giderek artan bir ilgiyle incelenmiş olup tüketicilerin satın alma kararlarını etkileyen faktörler arasında ambalajın önemli bir role sahip olduğu birçok

araştırma sonuçlarından biridir. Bu bağlamda, çalışmada ambalajın tüketici satın alma kararlarına etkisi konusunda yapılan çalışmaların derlenmesi yapılıp ve analiz edilmiştir.

Tüketim

Tarih boyunca insanın yaşadığı toplumun adı değişmiş ve bu adlandırma toplumun yapısını ve nasıl bir yapılandırma içinde olduğunu tanımlamaktadır. Sanayi öncesi toplum var olanla yetinirken modern sanayi döneminde emek kavramı ön plana çıkmış, sanayi sonrası dönemde ise aşırı tüketim yaygınlaşmıştır (Buğday ve Babaoğul; 2016:188). Tüketim kavramı zamanla değişim göstermiştir. Önceleri ekonomik bir olgu olarak tanımlanırken günümüzde bir kimlik oluşturma, kendini ifade etme şekli ve statü göstergesi haline gelmiştir (Buğday ve Babaoğul, 2016:189). Tüketimin temelinde arzu, talep ve gereksinimler yer almakta olup bu talepleri karşılamak için tüketiciler, ilgili mal ve hizmetleri para veya bir değer takası ile almaktadır (Orçan, 2014; Beyaz, 2020:53). Ransome, tüketimin 6 türünden bahsedip bunları zorunlu tüketim, özenli tüketim, tutkulu tüketim, refah tüketim, gösterişçi tüketim ve sembolik tüketim olarak anlatmıştır (Ransome, 2005:5-6).

Tüketici

Tüketici mal ve hizmetleri bir bedel veya takasa karşılığında satın alıp kullanan şahıstır (Acar ve Demir, 1992: 361). Solomon (2020) tüketiciyi, ihtiyaçlarını ve isteklerini belirleyen, satın alma işlemini gerçekleştiren ve ürünü tüketen kişi olarak tanımlamıştır. Bilinçli tüketici, satın alırken ürün ve hizmetlerin doğru kalitede, güvenli ve uygun maliyette olanı tercih eden, hakkına sahip çıkan, savurgan ve israflı olmayan kişi olarak ele alınmaktadır (Gülmez, 2006; Aytekin ve Summak, 2021). Bilinçli tüketici, satın alırken ürün ve hizmetlerin doğru kalitede, güvenli ve uygun maliyette olanı tercih eden, hakkına sahip çıkan, savurgan ve israflı olmayan kişi olarak ele alınmaktadır (Gülmez, 2006:154; Aytekin ve Summak, 2021:15). Bilinçli tüketici tüketim alışkanlıklarında düşünceli, araştırmacı ve çevreci davranan kimse olarak da tanımlanabilir. Bilinçli tüketimin temel noktaları aşırı tüketimden kaçınmak, tüketim esnasında ihtiyaçlar ve istekler ayrımını iyi yapabilmek ve düşünerek tüketmektir. Çünkü her tüketim davranışı bütün canlıları etkilemektedir.

Tüketici Satın Alma Kararı ve Tüketici Davranışı

Tüketici kararı, bir tüketicinin seçim yapma yaklaşımını karakterize eden bir zihinsel yönelim olarak tanımlanabilmektedir (Lysonski ve ark., 1996:11). Tüketici davranışı, bireylerin ürün, hizmet, zaman ve fikirlerin edinilmesi, tüketilmesi ve elden çıkarılması süreçlerini içeren karar alma birimleri tarafından gerçekleştirilen faaliyetlerin incelenmesi olarak tanımlanmaktadır (Jacoby ve ark., 1998:320). Tüketici davranışı en genel tanımıyla bir ihtiyaç ve isteği tatmin etmek amacıyla ürün, hizmet, deneyim seçme, kullanma, satın alma ve kullanım sonrası davranışların toplamıdır. Temelinde aslında bir ihtiyaç ve istek belirleme, belirlenen istek veya ihtiyaca istinaden bir alım gerçekleştirme ve alım sonrası memnuniyet durumuna göre geri bildirim ve yorumlama süreçlerinden oluşmaktadır (İslamoğlu ve Altunışık, 2017:7). Kotler ve Armstrong'a göre tüketici davranışı, tüketicinin bir istek veya ihtiyacı gidermek için girdikleri ürün ve hizmet arayışında ortaya çıkan, sonrasında mal ve hizmet satın alım kararlarını etkileyen davranıştır (Kotler ve Armstrong, 2012: 58; Al-kbat, 2022:175). Tüketici davranışı belli bir amaca yönelik şartlı davranıştır ve amacı istek ve ihtiyacı gidermektir. Tüketici davranışı satın alma öncesi ve

sonrası faaliyetlerden oluşan dinamik bir süreci kapsamaktadır. Aynı zamanda bu süreçler kendi içerisinde tutarlı olmadığından zamanlama yönünden ve alım yapılacak ürün ve hizmet tipine göre karar verme süreci açısından değişkenlik gösterebilmektedir (İslamoğlu ve Altunışık, 2017:10-11; Odabaşı ve Barış, 2019: 30-36).

Tüketici satın alma davranışlarını etkileyen faktörler genel olarak kişisel, psikolojik, sosyal ve kültürel olarak incelenebilir (Durmaz, 2008: 36). Kişisel veya demografik faktörler tüketicilerin bireysel özellikleriyle ilgilidir. Kişisel özellikler yaş, cinsiyet, eğitim durumu, medeni durum ve meslek gibi özelliklerdir. Bireylerin kişisel özellikleri ve yaşam tarzlarına göre göre tercihleri değişmektedir. Psikolojik faktörler motivasyon, sezgi, öğrenme, algı, tavır, kişilik, inanç ve tutumlar şeklinde sınıflandırılır. Tüketicilerin satın alma kararları üzerindeki etkisi psikolojik durumlarına, algılarına ve tutumlarına bağlıdır (Durmaz ve ark., 2011:118). Sosyal faktörler, referans grupları, aile etkisi, roller ve statüler olarak üç alt başlık altında incelenir. Tüketicilerin alışveriş tercihleri ve davranışları, bu faktörlerin etkisiyle şekillenir. Referans grupları ve aile, tüketicilerin karar alma süreçlerinde önemli bir rol oynar (Durmaz ve Oruç, 2011:62). Kültürel faktörler, kültür, alt kültür ve sosyal sınıf olarak üç alt başlık altında sınıflandırılır. Kültür ve alt kültür, tüketicilerin değerleri, inançları ve davranışlarını şekillendirirken, sosyal sınıf ise tüketicilerin toplumdaki yerlerini ve sosyal statülerini belirler (Durmaz ve Oruç, 2011:62).

Ambalaj

Ambalaj aslında koruyuculuk sağlayan, bilgi verme, kolaylık sağlama, tutundurma ve pazarlama aracıdır (Tek, 1999:372). Ambalaj, tüketici ile ürün arasındaki bir iletişim aracıdır. Sandallıoğlu ve Seçer (2019), çalışmalarında ambalajı sessiz bir satış elemanına benzetmişlerdir. Ambalaj ürününün çeşitli işlevleri bulunmaktadır. Bunlardan birincil olanı ambalajlanan ürünü, paketlemek, depolamak, koruyarak depolamak, satış veya satın alma işlemlerinde zarar görmeden tedariğinin sağlanması için paketlemektir. Ambalaj temel işlevi ürünü korumadır ancak satışları direkt etkileyebilen, fiyatlandırmada göz önünde bulundurulması gereken bir pazarlama bileşenidir (Sandallıoğlu ve Seçer, 2019:8). Günümüz değişen ortamında, ambalaj, birçok ürünün başarısı için anahtar olan deneysel özelliklerin tanıtımı açısından stratejik bir araç haline gelmiştir (Álvarez-González vd. 2023:1897).

Ambalaj tüketicinin satın alma kararı ve davranışını etkilemektedir. Tüketicinin ürüne baktığında gördüğü ilk unsur ambalajdır. Ambalaj sayesinde tüketici ürün hakkında bilgi edinir. Ürünlerin dikkat çekme ve ilgi uyandırma konusunda ambalajlarının etkisi büyük olduğundan firmalar ürünlerin pazarlamasından ambalaj tasarımlarını renk ve malzemelerini kullanılar (Lamb ve ark., 2004; Sandallıoğlu ve Seçer, 2019:8).

Ambalaj en genel tanımı ile ürünleri korumak, bir arada tutmak, alıcılara rahat ve sağlam bir şekilde ulaştırılması amacıyla tasarlanmış, çeşitli malzemelerden oluşabilen aynı zamanda ürünler hakkında bilgi veren bir pazarlama aracı kaplamalardır. Ambalaj, teknik ve pazarlama fonksiyonları aracılığıyla ürünleri tüketicilere bağladığı için tüketici satın alma kararlarında önemli bir rol oynamaktadır (Rundh, 2009:1000).

Ambalajın Tüketici Satın Alma Kararlarına Etkisi

Literatürde ambalaj özelliklerinin tüketici satın alma davranışlarına etkisi incelenmiştir (Sarınburun, 2019). Bazı çalışmalarda bu etkinin pozitif yönlü olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Cengiz, 2019; Mayış, 2021). Ambalaj tasarımı ile

satın alma niyeti arasında pozitif bir ilişki vardır (Cengiz, 2019). Karakaşoğlu (2021), ambalaj özelliklerinin tüketici satın alma kararları üzerindeki etkisini anket yöntemi kullanarak araştırmış ve ambalaj özelliklerinin tüketici satın alma davranışında genel olarak etkili olduğu ve en etkili ambalajın koruyucu işlevi yüksek, görsel olarak zengin, grafiksel olarak yaratıcı, dikkat çekici renge sahip ve kuvvetli iletişim yönüne sahip ambalajlar olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Ambalajlardaki sürdürülebilirlik unsurlarının tüketiciler üzerine olumlu bir etkisi vardır. Ambalaj tasarımlarındaki sürdürülebilirlik öğeleri çevreci bir imaj çizerek marka imajını güçlendirmekte, marka bağlılığı sağlamaktadır. Bu alanda yapılan çalışmalarda (Gökkaya, 2022) sürdürülebilirliğin tüketici satın alma niyetine etkisi mevcut olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Pazarlamanın güncel konularından biri olan artırılmış gerçeklik örneklerinin de ambalajlarda kullanımları artmaktadır. Bu alanda yapılan çalışmalarda (Toy, 2019; Özkaya, 2021; Gu vd., 2023) artırılmış gerçeklik uygulamalarının tüketici dikkatini çektiği, marka sadakati oluşturarak ve rekabet avantajı sağlayarak fayda sağladığı görülmektedir. Artırılmış gerçeklik kullanımının tüketici satın alma niyetine etkisi mevcuttur (Gu vd., 2023). Bu uygulamalar ile tüketicilerde merak duygusu yaratmakta ve ilgi çekmektedir. Bu sayede kazanılan müşterinin sosyal medyada ilgili ürün veya markayla ilgili pozitif bir paylaşımı marka imajını olumlu etkilemektedir (Özkaya, 2021).

Karagöl ve Gökdemir (2023), ambalaj tasarımlarının tüketicilerin satın alım tercihlerindeki etkisini araştırdığı çalışmasında ambalaj tasarımının pazarlama bağlamında önemi ortaya konulmaktadır. Özellikle ürün ambalajlarının görsel özelliklerinin tüketici tercihi üzerinde oldukça etkili olduğunu, buna ek olarak tüketicinin ihtiyacı olmadığı bir ürünü ambalaj tasarımına bağlı olarak satın almada ikna olabileceği sonucuna ulaşmıştır. Salem (2018), İspanya'da parfüm ambalajının kadın tüketicilerin satın alma kararları üzerindeki etkilerini incelediği çalışmasında ambalajın satın alma kararlarını etkileyebileceğini ve bu etkinin örneklem öznelerinin demografik özelliklerinden etkilendiğini sonucuna ulaşmıştır. Çalışma ambalajın stratejik bir pazarlama aracı olarak nasıl kullanılabileceğini ve kadın tüketicilerin satın alma kararları üzerindeki etkisini vurgulamaktadır. Álvarez-González vd. (2023), deneyimsel ambalajın tüketicilerin satın alma niyetleri üzerindeki etkisini incelediği çalışmalarında ambalajlarda etkileşim özelliklerinin kullanımının tüketici satın alma niyetini olumlu yönde etkilediği sonucuna ulaşmışlardır. Martinez vd. (2021) perakendede ambalaj renginin tüketici satın alma davranışına etkisini incelemiş renk seçimlerinin ürünün türüne bağlı olduğu ve satın alma davranışını etkilediği sonucuna ulaşmışlardır.

YÖNTEM

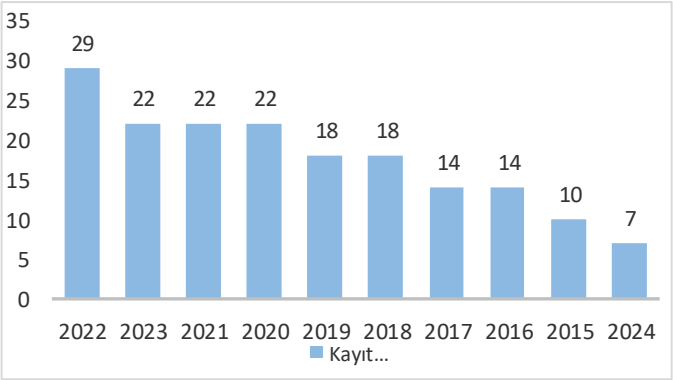
Bu çalışmada ambalajın tüketici kararına etkisi alanında yazılan ve Web of Science veri tabanında taranan çalışmalar nitel araştırma yöntemlerinden bibliyometrik analiz ile incelenmiştir. Bu araştırma ile son 10 yılda kaç çalışma yapıldığı ve en fazla hangi yılda yapıldığı, çalışmaların en fazla hangi bölgeden, kurumdan, dilden olduğu, en sık geçen anahtar kelimelerin ne olduğu sorularına yanıt aranmıştır. Araştırmanın anakütlesini Web of Science veri tabanında ambalaj ve tüketici satın alma davranışı kavramları taranarak ulaşılan çalışmalar oluşturmaktadır. Örneklemi 2015-2024 yılları arasında yapılan çalışmalar oluşturmaktadır. Son 10 yılda değişen tüketici profili ile firmalar tüketicilerin talepleri doğrultusunda paketleme ve pazarlama faaliyetlerini şekillendirmektedir. Ambalajın

tüketici kararlarına etkisi doğrultusundaki bilincin son 10 yılda arttığı düşünüldüğü için bu aralık çalışmaya dahil edilmiştir.

BULGULAR

Ambalajın tüketici satın alma kararlarına etkisi alanında son 10 yılda 176 çalışma yapılmıştır. 2015 – 2024 yılları arasında ambalajın tüketici kararlarına etkisiyle ilgili yayınlanan 176 kaynak çeşitli parametreler çerçevesinde incelenmiştir. Genel olarak kaynaklara ilişkin bazı genel bilgilerden bahsedilebilir. Web of Science veri tabanından alınan çalışmalardan 176 adetin toplam sayfa sayısı 2670, ortalama sayfa sayısı ise 15 olduğu görülmektedir. 176 çalışma için toplam yazar sayısı 583 olduğu ve çalışmaların %30 kısmında aynı yazarların birden fazla yayında yazar olduğu dikkat çekmektedir.

Yapılan çalışmalar en çok 2022 yılına ait olduğu görülmektedir. Daha sonrasında 2020, 2021 ve 2023 yıllarında yapılan çalışmalar sıralamayı takip etmektedir. Bu alanda yapılan çalışmalar 2023 yılına kadar yıllara göre artış göstermiştir. Bu analiz 2024 yılında yapıldığından 2024 yılında yapılan toplam çalışma sayısının ve bu bağlamda sıralamanın değişeceği öngörülmektedir.



Şekil 1. Yıllara Göre Çalışma Dağılımları

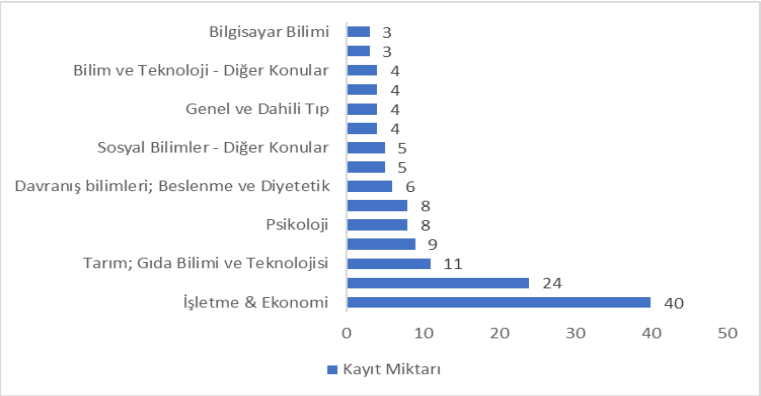
Şekil 1'de Web of Science veri tabanından alınan çalışmaların yıllara göre miktar olarak dağılımı gösterilmiştir.

Tablo 1'de yıllara göre bu alandaki çalışma adetleri ve yüzdelikleri sıralanmıştır.

Tablo 1. Yıllara Göre Çalışma Dağılımları

Yayın Yılı	Kayıt Miktarı	%
2022	29	16,48%
2023	22	12,50%
2021	22	12,50%
2020	22	12,50%
2019	18	10,23%
2018	18	10,23%
2017	14	7,96%
2016	14	7,96%
2015	10	5,68%
2024	7	3,98%

Ambalajların tüketici satın alma kararlarına etkisi konusunda araştırmalar en çok işletme ekonomisi alanında yapılmıştır. Analiz sonuçlarına göre İşletme Ekonomisi alanında son 10 yılda 40 adet çalışma yapılmıştır. Sonrasında sıralamayı 24 adet çalışma ile Gıda Bilimi ve Teknoloji ve 11 adet çalışma ile Tarım: Gıda Bilimi ve Teknoloji alanı gelmektedir. Mühendislik, Tarım, Kimya, Bilgisayar Bilimleri ve Psikoloji alanlarında da bu konuda çalışmalar mevcuttur.



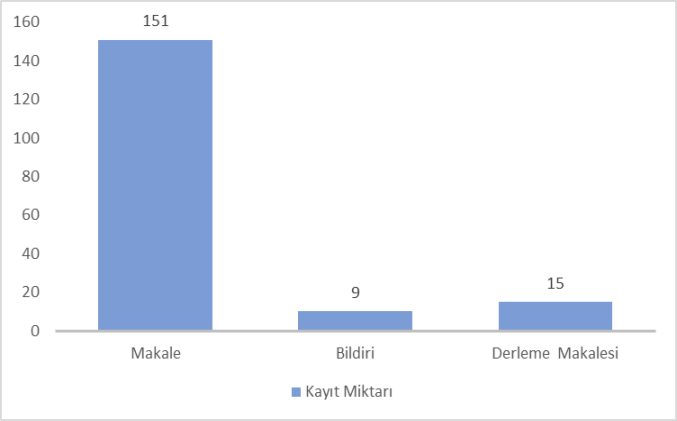
Şekil 2. Araştırma Alanlarına Göre Çalışma Dağılımları

Şekil 2'de Web of Science veri tabanından alınan çalışmaların araştırma alanlarına göre miktar olarak dağılımı gösterilmiştir. Tablo 2'de yapılan çalışmaların araştırma alanına göre dağılımı miktar ve yüzdeliklerine göre sıralanmıştır.

Tablo 2. Araştırma Alanlarına Göre Çalışma Dağılımları

Araştırma Alanı	Kayıt Miktarı	%
İşletme & Ekonomi	40	23,00%
Gıda Bilimi ve Teknolojisi	24	14,00%
Tarım; Gıda Bilimi ve Teknolojisi	11	6,00%
Beslenme ve Diyetetik	9	5,00%
Psikoloji	8	5,00%
Bilim ve Teknoloji - Diğer Konular; Çevre Bilimleri ve Ekoloji	8	5,00%
Davranış bilimleri; Beslenme ve Diyetetik	6	3,00%
Bilim ve Teknoloji - Diğer Konular; Mühendislik; Çevre Bilimleri ve Ekoloji	5	3,00%
Sosyal Bilimler - Diğer Konular	5	3,00%
Kimya; Optik; Görüntüleme Bilimi ve Fotoğraf Teknolojisi	4	2,00%
Genel ve Dahili Tıp	4	2,00%
Kamu, Çevre ve İş Sağlığı	4	2,00%
Bilim ve Teknoloji - Diğer Konular	4	2,00%
İş ekonomisi; Psikoloji	3	2,00%
Bilgisayar Bilimi	3	2,00%

Bu alanda yapılan çalışmalar çoğunlukla makale şeklindedir. 2015-2024 yılları arası 151 makale yayınlanmış olup bunların toplam sayfa sayısı 2346'dır.



Şekil 3. Doküman Özelliğine Göre Çalışma Dağılımları

Tablo 3. Doküman Özelliğine Göre Çalışma Dağılımları

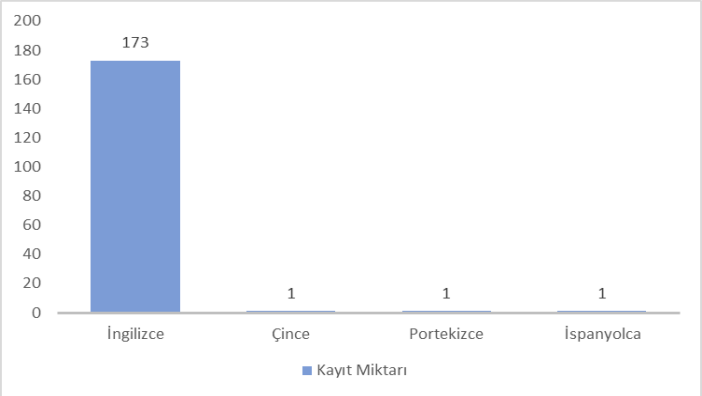
Yayın Tipi	Kayıt Miktarı	%
Makale	151	85,80%
Bildiri	9	5,11%
Derleme Makalesi	15	8,52%

Tablo 4'e bakıldığında makale olarak yayınlanan çalışmaların son yıllarda artış gösterdiği söylenebilir. 2024 yılı içinde yapılan analizde, bu yıla ait çalışma adeti 2015 yılındaki çalışma sayısından fazla olmasına rağmen diğer yıllara kıyasla daha az olduğu görülmektedir.

Tablo 4. Makalelerin Yıllara Göre Dağılımları

2023	2022	2021	2020	2018	2019	2016	2017	2024	2015	Genel Toplam
25	21	20	16	15	13	12	12	9	8	151

Konuyla ilgili 10 yılda yapılan 176 çalışmanın %98'i İngilizce dilindedir. Çalışmaların arasında Çince, Portekizce ve İspanyolca çalışmalar da mevcuttur.



Şekil 4. Yayın Diline Göre Çalışma Dağılımları

Tablo 5. Yayın Diline Göre Çalışma Dağılımları

Yayın Dili	Kayıt Miktarı	%
İngilizce	173	98,30%
Çince	1	0,57%
Portekizce	1	0,57%
İspanyolca	1	0,57%

Tablo 6'ya bakıldığında son 10 yılda yapılan çalışmaların %85'i İngilizce makaledir. İngilizce makale çalışmaları en çok 2023 yılında gerçekleştirilmiştir.

Tablo 6. Yayın Dili ve Yayın Tipine Göre Çalışma Dağılımları

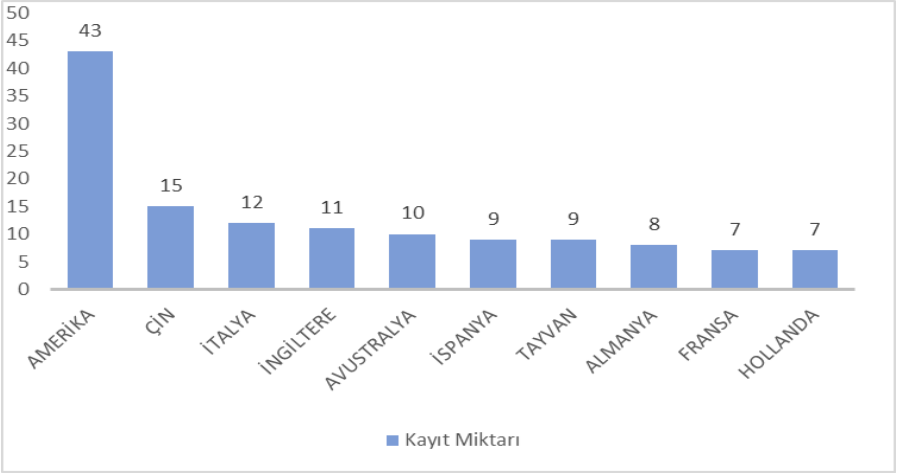
Yayın Dili	Yayın Tipi	Kayıt Miktarı
İngilizce	Makale	150
Çince	Makale	1
İngilizce	Bildiri	9
İngilizce	Derleme Makalesi	13
İspanyolca	Derleme Makalesi	1
Portekizce	Derleme Makalesi	1

Tablo 7'de İngilizce dışında yayınlanan çalışmaların kayıt miktarları ve yılları verilmiştir.

Tablo 7. Yayın Dili, Yayın Tipine ve Yıllara Göre Çalışma Dağılımları

Yayın Dili	Yayın Tipi	Kayıt Miktarı	Yıl
Çince	Makale	1	2024
İspanyolca	Derleme Makalesi	1	2015

Konuyla ilgili çalışmaların yapıldığı bölgelere bakıldığında son 10 yılda %24,4 oranla en çok Amerika'dan çalışma çıkmıştır. Sonrasında %8,5 oranla Çin, %6,8 oranla İtalya, %6,3 oranla İngiltere ve %5,7 oranla Avusturya, son olarak %5,1 oranla İspanya ve Tayvan sıralamayı takip etmektedir.

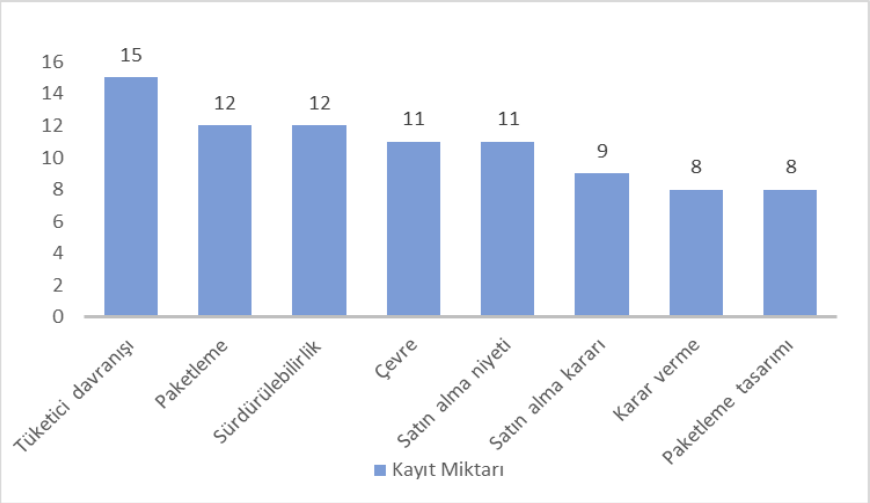


Şekil 5. Bölgelere Göre Çalışma Dağılımları

Tablo 8. Bölgelere Göre Çalışma Dağılımları

Ülke/Bölge	Kayıt Miktarı	%
AMERİKA	43	24,43%
ÇİN	15	8,52%
İTALYA	12	6,82%
İNGİLTERE	11	6,25%
AVUSTRALYA	10	5,68%
İSPANYA	9	5,11%
TAYVAN	9	5,11%
ALMANYA	8	4,55%
FRANSA	7	3,98%
HOLLANDA	7	3,98%

2015- 2024 yılları arası 176 çalışma için toplam anahtar kelime adeti 780'dir ancak tekrar eden anahtar kelimeler ayrıştırıldığında 596 anahtar kelime kullanıldığı söylenebilir. Bu anahtar kelimelere bakıldığında sıklıkla kullanılan kelimeler mevcuttur. Bunların arasında tüketici davranışı, paketleme ve satın alma niyeti kelimelerinin konuyla direkt ilgili olduğu görülmektedir. Sürdürülebilirlik ve çevre kelimelerinin de sıklıkla kullanıldığı dikkat çekmektedir. Sürdürülebilirlik anahtar kelimeli çalışmalar incelendiğinde 2015'te 1 çalışma yapılmışken, 2019 ve 2020 yıllarında bu sayının attığı gözlemlenmektedir. Bu bilgi doğrultusunda sürdürülebilirlik konulu çalışmaların son yıllarda arttığı söylenebilir.



Şekil 6. Anahtar Kelime Dağılımlar

Tablo 7. Anahtar Kelime Dağılımlar

Anahtar Kelimeler	Kayıt Miktarı	%
Tüketici davranışı	15	1,92%
Paketleme	12	1,54%
Sürdürülebilirlik	12	1,54%
Çevre	11	1,41%
Satın alma niyeti	11	1,41%
Satın alma kararı	9	1,15%
Karar verme	8	1,03%
Paketleme tasarımı	8	1,03%

TARTIŞMA VE SONUÇ

Ambalaj, tüketicinin ürüne baktığında ürünle ilgili gördüğü ilk unsurdur. Ürünün taşıma ve depolaması için bir araç olup aynı zamanda tüketici ile ürün arasındaki bir iletişim ve pazarlama unsurudur. Bu alanda yapılan araştırmalara bakıldığında ambalajın tüketici kararları üzerindeki etkisi, son yıllarda giderek artan bir ilgiyle incelenmiş olup tüketicilerin satın alma kararlarını etkileyen faktörler arasında ambalajın önemli bir role sahip olduğu birçok araştırma sonucudur. Bu çalışmada ambalajın tüketici kararına etkisi alanında yazılan ve Web of Science veri tabanında taranan 176 çalışma çeşitli parametreler göre incelenmiş olup yayın dili, yayın tipi, yazar sayısı, sayfa sayısı, bölge, yayın yılı, araştırma alanı ve anahtar kelime kullanımına ilişkin bilgiler verilmiştir. Çalışmalara bakıldığında son 10 yılda en çok 2022 yılında çalışma mevcut olup bu çalışmalar %23 oranla İşletme ve Ekonomi alanlarında oluşturulmuştur. Son 10 yılda Çin, İtalya, İngiltere ve Avusturya gibi ülkelerde çalışmalar mevcut olup en çok Amerika kaynaklı çalışmalara rastlanmıştır. İncelenen 176 çalışma çoğunlukla makale olup bildiri ve derleme makalesi şeklinde de yayınlar mevcuttur. Yayın dillerine göre incelendiğinde çoğunlukla İngilizce dilinde çalışmalara rastlanmıştır. Çince Makale, İspanyolca ve Portekizce derleme makalesi olarak çalışmalar da mevcuttur. Son olarak yapılan çalışmalarda en sık kullanılan anahtar kelimelerin sürdürülebilirlik, çevre ve

paketleme tasarımıyla ilgili olduğu görülmektedir. Yıllara ve anahtar kelimelere göre çalışmalar incelendiğinde Sürdürülebilirlik anahtar kelimeli çalışmalarda son yıllarda artış gözlemlenmiştir. Bu bilgi doğrultusunda sürdürülebilirlik konulu çalışmaların son yıllarda arttığı söylenebilir. Son on yılda, ürün ambalajlarının tüketici kararındaki etkisi giderek artan bir öneme sahip olmuştur. Bu artış, sürdürülebilirlik gibi ambalajı ön plana çıkaran faktörlerin dikkate alınmasından kaynaklanmaktadır. Ambalajlardaki sürdürülebilirlik unsurlarının tüketiciler üzerine olumlu bir etkisi vardır. Ambalaj tasarımlarındaki sürdürülebilirlik öğeleri çevreci bir imaj çizerek marka imajını güçlendirmekte, marka bağlılığı sağlamaktadır. Bu alanda yapılan çalışmalarda sürdürülebilirliğin tüketici satın alma niyetine etkisi mevcut olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

ÖNERİLER

Yapılan bibliyometrik analiz, ambalajın tüketici davranışları üzerindeki etkisi hakkında bilimsel bir temel oluşturabilir ve ilgili akademik araştırmalara yol gösterebilir. Sonraki çalışmalarda ülkelere göre ambalajın tüketici satın alma kararlarına etkisi incelenebilir.

KAYNAKÇA

Acar, Ö. & Demir, M. (1992). *Sosyal Bilimler Sözlüğü*. Ağaç Yayıncılık.

Al-kbat, S. (2022). Elektronik Reklamlarının Tüketici Satın Alma Davranışına Etkisi. *Necmettin Erbakan Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 4(2), 173-185.

Álvarez-González, P., Dopico-Parada, A., & Miguens, Mª J. (2023). What do consumers care about when purchasing experiential packaging?. *British Food Journal.* 126.

Aytekin, M. & Summak, M. (2021). Bilinçli Tüketicilerin Satın Alma Kararları ve Ürün Tanıtım Videoları Üzerine.

Beyaz, R. (2020). Z Kuşağı Tüketicilerin Kişilik Özellikleri ve Bilinçli Tüketim Eğilimleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Gençlik Araştırmaları Dergisi*, 8(22), 51-75.

Buğday, E. B. & Babaoğul, M. (2016). Bilinçli Tüketim Kavramının Boyutları: Bilinçli Tüketim Davranışının Yeniden Tanımlanması. *Sosyoekonomi*, 24(30).

Cengiz H. İ. (2019). *Ürün Ambalajlarının Tüketici Satın Ama Kararlarına Etkisi: Torku Bisküvi ve Çikolata Ürünleri Örneği (*Yüksek Lisans Tezi). Aksaray Üniversitesi.

Durmaz, Y. (2008). *Tüketici Davranışı.* Detay Yayınları.

Durmaz, Y., Oruç, R. B. & Kurtlar, M. (2011). Kişisel Faktörlerin Tüketici Satın Alma Davranışlarına Etkisi Üzerine Bir Araştırma. *Akademik Yaklaşımlar Dergisi*, 2(1), 114-133.

Durmaz, Y., & Bahar(oruç), R. (2011). Tüketicilerin Satın Alma Davranışlar Üzerine Sosyolojik Faktörlerin Etkisinin İncelenmesine Yönelik Ampirik Bir Çalışma. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(37), 60-77.

Lysonski, S., Durvasula, S., & Zotos, Y. (1996). Consumer-decision making styles: a multi-country investigation. *European Journal of Marketing*, 30(12), 10-21.

Gökkaya, H. (2022). *Ambalaj tasarımında yenilik ve ileri dönüşümlü ambalaj tasarımına yönelik tüketici tutumu ile satın alma niyeti ilişkisi* (Yüksek Lisans Tezi). Pamukkale Üniversitesi.

Gu Chao, Huang T., Wei W., Yang C., Jiangjie C., Wei M., Shuyuan L., Hanchu S. & Jie S. (2023). The Effect of Using Augmented Reality Technology in Takeaway Food Packaging to Improve Young Consumers' Negative Evaluations. *Agriculture*, 13, 335-350.

Toy, E. (2019). Ambalaj tasarımında artırılmış gerçeklik kullanımı. 5. *Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Kongresi*, 59-70.

Gülmez, M. (2006). Pazarlama Yönü İtibariyle Bilinçli Tüketim ve Bilinçli Tüketiciye İlişkin Bir Saha Araştırması. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulu Dergisi*, 9(1-2), 153-178.

İslamoğlu, H. ve Altunışık, R. (2017). *Tüketici Davranışları*. Beta Yayınevi.

Sandallıoğlu, A. & Seçer, A. (2019). Tüketicilerin Ambalajlı Meyve Suyu Tüketim Alışkanlıkları ve Satın Alımlarında Ambalajın Etkisi: Adana Meyve Suyu Tüketimi Örneği*, Adyutayam Dergisi*, 7(2), 7-17.

Sarıburun, E. (2019). *Hazır Gıda Ürünlerinde Ambalaj Fonksiyonlarının Tüketicilerin Satın Alma Kararları Üzerindeki Etkilerinin İncelenmesi* (Yüksek Lisans Tezi). Bahçeşehir Üniversitesi.

Solomon, M. R. (2020). *Tüketici Davranışları (11, Baskı).* (N. Parıltı ve E. A. Ergin, Çev.).Nobel Yayınları.

Jacoby, J., Johar, G. V. & Morrin, M. (1998). Consumer behavior: A quadrennium. *Annual review of psychology*, 49(1), 319-344.

Mayış, H. (2021). *Pazarlama iletişimi aracı olarak ambalajın satın alma davranışına etkisi* (Yüksek Lisans Tezi). Necmettin Erbakan Üniversitesi.

Odabaşı, Y. & Gülfidan, B. (2018). *Tüketici Davranışı*. MediaCat.

Özen, F. (2018). Tüketici Satın Alma Karar Sürecinde Ambalajın Yeri ve Önemi. *International Journal of Entrepreneurship and Management Inquiries*, 2(3), 139-151.

Özkaya, B. (2021). Tüketici Yönlü Satış Geliştirme Çalışmalarında Artırılmış Gerçeklik Kullanımı. *Uluslararası Anadolu Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(2), 578-611.

Karakaşoğlu, Z. (2019). *Ambalajın Tüketicinin Satın Alma Kararı Üzerine Etkileri: Paketli Cips Örneği* (Yüksek Lisans Tezi). Maltepe Üniversitesi.

Karagöl, R., & Gökdemir, M. Ş. (2023). Ürün Pazarlamada Ambalajların Yeri ve Tüketici Tercihinde Etkisi. *İletişim Çalışmaları Dergisi*, 9(2), 211-229.

Kotler, P. ve Armstrong, G. (2012). *Principles Of Marketing (14.Ed.).* Copyright by Pearson Education.

Lamb, C. W., Hair, J. F. & Macdeniel, C. (2004). *Marketing*. Thompson South Western Canada, 7th Edition.

Lysonski, S., Durvasula, S., & Zotos, Y. (1996). Consumer-decision making styles: a multi-country investigation. *European Journal of Marketing*, 30(12), 10-21.

Martinez, L. M., Rando, B., Agante, L. & Abreu, A. M. (2021). True colors: Consumers' packaging choices depend on the color of retail environment. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 59, 102372.

Orçan, M. (2014). *Osmanlı'dan Günümüze Modern Türk Tüketim Kültürü*. Harf Eğitim Yayıncılık.

Ransome, P. (2005), *Work, Consumption and Culture: Affluence and Social Change in the Twenty-First Century, London*. Sage Publication.

Rundh, B. (2009). Packaging Design: Creating Competitive Advantage with Product Packaging. *British Food Journal*, 111(9), 988-1002.

Salem, M. Z. (2018). Effects of perfume packaging on Basque female consumers purchase decision in Spain. *Management Decision*, 56(8), 1748-1768.

Sandallıoğlu, A., & Seçer, A. (2019). Tüketicilerin Ambalajlı Meyve Suyu Tüketim Alışkanlıkları ve Satın Alımlarında Ambalajın Etkisi: Adana İli Meyve Suyu Tüketimi Örneği. *ADYUTAYAM Dergisi*, 7(2), 7-17.

Tek, Ö.B. (1999). *Pazarlama İlkeleri, Global Yönetimsel Yaklaşım Türkiye Uygulamaları*. 8. Baskı.

Türker, O. (2023). Ambalaj Tasarımında Artırılmış Gerçeklik ve Bir Uygulama Örneği. *İdil Sanat ve Dil Dergisi,* 12(110), 1661-1671.

HAVA YOLU İŞLETMELERİNİN SÜREÇLERİNDE YOLCU ODAKLI PERSPEKTİF VE YOLCU DENEYİMİNİ GELİŞTİRMEYE DÖNÜK GÜNCEL UYGULAMALAR

Sadiye Oya IŞIKCI
Öğr. Gör., İstanbul Kültür Üniversitesi Meslek Yüksek Okulu, İstanbul, Türkiye, s.isikci@iku.edu.tr

ÖZET

Sivil hava yolcu taşımacılığı sektöründe faaliyet gösteren hava yolu işletmeleri, dinamik ve rekabetçi bir ortamda karşılaştıkları zorluklar ve fırsatlar arasında başarılı ve emniyetli operasyonlar sağlama çabasındadırlar. Bu bağlamda, emniyet düzenlemeleri, çevresel etkiler, maliyet tasarrufları, makroekonomik koşullar, yolcu talebini etkileyen faktörler ve teknolojik gelişmeler gibi çeşitli unsurlar etkendir. Ancak, bu zorlukların ötesinde, değişen yolcu ihtiyaçlarını anlamak, beklentilere uygun hizmet sunmak, rezervasyon ve check-in işlemlerinden uçak içi konfora kadar yolcu deneyimini geliştirmek ve mükemmel bir seyahat deneyimi sunmak, günümüz dinamik ve rekabetçi ortamında başarının anahtarı olarak öne çıkmaktadır. Yolcuların beklentilerini, taleplerini dikkate alan ve yolcuyu önceleyen "yolcu odaklılık" stratejisi çerçevesinde yer verilen ve pek çok alanda yolcu deneyimini iyileştirmeyi amaçlayan yaklaşımın, hava yolu işletmelerinin başarısında önemli bir rol oynayan konuların başında geldiği kabul edilmektedir. Bu yaklaşım, yolcuların deneyimini ve değer algısını temel ilgi odağı yaparak memnuniyetini artırmayı hedeflemekte, yolcuların ihtiyaçlarını ve isteklerini anlama ve tatmin etme odaklı bir işletme yaklaşımını vurgulamaktadır. Kişisel özellikler, kültür, seyahat amacı, ücret, uçuş süresi, gecikmeler, hizmet kalitesi ve marka imajı gibi yolcu deneyimini etkileyen karmaşık faktörler, sektörde yolcu odaklı bir anlayışın öneminin yanı sıra zorluğunu da vurgulamaktadır. Fakat, mevcut literatürde yolcu deneyimleri ve hava yollarındaki yolcu odaklı stratejilere dair araştırmaların sınırlılık arz ettiğini gözlemlemek mümkündür. Bu çalışma, sivil hava yolu taşımacılığı sektöründe yolcu odaklılık ve deneyim konularına odaklanmıştır. Gerçekleştirilen literatür taraması yoluyla hava yolu işletmelerinin yolcu odaklı perspektifini ele almış ve bu kapsamda yer verilen güncel uygulamaları irdelemiştir. Yapılan incelemede Türkiye de dahil olmak üzere, dünyanın farklı yerlerinde muhtelif hava yolu işletmelerinin yolcu odaklı bir yaklaşımı benimsemek suretiyle yolcuların deneyimini geliştirmeye dönük çabaları olduğu görülmüştür. Yolcu deneyimi ve memnuniyetinin karmaşıklığını ve çeşitliliğini vurgulayan çalışmada, yolcu deneyimini geliştirmeye dönük hava yolu işletmelerinin yer verdiği güncel uygulamalar çerçevesinde birtakım çıkarımlar ve değerlendirmelerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Hava yolu, sivil havacılık, müşteri deneyimi, yolcu odaklılık, yolcu deneyimi

PASSENGER-CENTRIC PERSPECTIVE AND CURRENT PRACTICES IN ENHANCING PASSENGER EXPERIENCE IN AIRLINE OPERATIONS

ABSTRACT

Airline operators in the civil aviation passenger transportation sector strive to ensure successful and safe operations in a dynamic and competitive environment. In this context, various factors such as safety regulations, environmental impacts, cost savings, macroeconomic conditions, factors affecting passenger demand, and technological developments influence their efforts. However, beyond these challenges, understanding changing passenger needs, providing services that meet expectations, improving the passenger experience from reservations and check-in processes to in-flight comfort, and delivering an excellent travel experience emerge as key factors for success in today's dynamic and competitive environment.

The approach of prioritizing passengers and enhancing the passenger experience in many areas, within the framework of a "customer-centric" strategy that considers passenger expectations and demands, is widely acknowledged as playing a crucial role in the success of airline operators. This approach aims to increase satisfaction by focusing on passengers' experiences and value perceptions, emphasizing a business approach centered on understanding and satisfying passengers' needs and demands. The complexity of factors influencing the passenger experience, such as personal preferences, culture, travel purpose, fares, flight duration, delays, service quality, and brand image, highlights the importance of a customer-centric understanding in the industry, along with its associated challenges. However, it is observed that existing literature on passenger experiences and customer-centric strategies in airlines has limitations.

This study focuses on customer-centricity and the passenger experience in the civil aviation passenger transportation sector. Through a literature review, it explores the customer-centric perspective of airline operators and examines current practices in this regard. The review reveals that various airline operators worldwide, including those in Turkey, are making efforts to improve the passenger experience by adopting a customer-centric approach. The study emphasizes the complexity and diversity of passenger experience and satisfaction, providing insights and evaluations based on the current practices implemented by airline operators to enhance the passenger experience.

Keywords: Airline, civil aviation, customer experience, passenger-centricity, passenger experience

GİRİŞ

Sivil havacılık çağımızın önemli bir sektörü haline gelmiştir. Hava yolculuğu olmadan kitlesel uluslararası turizmin mevcudiyeti ve küresel tedarik zincirleri de işlemesinden söz etmek olanaklı değildir. Bugün yüksek teknoloji satışlarının yaklaşık %40'ı hava taşımacılığına bağlıdır, taze gıda veya çiçek gibi çabuk bozulan mallar için alternatif bir taşıma yöntemi bulunmamaktadır. Bireysel ve grup olarak gerçekleştirilen yolculuklar için hava yolu gibi hızlı bir alternatif henüz gelişkin değildir. Bu bağlamda sivil havacılık sektörü, küresel ticareti ve insan hareketliliğini destekleyen, milyonlarca istihdam sağlayan, ekonomik kalkınmaya katkı sunan ülkelerin gurur duyduğu önemli ve gelişkin bir sektördür (ILO, 2013: 2).

Sivil hava yolcu taşımacılığı sektöründeki işletmeler, hızla gelişen ve daha rekabetçi hale gelen bir ortamda dayanıklılık, büyüme, sürdürülebilir ve başarılı operasyonlar sağlamak ve rekabet avantajı elde etmek noktasında bir dizi zorluk ve fırsatı ele almak durumundadır. Bunlar arasında emniyetin sağlanması ve geliştirilmesi için yapılan yasal düzenlemelerin uygulanması, sera gazı emisyonları ve gürültü kirliliği gibi çevresel etkiler, maliyet tasarrufları için operasyonların kolaylaştırılması, makroekonomik koşullar, sektör içi ve ulaşım arası faktörlerle birlikte yolcu

talebini etkileyen unsurlar ve teknolojik gelişmeler bulunmaktadır (Agarwal, 2009; Stecenko ve Parkhimovich, 2020; İnan ve Gökmen, 2021; Khutchua, 2021; Kaliyeva vd., 2022; Yılmaz ve Köse, 2023). Ancak, bu zorlukların ötesinde, değişen yolcu ihtiyaçlarını anlamak, beklentilere uygun hizmet sunmak, rezervasyon ve check-in işlemlerinden uçak içi konfora kadar yolcu deneyimini geliştirmek ve mükemmel bir seyahat deneyimi sunmak, günümüz dinamik ve rekabetçi ortamında başarının anahtarı olarak öne çıkmaktadır.

Bir yolcunun bir hizmeti nasıl deneyimlediği, o yolcunun hizmet sağlayıcı hakkında ne hissedeceğini ve gelecekte nasıl davranacağını açıkça etkilemektedir. Bu nedenle müşteri deneyimi kavramı (sivil havacılık açısından yolcu deneyimi), pek çok hava yolu işletmesinin stratejilerinde ön sıralarda yer almaktadır. Pine ve Gilmore (1998), standartlaştırılmış ürün tekliflerinin bir dereceye kadar metalaşmaya yol açtığı endüstrilerde (rakip şirketler tarafından sunulan ürünlerin çok benzer olduğu, örneğin havayolu endüstrisi), şirketlerin müşteri olumlu deneyimine yol açan "deneyimler" sağlaması gerektiğini öne sürmektedir. Deneyimsel farklılaşma, bu tür piyasalarında faaliyet gösteren şirketlerin kendilerine ait bir marka alanı elde edebilecekleri alanlardan biridir. Sivil hava yolcu taşımacılığı açısından yolcu deneyimi, bir hava yolu işletmesinin ürün ve/veya hizmetiyle ilk doğrudan bilinçli temas noktasından uçuşun gerçekleşmesi sonrası aşamaya kadar olan toplam yolculuk boyunca gerçekleşen etkileşimler yoluyla oluşan fiziksel ve duygusal deneyimlerden oluşmaktadır. Basitçe bir ürün veya hizmet sunmanın ötesindedir (Mascarenhas vd., 2006); şirket çalışanları, şirketin çeşitli süreçlerindeki ürün ve hizmetleri ile yolcular arasındaki "temas noktaları" olarak da adlandırılan bir dizi etkileşimden oluşmaktadır (Meyer ve Schwager, 2007). Bu, tek seferlik bir işlemsel deneyimden veya basit doğrusal bir yolculuktan daha fazlasıdır (Shaw ve Ivens, 2002). Yolcu odaklı bir anlayışla yolcu deneyiminin artırılması çabalarının temel amacı, rakiplerinden farklılaşan ve yolcuların ödemeye hazır olduğu marka bazlı bir yolcu deneyimi yaratarak marka başarısını artırmaktır. Çünkü başarılı bir yolcu deneyimi, uygulanmasında tam memnuniyet sağlayarak gelir, karlılık ve büyüme sağlayabilmektedir (Frow ve Payne, 2007). Dolayısıyla her temas noktasında mükemmel yolcu deneyimine ulaşmak ticari hava yollarının temel amaçlarından birini oluşturmaktadır. Yolcu deneyimi fonksiyonunun tanıtılması, hava yollarının gelecekteki karlılığı ve büyümesi için başarının temel taşı olarak görülmektedir (Baumgartner, 2011; Shave, 2011). Ancak diğer yandan, mükemmel yolcu deneyimi sunmak için hava yollarının öncelikle yolcu deneyiminin tüm aşamalarında yolcu memnuniyeti seviyelerini tam olarak anlamaları gerekmektedir. Yolcu deneyiminin çeşitli karmaşık unsurlarını yönetmek, hava yolları için belirgin bir zorluktur; personelin çoğu (örneğin havaalanları, güvenlik, gümrük ve göçmenlik bürosu) havayolunun doğrudan kontrolü dışında olduğundan ve yolcunun seyahatini karmaşık hale getirdiğinden daha da zorlayıcı hale gelmektedir (Nigam, 2008; Verhoef vd., 2009; Laming ve Mason, 2014: 15-16).

Yolcuların kişisel uçuş deneyimleri kişisel karakteristik özelliklerini, kültürünü, seyahatin amacını, ücretini kimin ödediğini, uçuş süresini, gecikmeleri, seçilen havayolunu ve marka imajını, yolcunun yalnız seyahat edip etmediğini, uçağın fiziksel koşullarını, hizmeti sunan ekip üyelerinin tutum ve davranışlarını ve havalimanı hizmetleri, yer hizmetleri de dahil olmak üzere uçağa binmeye ve inip yolculuğu tamamlamaya kadar olan tüm deneyimleri içermektedir. Bu tür faktörler ve deneyimler, yolcuların hava yolu hizmetlerine ilişkin deneyimsel bir boyutta genel değerlendirmesini etkileyebilmektedir ve bu konuyu kapsamlı ve karmaşık bir hale getirmektedir (Oborne, 1978; Bor, 2007; Vink ve Brauer, 2011; Patel ve D'Cruz, 2017: 6). Çünkü sivil hava yolcu taşımacılığının

doğası gereği süreçler içerisinde çok fazla aktör, karmaşık süreçler ve pek çok değişken faktör bulunmaktadır. Bunlar değişen önemlerde bir yolcunun deneyimine etki edebilmektedir. Bu durum, yolcu odaklı anlayış çerçevesinde öncelenen yolcu deneyimi kavramı konusunda içgörüler sağlamanın önemini artırmaktadır.

Bu çalışma, sivil hava yolu yolcu taşımacılığı sektöründe yolcu odaklılık ve yolcu deneyimi kavramları üzerinde odaklanmıştır. Bu çerçevede yolcu deneyimi ve memnuniyetinin karmaşıklığını ve çeşitliliğini vurgulayan çalışma, literatür taraması yoluyla hava yolu işletmelerinin süreçlerinde yolcu odaklı perspektifi çeşitli yönlerden ele almış ve yolcu deneyimini geliştirmeye dönük hava yolu işletmelerinin yer verdiği güncel uygulamaları incelemiştir.

SİVİL HAVACILIK VE HAVA YOLU TAŞIMACILIĞI (HAVA YOLLARI)

İnsanların uçma hayallerinin peşinden koşmasıyla havacılık endüstrisi yüzyıllar boyunca muazzam bir gelişme göstermiştir. İlk insanlar kuşların uçuş yöntemlerini taklit ederek çeşitli deneyler yapmışlardır (Johnson, 2003). Ancak havacılık sektörünün asıl gelişimi 19. yüzyılın sonlarına doğru Wright kardeşlerin ilk uçuşuyla başlamıştır. Wright kardeşlerin başarısı havacılık sektöründe bir atılım yapılmasına yol açmıştır. 20. yüzyılın başlarında dünya çapında birçok ülke uçak üretimi ve geliştirilmesi konusunda çalışmalara başlamıştır. Birinci Dünya Savaşı havacılık sektöründe bir dönüm noktası olmuş; bu dönemde uçaklar savaşlarda önemli rol oynamış ve hızla gelişmiştir (Maw, 1994). Savaş sonrası dönemde sivil havacılığın artmasıyla birlikte havacılık sektörü de hızla büyümeye başlamıştır. Yeni havalimanları, hava trafik kontrol sistemleri ve sivil uçaklar geliştirilmiştir. İlk yolcu uçuşları yapılmış ve hava taşımacılığı tüm dünyaya yayılmaya başlamıştır. Teknolojik gelişmeler ve hava taşımacılığının öneminin artmasıyla havacılık sektörü ivme kazanmıştır. Bugün küresel ekonominin önemli bir parçası olan havacılık sektörü, insanların dünyayı dolaşmasına, mal ve hizmet taşımasına olanak sağlayarak küresel ticareti kolaylaştırmaktadır. Dünya çapında milyonlarca insana iş sağlamakta ve ülkelerin ekonomik kalkınmasına katkıda bulunmaktadır (Smith, 2006). Birçok sektörü ve iş kolunu dolaylı olarak destekleyen havacılık sektörü (IATA, 2020), birçok ülke arasındaki etkileşimi hızlandırarak uluslararası ekonomik ilişkileri kolaylaştırmaktadır (Rajasekar ve Fouts, 2009: 94; Ekşili vd., 2023: 153).

Sivil hava yolu taşımacılığı, kişilerin ve nesnelerin belirli ihtiyaçları karşılamak amacıyla hava araçları aracılığıyla yer değiştirmesini, taşınmasını sağlayan bir hizmetler bütünü olarak tanımlanabilmektedir. Ticari uçuşların yanı sıra bireysel amaçlar doğrultusunda gerçekleştirilen uçuşlar da bu tanımın içinde yer almaktadır. Temelde, insanlar, yükler veya postaların bir hava aracıyla belirli bir noktadan başka bir noktaya taşınması faaliyeti olarak özetlenebilmektedir (Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü, 2015: 3; Var ve Gürdal, 2021: 70). Hava yolu taşımacılığında, kar elde etmek amacıyla, yirmi veya daha fazla koltuk kapasitesine sahip tescilli uçaklarla yapılan yolcu taşımacılığı ve sadece yük taşımacılığı yapan ticari hava taşıma işletmelerine ise “hava yolu işletmeleri” adı verilmektedir (Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü, 2023). Hava yolu taşımacılığı faaliyetini yürüten işletmeler, devasa filolarla binlerce sefer gerçekleştiren büyük hava yolu şirketlerinden, belirli dönemlerde küçük sayıda uçakla operasyon yapan işletmelere kadar geniş bir yelpazede faaliyet gösterebilmektedir (Sarılgan, 2011: 70).

Sivil hava yolcu taşımacılığı sektöründe faaliyet gösteren işletmeler arasında, liberalleşme sürecinin de etkisiyle ortaya çıkan çeşitli iş modelleri bulunmaktadır. Bu iş modelleri, müşteri talepleri, rekabet koşulları ve maliyet yapıları gibi faktörler ışığında havayolu şirketlerinin stratejik tercihleri, hedefleri ve pazara verdikleri tepkiler

doğrultusunda şekillenmektedir. Bu iş modellerini şu şekilde açıklamak mümkündür (Nenem, 2018: 46-48):

- **Tam Hizmet Taşıyıcıları (FSC - Full-Service Carriers):** Bu iş modeli, genellikle geleneksel havayolu şirketlerini ifade etmektedir. Yüksek hizmet standartlarına ve geniş hizmet yelpazelerine odaklanmaktadır. Hub ve bağlantılı ağlar kullanarak geniş bir destinasyon ağına sahiptir. Daha geniş koltuk aralıkları, ücretsiz yemek ve diğer hizmetler gibi ekstra özellikleri içermektedir.

- **Düşük Maliyetli Taşıyıcılar (LCC - Low-Cost Carriers):** Bu model, maliyetleri minimize ederek uygun fiyatlarla seyahat sunmayı hedefleyen bir iş stratejisinin parçasıdır. Basitleştirilmiş hizmetler, direkt uçuşlar, ikincil havalimanlarının kullanımı ve düşük operasyonel maliyetlere odaklanmaktadır. Bu stratejideki şirketler sıklıkla ek hizmetler için ek ücretler (örneğin bagaj ücreti) talep etmektedir. Bu hava yolu şirketleri fiyata duyarlı kişiler için daha uygun fiyattan bilet sağlamak suretiyle daha fazla yolcu çekmek ve piyasada rekabet avantajı sağlamak için düşük maliyet stratejilerini benimsemektedir.

- **Charter Taşıyıcıları** Bu iş modeli, belirli bir yolcu veya grubun talepleri doğrultusunda çalışan taşıyıcıları ifade etmektedir. FSC'ler ve LCC'lerin her ikisi de tarifeli hizmetler yürütürken, charter taşıyıcıları, belirli bir müşteriyle yapılan bir işe alım düzenlemesi yoluyla, belirli bir süreliğine yapılan anlaşmalarla planlanmış hizmetler tarafından karşılanmayan geçici talepleri karşılamaktadır (Doganis, 2001). Burada esneklik ve özel taleplere hızlı yanıt verme yeteneği ön plandadır.

Günümüz gelişmeleri ışığında sivil hava yolcu taşımacılığı sektöründe faaliyet gösteren işletmeler emniyetin sağlanması ve gelişimi sürecinde oluşan yasal düzenlemelerin uygulanması, sera gazı emisyonları ve gürültü kirliliği gibi hava taşımacılığının çevresel etkileri, yer hizmetlerinden uçak içi hizmetlere kadar tüm operasyonların kolaylaştırılması suretiyle maliyet tasarrufları, makroekonomik koşullar ile sektör içi ve ulaşım arası faktörler gibi yolcu talebini etkileyen faktörler, teknolojik gelişmeler gibi pek çok farklı zorluklar ve fırsatlar ile karşı karşıyadır (Agarwal, 2009; Stecenko ve Parkhimovich, 2020; İnan ve Gökmen, 2021; Khutchua, 2021; Kaliyeva vd., 2022; Yılmaz ve Köse, 2023). Ancak tüm bunların yanı sıra, değişen ve gelişen yolcu ihtiyaçlarını, beklentilerini ve tercihlerini anlamak ve karşılamak, rezervasyon ve check-in işlemlerinden uçak içi konfor ve hizmetten ve kişiselleştirilmiş iletişime kadar yolcunun deneyimini geliştirmek ve kusursuz bir seyahat deneyimi sunmak, günümüzün dinamik ve rekabetçi ortamında başarılı olabilmek adına en önemli hususlardan biri olarak ele alınabilecektir.

HAVA YOLU İŞLETMELERİNDE YOLCU ODAKLI YAKLAŞIM VE YOLCU DENEYİMİ ODAKLI SÜREÇLER

"Yolcu odaklılık" terimi, esasında kökenini "müşteri odaklılık" kavramından almaktadır, çünkü hava yolu taşımacılığındaki müşteri, yolcuları temsil etmektedir ve bu sektörde "yolcu" terimi kullanılmaktadır. Müşteri odaklılık kavramı "müşterinin deneyimini ve değer algısını temel ilgi odağı haline getiren ve onu tüm organizasyonel faaliyetlerin başlangıç noktası olarak kabul eden bir iş yaklaşımı" olarak tanımlanabilmektedir. Hedef, müşterinin değer algısı ile sunulan ürün/hizmetler arasında optimal, ayırt edici ve tatmin edici bir uyum sağlamaktır. Bu şekilde, işletme müşterileri için üstün değer oluşturabilecek ve memnuniyet, sadakat gibi olumlu sonuçları elde edebilecektir (Hemel ve Rademakers, 2016: 3). Müşteri merkezli yaklaşım, kitle pazarları veya pazar

segmentlerinden ziyade bireysel tüketicilerin ve müşterilerin ihtiyaçlarını, isteklerini ve kaynaklarını anlamayı ve tatmin etmeyi vurgulamaktadır. Müşteri merkezli işletmeler ise ürünü, hizmeti ve/veya pazarlama karmasının diğer unsurlarını müşteri odaklı olarak özelleştiren veya hizmeti standartlaştıran bir yaklaşımı benimsemektedir (Sheth vd., 2000: 57). Müşteri merkezli olmak, işletmenin kendisini müşterinin yerine koyarak iş süreçlerine onun perspektifinden bakma anlamına gelmektedir. Müşteri odaklı yaklaşımın temel amacı, müşteri düzeyinde hem verimliliği hem de etkinliği en üst düzeye çıkararak memnuniyeti artırmaktır ve planlama sürecine müşteri ihtiyaçlarına, isteklerine ve kaynaklarına odaklanarak başlamaktadır (Nadube, 2017: 3).

Müşteri odaklı yaklaşım, sadece işletmenin kazanç sağlamayı amaçlayan bir perspektiften öte, bir "kazan-kazan" anlayışını içermektedir; müşteri ile işletme arasında karşılıklı bir dostluk, yakın ilişki, duygusal bağ kurma anlayışını vurgulamaktadır. İşletmelerin müşterileri ortak olarak görmesini ve uzun vadeli stratejileri ile değerleri arasında karşılıklı dayanışmayı teşvik etmeyi içermektedir. Çalışanların ve süreçlerin müşteri memnuniyetini esas alacak şekilde planlanmasını, müşteri ihtiyaçlarını anlama ve tanıma amacıyla süreçlerin müşteri odaklı olarak yapılandırılmasını amaçlamaktadır (Ertuğrul, 2018: 19).

Bu bağlamda, hava yolu sektörü açısından bakıldığında yolcu odaklılık olarak ele alınabilecek olan bu kavram temelde yolcu memnuniyetine odaklanarak hizmet verme anlayışını benimsemeyi ifade etmektedir. Temel olarak yolcuların ihtiyaçlarını, isteklerini, taleplerini ve beklentilerini önceliklendirerek, süreçleri ve özellikle uçuş sırasındaki hizmet sunumunu yolcu odaklı olacak ve memnuniyeti en üst düzeyde tutacak şekilde düzenleyen ve çalışanlarına yolcularla iletişim ve etkileşim konusunda uygun tutum ve davranışlar içinde olmalarını sağlayan süreçleri içermektedir. Bu yaklaşıma göre hava yolu şirketleri, yolcuların ihtiyaçlarını, isteklerini, taleplerini ve beklentilerini anlamaya çalışarak hizmet kalitesini artırmaya odaklanmakta ve buna göre hizmetlerini düzenlemektedir. Bu bakımdan yolcuların uçuş sırasında daha iyi bir deneyim yaşamalarını sağlamak için, hava yolu işletmesinin sunduğu hizmetleri yolcuların beklentilerini karşılayacak ve memnuniyetlerini elde edecek şekilde düzenlenmesi gerekmektedir (Doganis, 2006; Popovic vd., 2009; Brochado vd., 2019).

Yolcunun memnuniyeti, belirli bir hizmet karşılaşması temelinde elde edilen deneyim olarak ele alındığında sadakate, tekrar satın almaya, olumlu ağızdan ağıza pazarlamaya ve sonuçta daha yüksek karlılığa katkıda bulunma potansiyeli taşımaktadır. Yolcu, yolculuk deneyimine ilişkin beklentilerini belirlemektedir ve bu beklentiler satın almadan önce standart hale gelmektedir. Ürün veya hizmet kullanıldıktan sonra sonuçlar veya algılar satın alma öncesi beklentilerle karşılaştırılmaktadır. Buna göre de beklentilerin karşılanması halinde memnuniyet, karşılanmaması halinde memnuniyetsizlik oluşmaktadır. Beklentileri aşması halinde ise, bu noktada önemli bir tatmin yaratabilecek mükemmel bir deneyimden söz edebilmek mümkün hale gelmektedir (Ban ve Kim, 2019: 2). İşletmelerin başarmaya çalıştığı temel nokta da budur.

Sivil hava yolcu taşımacılığında yolcu deneyiminin iyileştirilmesi, seyahat yolculuğunun çeşitli yönlerini ele alan kapsamlı, yolcu odaklı bir strateji gerektirmektedir. Kişiselleştirilmiş hizmetler ve öneriler sunmak için yolcu verilerinden yararlanmak, yemek ve eğlence gibi uçuş içi hizmetleri yolcu tercihlerine göre uyarlamak, check-in, mobil biniş kartları ve self servis kiosklar dahil olmak üzere kolaylaştırılmış ve verimli check-in süreçlerini uygulamak, genel uçuş deneyimini geliştirmek için konforlu oturma ve kabin tasarımına yatırım yapmak, personeli,

müşteri odaklı ve yolcu ihtiyaçlarına duyarlı olacak şekilde eğitmek ve geliştirmek, hizmetleri sürekli iyileştirmek için müşteri geri bildirim mekanizmalarını uygulamak özel ihtiyaçları olan yolculara yardımcı olacak ve uygun hizmetleri sağlamak, sadakat programları ve teşvikler sunmak gibi stratejiler belirleyici olabilecektir (Mudenda ve Guga, 2017; Punel vd., 2019; Zhong ve Han, 2019; Novianty vd., 2021; Tsai vd., 2021).

Ticari havacılık, yolcu odaklı olarak tanımlanabilecek ve yolcu deneyimini iyileştirebilecek inovasyonlar açısından oldukça zengin bir alandır. Yolcu bagajını takip etmek için RFID (radyo frekansı tanımlama) etiketlerinin kullanılması yolcu odaklı olarak yer verilen yenilikçi uygulamalara bir örnektir. RFID etiketleri hizmet sağlayıcılar için uzun vadede maliyetleri azaltan bir seçim olmanın (Wyld vd., 2005) yanı sıra yolcu deneyimlerine de ek bir değer katabilmektedir. Örneğin kayıp veya yanlış yerleştirilmiş bagajlarla ilgili belirsizlik ve stres düzeylerini azaltmak için kullanılabilmektedir. Yolculara bagajın bulunduğu yere gerçek zamanlı olarak bilgi iletmek için RFID altyapısının kullanılması söz konusu olabilmektedir. RFID etiketleri, yolcuların hızlı ve etkili bir şekilde havalimanındaki check-in ve uçağa binme işlemlerini yönetmelerine olanak tanıyabilecek ve bu sayede sıra bekleme sürelerini azaltabilecek, dolayısıyla yolcuların havaalanındaki deneyimi iyileştirilebilecek bir araç olarak kullanılabilmektedir. Varsayımsal olarak, bu tür ilave şeffaflık ve kontrol düzeyi, hizmet sağlayıcılar ile yolcular arasında daha yüksek düzeyde güveni teşvik etmek ve ayrıca hizmetin farklılaşmasına katkıda bulunmak için kullanılabilmektedir (Camacho vd., 2016: 464). Amerikan havayolu şirketi Delta Air Lines bu uygulamayı hayata geçiren hava yolu işletmelerine bir örnektir. Bu şirket çok çeşitli cihazları destekleyen bir aplikasyon (uygulama) ile hizmetlerini bütünleştirmek için yolcu deneyimini artırmaya dönük uygulamasını başlatmıştır. Çoğu havayolu, yolcuların uçuş gecikmeleriyle ilgili e-posta veya metin uyarıları için kaydolmasına izin verse de bu bildirimler (taşıyıcının bunları ne sıklıkta göndermeye karar verdiğine bağlı olarak) gözden kaçırılabilmektedir. Yine Amerika Birleşik Devletleri merkezli düşük maliyetli havayolu şirketi JetBlue Airways'in uygulaması telefonun ana ekranına uçuş uyarıları göndererek yolcuları güncelleme arama zahmetinden kurtarmaktadır; diğer havayolları da benzer anlık bildirimler üzerinde uygulamalar geliştirmektedir (Stellin, 2014). Korean Air, Kore'ye varışlı uluslararası biniş kartı sunan yolculara ulaşım ve alışverişte indirimler de dahil olmak üzere bir dizi avantaj sunmaktadır. Hollandalı hizmet sağlayıcı Hollanda Kraliyet Havayolları'nın (KLM) Meet and Seat programı, Satisfly platformunun airBaltic tarafından benimsenmesi (Tolpa 2012: 37) ve Malezya Havayolları tarafından geliştirilen MHBuddy platformu gibi girişimler, havayollarının, sosyal medya kullanarak bir seyahat planlamaya olanak sağlamak veya aynı yerde bulunan yolcular arasındaki sosyal bağlantıyı teşvik etmek yoluyla sosyal platformların potansiyelini artırmak suretiyle yolcu deneyimini geliştirmeye yönelik yoğun bir çaba gösterdiğini ortaya koymaktadır. Mevcut fırsatlardan yararlanmak ve yolcu ulaştırma hizmetlerinde farklılaşmayı teşvik etmek için yeni araçlar keşfederek hizmetin mevcut sınırlarını zorlamak için sürekli bir çaba olduğu aşikardır. Hizmet sağlayıcılar, yolcu odaklı hizmetin daha yüksek düzeylerde özelleştirilmesini ve kişiselleştirilmesini teşvik etmeye dönül ve yolcularla daha güçlü duygusal bağlar yaratarak yolcuları sadakatlerinden dolayı ödüllendirmeye dönük uygulamaları hayata geçirmek için daha fazla çalışmaktadır (Tolpa, 2012: 16; Camacho vd., 2016: 464).

Diğer taraftan hava yolu işletmeleri, çeşitli sosyal sınıflara ve demografik özelliklere sahip yolcu gruplarının farklı beklentilerini karşılayabilme ve bu hizmetleri sunabilme yeteneğine sahip olmalıdır. Bir uçuş ortamındaki fiziksel özellikler, işin doğası gereği dokunulamayan soyut ürünleri ve hizmetleri somut/hissedilebilir/görünür hale

getirerek önemli bir rol oynamaktadır. Bu nedenle, havayolu işletmeleri için, uçak içi atmosferden koltuk düzenlemelerine kadar çeşitli düzenlemelerin seyahati ve dolayısıyla sunulan hizmeti hatırlatacak şekilde düzenlenmesi, fiziksel ortam aracılığıyla rekabet avantajı sağlamak açısından kritik bir unsurdur (Ekici, 2012: 69).

Yolcuları memnun etme ve elde tutmanın öneminin farkına varan büyük hava yolları giderek daha fazla yolcu ergonomisine ve konforuna odaklanmaktadır. Çünkü genel olarak konfor, bir uçuş deneyiminin en önemli bileşenleri arasında ele alınmaktadır. Ancak diğer yandan, yolcu odaklı yaklaşımın benimsenmesi önünde havacılığın doğasından gelen bazı engellerden de söz edebilmek mümkündür. Hava yolculuğu konforlu bir deneyim olabilmektedir; ancak konfor, yolcular, havaalanı operatörleri, hava yolları ve uçak üreticileri gibi ilgili çeşitli paydaşlara genellikle bir maliyet getirmektedir. Ticari uçaklarda konforu artırmak için oturma ve aydınlatma gibi fiziksel parametrelerin değiştirilmesi, fiziksel ve güvenlik kısıtlamaları, maliyet, düzenlemeler ve yolcu kapasitesinin azalması nedeniyle zordur. Buradaki zorluk, fiziksel kabin ortamında minimum değişiklik yaparak uçuş deneyimini geliştirmenin yollarını bulmaktır. Ayrıca uçuş deneyiminin farklı yönleri, uçul öncesi ortam ve uçuş sırasında ortamdan kaynaklanan faktörler her yolcuda farklı düzeyde konfor veya rahatsızlığa katkıda bulunabilecektir (Vink vd., 2012). Uçuş öncesi ortam, bir uçaktaki konfor veya rahatsızlık deneyimini etkileyebilecek genel havaalanı deneyimini (örneğin check-in ve güvenlik) ifade etmektedir (Richards ve Jacobson, 1974; Konieczny, 2001; Vink ve Brauer, 2011). Uçuş içi ortam, uçağın fiziksel alanını ve hizmetle ilgili soyut alanları içermektedir (Brundrett, 2001; Konieczny, 2001; Hinninghofen ve Enck, 2006; Budd, 2011; Vink ve Brauer, 2011; Vink vd., 2012). Bunlar hareket, gürültü, titreşim, ışık, sıcaklık, hava kalitesi, basınç gibi duyusal faktörler (Hinninghofen ve Enck, 2006; Pennig vd., 2012); tesisler, temizlik, duyurular/bilgiler, kişisel ekipmanlar (Vink ve Brauer, 2011); diğer yolcularla ve kabin ekibiyle etkileşim (Budd, 2011; Quehl, 2001; Vink vd., 2012) gibi duygular üzerinde etkili olabilecek faktörler arasında ele alınabilmektedir. Bu duygular, hizmet, koltuk rahatlığı, diz mesafesi, diğer yolcular ile mesafe gibi beklenen veya beklenmeyen fiziksel bağlam özellikleriyle ilişkili olabilecektir (Ahmadpour vd., 2014: 391). Buna ek olarak iç tasarım; uçağın çalışma özellikleri (örneğin gürültü ve titreşimler) gibi fizyolojik ve teknik faktörlerin yanı sıra, bir uçak içindeki konfor deneyimini etkileyen psikolojik unsurları (örneğin sanitasyon ve yemek hizmetleri) ve atmosfer (örneğin ısıtma, havalandırma ve aydınlatma) da ele almak önemlidir. Tüm bunların yanında, hava yolu tarafından kontrol edilebilen faktörlerin haricinde yolcunun kişisel özelikleri de tüm bu algılarda etkendir. Yolcunun demografik (örneğin yaş, uyruk, gelir); fiziksel (örneğin vücut büyüklüğü); fizyolojik (örneğin kan basıncı); sağlık durumu ve genel refahı; psikolojik durumunu (örneğin algı, dikkat, biliş, korkular, kişilik, ruh hali, etki vb.) tarihsel ve psikolojik deneyimlerle (önceki uçuşların anısı), gelecekteki deneyimlere ilişkin beklentiler ve kişisel tercihler; yatkınlıklar ve hassasiyetler (örneğin, taşıt tutması veya gürültü); ve sık uçan yolcu olup olmadığı gibi tüm bireysel faktörler bu tür algıların oluşumuna etki edebilecektir (Richards vd., 1978; Quehl, 2001; Bor, 2007; Budd, 2011). Yolcu seçimleri algı üzerinde doğrudan etkili olabilmektedir. Örneğin eğlence amaçlı seyahat edenler koltuk aralığına bakılmaksızın genellikle en ucuz havayolunu seçebilmektedir, ancak iş amaçlı seyahat edenler artan koltuk aralığına daha fazla değer verebilmektedir (Lee ve Luengo-Prado, 2004). Kabin ekibinin ve diğer kişilerin varlığı ve onlarla etkileşim hem uçağa binmeden önce hem de uçuş sırasında yolcu konforunu ve uçuş deneyimini etkileyebilmektedir (Quehl, 2001; Vink ve Brauer, 2011; Vink vd., 2012). Örneğin, kabin ekibinin samimi gülümsemeleri gibi samimi ifadeler, daha yüksek genel hizmet memnuniyeti ve yolculara gösterilen özenin algılanmasıyla ilişkilendirilmektedir (Gountas vd., 2007). Yolcu ihtiyaçlarının ne ölçüde karşılandığı da uçuş

sırasındaki (değişen) konfor ve rahatsızlık deneyimlerini etkileyebilecektir. Hizmet kalitesinin etkileşim ve empati unsurunun (örneğin kişisel ilgi), yolcuların tutumlarını, bilişlerini ve duygularını etkilediği bilinmektedir (Parasuraman vd., 1988; Suki, 2014). Yolcuların demografik geçmişi deneyimlerinde önemli bir rol oynayabilmektedir; örneğin kültürel geçmiş, konfor açısından neyin kabul edilebilir olduğuna ilişkin beklentileri etkileyebilmektedir ve muhtemelen belirli bağlamlardaki deneyimleri şekillendirebilmektedir (Cole vd., 2008). Hareket hastalığı, kulak rahatsızlığı, anksiyete ve derin ven trombozu (DVT – uzun süreli fiziksel hareketsizlikten sonra ortaya çıkabilecek, derin bir toplardamarda kan pıhtısı oluşması) gibi uçuşla tetiklenebilecek veya kötüleşebilecek bir takım sağlık sorunları da söz konusu olabilmekte ve algıyı etkileyebilmektedir (Bor, 2007; Budd vd., 2011). Uçuş ortamı bu faktörlerle bir biçimde etkileşime girebilecek veya bunları etkileyebilecek ve bu faktörler uçuş sırasında ortamın algılanmasını, yaşanan konforu doğrudan veya dolaylı olarak etkileyebilecektir (Bor, 2007; Vink ve Brauer, 2011). Bu faktörler hava yolu işletmesinin kontrolünde olmamakla beraber, örneğin bazı demografik özellikler (cinsiyet ve boy), yolcuların kişilikleri ve ayrıca geçmiş deneyimleri gibi değiştirilmesi zor veya imkânsız olanları içermektedir. Örneğin, Vink vd. (2012), uzun boylu yolcuların (>173 cm) kısa boylu yolculara göre daha düşük bacak mesafesi konfor puanı verdiklerini ortaya koymuştur. Bir hava yolu hizmetinin farklı yönlerinin algılanan önemi ve bunların yolcu memnuniyeti üzerindeki etkisi konusunda da kültürler arası farklılıklar vardır (Horner ve Swarbrooke, 2004). Örneğin, bir araştırma Japon ve Çinli yolcuların uçuş sırasındaki hizmetlere ilişkin beklentilerinin Batı Avrupalı ve Kuzey Amerikalı yolculara göre daha yüksek olduğunu ortaya çıkarmıştır (Gilbert ve Wong, 2003). Bazı yolcu ihtiyaçları, belirli değerler veya davranışlarla ilişkili kültürler arası farklılıklardan kaynaklanabilmektedir ve bu da çevre ve yiyecek-içecek hizmetlerine yönelik özel gereksinimlere yol açabilmektedir (Prideaux ve Seongseop, 2006). Çatışan kültürler ve davranışlar, farklı kültürel kökenden gelen yolcular için rahatsızlık yaratabilmektedir. Bu noktalar, havacılık sektöründe konfor ve yolcu memnuniyetinin karmaşıklığını ve çeşitliliğini vurgulamaktadır. Ancak elbette tüm bunların yanında belirtmek gerekmektedir ki, insanların geçmiş deneyimlerini farklı bir şekilde düşünmeleri ve dolayısıyla gelecek uçuşlarda konfor deneyimlerini değiştirmeleri mümkündür. Yolcuların mevcut algılarını, beklentilerini, inançlarını, tutumlarını, davranışlarını, durumlarını (fiziksel, psikolojik ve fizyolojik) ve uçuş öncesi deneyimlerini değiştirmek olanaksız değildir (Patel ve D'Cruz, 2017: 2-6). Yolcu odaklı olan işletmelerin temel olarak başarmaya çalıştığı husus, tüm bu faktörleri göz önüne almak suretiyle olabildiğince yolcunun deneyimini ve dolayısıyla yolculuğa ilişkin algısını olumlu yönde oluşturmak veya değiştirmektir.

Elbette tüm bunların yanında belirtmek gerekmektedir ki, tüm bu yolcu odaklı iyileştirmeler ve gelişmeler beraberinde belirli maliyetleri getirmektedir ve bu da elbette bilet fiyatlarına yansımaktadır. Bir bağlamda iyi hizmet karşılığında iyi fiyat söz konusudur. Zira, bu tür stratejiler düşük maliyet hava yolları şirketleri için uygun olmamakla beraber, yolcu odaklı pek çok iyileştirme, bu stratejinin yapısına ters bir durum oluşturmaktadır. Düşük maliyetli havayolları maliyetleri olabildiğince düşürmek suretiyle yolculara daha ucuz fiyata bilet sağlayabilmek adına, ikincil havalimanlarının kullanımı, ikram ve bagaj gibi ek hizmetlerin bilet fiyatında dâhil edilmeden ayrıca satışının yapılması, maksimum düzeyde koltuk yerleşim planına sahip uçak konfigürasyonlarının kullanılması, uçulan noktalarda farklılaşma gibi stratejilere sahiptir (Oliveira ve Huse, 2009). Örneğin uçak içerisinde ikram yoktur, uçuş ağı daha kısıtlı olabilmektedir, koltuk mesafesi gibi konforu önceleyen fiziksel faktörler burada daha küçük bir uçağa daha fazla yolcu almak, böylece daha ucuza bilet satabilmekle ilişkilidir. Bu açıdan burada ele

alınan tüm konular esasında tam hizmet sağlayan geleneksel hava yolları bağlamındadır. Bu hava yolları geniş uçuş ağı, nicel bağlamda büyük uçak filoları, kaliteli ikramlar ve konfor anlayışı ile yolcu odaklı olmayı hedefleyen ticari hava yolu taşımacılığı sektörünün pazar payı en yüksek oyuncularıdır. Bu hava yolu işletmeleri, bilet fiyatına dahil ettiği tüm hizmetlerle, özellikle konfor artırıcı unsurlar, yaşamı kolaylaştırıcı özellikler, yenilikçi uygulamalar ve sadakat programlarıyla yolculara sunduğu değeri vurgulamaktadır. Ancak diğer yandan, sektördeki artan rekabet ve yan gelirlerin daha çekici hale gelmesi, bu havayollarının iş modellerini gözden geçirme ihtiyacını da ortaya çıkarmaktadır. İş modellerini yolcu deneyimi odaklı olarak revize ederek, A+ lüks hizmet sağlanan yeni bir niş segment olan premium tam hizmet sağlayan havayollarının odaklandığı en önemli nokta mükemmel yolcu deneyimidir (Çetiner vd., 2019: 139-140).

HAVA YOLU İŞLETMELERİNİN YOLCU ODAKLI YAKLAŞIMLA YOLCU DENEYİMİNİ İYİLEŞTİRMEYE DÖNÜK GÜNCEL ÇABALARI

Sivil havacılıkta yolcu taşımacılığı, bir dizi zorlu ve karmaşık unsuru içeren bir sektördür. Uçuş emniyeti, hava trafik yönetimi, yolcu hakları gibi konularda sıkı standartlar ve kurallar bulunmaktadır. Havacılık sektörü, sürekli olarak teknolojik gelişmelere ayak uydurmak zorundadır. Havayolu şirketleri arasındaki rekabet küresel bir boyutta gerçekleşmektedir. Havayolu şirketleri, karmaşık bir operasyonel planlama süreciyle karşı karşıyadır. Ayrıca sektör, makro gelişmelerden ve değişimlerden, krizlerden de derinlemesine etkilenebilmektedir. Özellikle Covid-19 pandemisinin etkisi altında, sivil havacılık yolcu taşımacılığı sektörü, salgının yarattığı zorlayıcı etkiler nedeniyle önemli bir darbe almıştır. Bu sektör, uluslararası seyahat kısıtlamaları, düşen yolcu talepleri ve operasyonel zorluklar gibi bir dizi faktörle karşı karşıya kalmıştır. Bu çerçevede, sektörün toparlanması için ciddi bir yeniden yapılanma süreci gerekliliği ortaya çıkmıştır. Sektörün toparlanma sürecinde, rekabet yoğunluğunun arttığı bir ortamda, pazar payını korumak ve genişletmek için şirketler arası rekabet hız kazanmıştır. Yolcu talebini elde etmeye yönelik çabalar, pazarlama stratejilerinin revize edilmesini, dijital platformların etkin bir şekilde kullanılmasını ve müşteri deneyimlerinin güçlendirilmesini gerektirmiştir. Son dönemlerde bu yöndeki çabaların arttığı, özellikle yolcu odaklı bir yaklaşım ile yolcu deneyimini iyileştirmeye yönelik uygulamaların hız kazandığı görülmektedir.

Yaşanan son gelişmelere bakıldığında, Emirates'in, uçak içi eğlence sistemine 350 milyon USD tutarında yatırım yapmaya hazırlandığı görülmektedir. Yolcu deneyimini daha üst seviyelere taşımayı hedefleyen bu yatırım, şirketin 2024 yılında teslim almaya başlayacağı Airbus A350 tipi uçaklarında yer alacağı bildirilmiştir. 50 adetlik yeni A350 filosu, yeni nesil eğlence sistemiyle donatılacaktır. Qatar Airways ve gategroup, ikram konusunda geniş kapsamlı bir iş birliği anlaşması imzalamıştır. Qatar Airways bu sayede uçak içi yemek deneyimini, kaliteyi, sürdürülebilirliği ve sağlıklı beslenmeyi daha da yukarılara taşımayı amaçlamaktadır. Hawaiian Airlines, uçaklarında Starlink internet bağlantısı kullanmaya başlamıştır. Yüksek hızlı kablosuz internet bağlantısı ilk olarak Airbus A321neo tipi bir uçakta yolcuların beğenisine sunulmuştur. Şirketin filosunda bu tipte 18 adet uçak bulunmaktadır. Türk Hava Yolları (THY), uçak içi ikram hizmetini güncellemiş, özellikle Business Class ikramlarını revize ederek yolculara ahtapot salatası, somon tartar, kılıç balığı, carpaccio, rozbif gibi premium ürünleri sağlamıştır. Günde gerçekleştirdiği 2.000 civarında uçuşla dünyanın en büyükleri arasına giren Hindistanlı şirket IndiGo, 6Eskai adında GPT-4 tabanlı bir

sohbet robotu (Chatbot) geliştirmiştir. Müşteri ilişkileri personelinin iş yükünü yüzde 75 oranında azaltacağı belirtilen 6Eskai, 1,7 trilyon farklı parametreye sahiptir. On farklı dilde hizmet verebilecek sanal zekâ ürünü bu robotun sadece yolcuların sorularını cevaplamakla kalmayacağı; onlara check-in, koltuk seçimi, rezervasyon gibi konularda da yardımcı olacağı öngörülmektedir. Air New Zealand, Auckland Havalimanı'nda özel yolcularına yönelik olarak yeni bir check-in bölgesini hizmete sokmuştur. Amerika Birleşik Devletleri'nin önde gelen havayolu şirketlerinden United Airlines, Denver Havalimanı'nda yeni bir özel yolcu salonu açmıştır. Yeni salon, üç katta 600 adet oturma kapasitesine sahiptir. Japon havayolu şirketi JAL, yolcularına kiralık giysi imkânı sunmaya başlamıştır. JAL bu sayede, yolcuların yanlarında daha az giysi taşımasını ve dolayısıyla uçakların daha hafif olmasını sağlamayı hedeflemektedir. Lufthansa, Allegris adı verilen ve Lufthansa için özel olarak hazırlanan tasarım ile Economy, Premium Economy, Business ve First Class olmak üzere tüm sınıfları kapsayan ısıtmalı/soğutmalı süit koltuk deneyimi sunmaya başlamıştır (Havayolu 101, 2024).

Tüm bu gelişmeler, havayolu şirketlerinin rekabet avantajı sağlamak, müşteri sadakatini artırmak ve genel olarak yolcu memnuniyetini yükseltmek amacıyla teknoloji, hizmet kalitesi ve konfor alanlarında yatırım yapma çabalarını göstermektedir. Havayolu endüstrisinde yolcu deneyimine öncelik vermeye yönelik daha geniş bir değişimi temsil etmektedir ve havayolu şirketlerinin yolcu odaklı bir yaklaşımla yolcu deneyimini artırmaya yönelik girişimleri olarak okunabilecektir.

Türkiye'deki sivil havacılık sektöründe de dünyadaki gelişmelere paralel olarak benzer yolcu deneyimi iyileştirmeye dönük uygulamalar ve iyileştirme parametrelerine yönelik çabaların olduğu gözlenebilmektedir. Örneğin THY, müşteri odaklılığı kurum içinde kabul gören bir kültür haline getirmeye çalışmaktadır. THY 2015 yılında, yolcuların deneyimlerini ölçümlemek, zahmet noktalarını belirlemek ve bu noktalara özel projeler geliştirmek ve diğer birimleri de aksiyon almaları konusunda harekete geçirmek amacı ile "Müşteri Deneyimi Müdürlüğü" kurmuştur. Burada müşteri deneyimi yürütme kurulu toplantıları düzenlenmekte ve farlı birçok departmanın başkanları düzeyinde, müşteri deneyimini olumsuz etkileyen ya da geliştirmek üzere yapılması planlanan projeler değerlendirilmektedir. Yolculardan gelen geri bildirimleri ve şikâyetleri inceleyerek analiz eden müşteri ilişkileri departmanı ile müşteri deneyimi birimi çok yakın çalışmaktadır. Ulaşan müşteri geri bildirimleri, müşteri ilişkileri müdürlüğü tarafından kapsamlı bir şekilde incelenerek ve gerekli durumlarda ilgili diğer bölümlerden de bilgi alınarak değerlendirilmektedir. Ayrıca kabin içerisinde yaşanan aksaklıklar, kabin amiri tarafından kayıt altına alınarak bu birime raporlanmaktadır. Bu surette sorunların, aksaklıkların ortadan kaldırılmasına dönük olarak yolcu şikâyetine dönüşmeden önce proaktif çözümler üretilmeye çalışılmaktadır. Ek olarak sosyal medya veya diğer kaynaklardan gelen bazı yolcuların talepleri, deneyim ekibi tarafından değerlendirilmekte ve bazıları ödüllendirilmektedir. Bir ulusal uçuşta evli bir çiftin 40. yıldönümünü kutlayan bir sürpriz bunun bir örneğidir (Şekil 1); "how to wow" denen yolcuyu şaşırtıp mutlu edecek projelerin kaynağı bu noktadır (Bilsel ve Özdoğan, 2019: 254-257).

Şekil 1. THY Kabin Ekibi Tarafından Sürpriz Yapılan Yolcular

Kaynak: AirKule (2017); Bilsel ve Özdoğan (2019: 257)

THY'nin yolcu odaklı bir anlayışla yolcu deneyimini iyileştirmeye ve geliştirmeye yönelik olarak birtakım güncel uygulamalara yer verdiği görülmektedir. Bu uygulamalardan bazılarını şu şekilde sıralamak mümkündür (Türk Hava Yolları, 2024a):

- **Business Class'a (Birinci Sınıf) Özel Hizmetler:** Ödüllü ikramların, yüksek konforun ve belli ayrıcalıkların tanındığı Business Class hizmetleri ile şirket, misafirperver bir hizmet anlayışıyla hareket etme gayreti içerisinde olduğunu taahhüt etmektedir. Business Class koltuklar, yolcuların konforunu en üst seviyeye taşımak için özel olarak tasarlanmıştır. Yolcular rahatça uyuyabileceği, okuma lambası ile elektrik bağlantısı bulunan ve özel alan yaratabileceği paravan imkânı sunan koltuklarla seyahat edebilmektedir. Tek tuşla tamamen yatırılabilen koltuklar, 193 cm yatak uzunluğu, tam indirilebilen kol destekleri sayesinde 66 cm'ye ulaşan yatak genişliği, dokunmatik koltuk kontrol paneli, 51 cm genişliğinde katlanabilir yemek masası, kokteyl masası, açısı ayarlanabilen 18" IFE ekranı 4" ekranlı dokunmatik IFE kumandası, evrensel priz ve USB şarj girişleri, ayarlanabilen mahremiyet paneli, kişiye özel ayna, kapalı ve kilitli saklama alanı, kişiye özel okuma lambası, masaj özelliği, elektrikli baş desteği, ceket askılığı, koltuk arka yüzeyinde konforlu yastıklama sağlanmaktadır. Uyku için yastık, yorgan ve uyku pedi sağlanmaktadır (Şekil 2). Ayrıca uçuş sırasında yolculara Turkish Do&Co tarafından hazırlanan ve servis zamanlamasının yolcu tarafından belirlenebildiği ödüllü ikramlar sunulmaktadır. Business Class'ı tercih eden yolcular havalimanında özel kontuar hizmetimiz sayesinde sıra beklemeden check-in yapabilmekte, fazla bagaj hakkına sahip olabilmekte, priority (öncelikli) etiketi sayesinde bagajını hızla teslim alabilmektedir.

- **Economy Class (Ekonomi Sınıfı) İçin İyileştirmeler:** İster uzun ister kısa, tüm uçuşlarda Economy Class koltuklar 15 cm'ye kadar yatırılabilmekte ve ayarlanabilir baş desteği yer almaktadır. Konforlu seyahat için 79 cm diz mesafesine sahip, 15 cm yatabilen koltuklar, uzun mesafeli yolculuklarda daha konforlu bir seyahat için 46 cm'lik koltuk genişliği, kaldırılabilen kol desteği sayesinde orta koltukları yatağa dönüştürme imkanı, 4 yönlü baş desteği, 11.3 inç veya 13.3 inç büyüklüğünde kişisel ekranlar, koltuk altında yer alan universal prizlerle kişisel cihazları şarj edebilme imkanı, koltuk arkasında USB girişi bulunmaktadır.

Uçuşlarda sıcak/soğuk kahvaltı ve sıcak/soğuk ana yemeğin dışında sandviç ve kek çeşitleri ile snack (atıştırmalık) servisi yapılmaktadır. Economy Class'ta içinde uyku gözlüğü, kulak tıkacı, çorap, diş fırçası/macunu, dudak nemlendiricisi bulunan seyahat seti ve tüm dış hat uçuşlarımızda yolculara sağladığımız kulaklıklarla uçuşun daha konforlu hale getirilmesi amaçlanmaktadır.

- **Uçak İçi Eğlence Sistemleri:** Uçak içi eğlence sistemleri ile uçuşu keyifli hale getirmeye dönük uygulamalar söz konusudur. Güncel film ve diziler, geniş müzik arşivi, binlerce dergi ve gazeteyi keşfetme olanağı gibi hizmetleri sağlamaktadır. Uçaklarda sunulan bağlanabilirlik özelliği sayesinde Wi-Fi uyumlu cihazların bağlanabildiği ücretsiz internet hizmeti sağlanmaktadır.

- **Uçuş Öncesi ve Sonrası Hizmetler:** Uçuş öncesi ve sonrası hizmetlerde de birtakım uygulamalar söz konusudur. THY Lounge'larında gurme ikramları, rahat dinlenme/çalışma alanlarını ve kaliteli zaman geçirmek için tasarlanmış birçok noktayı bir arada sunan özel yolcu salonları sağlamaktadır. Yolcunun İstanbul aktarmalı dış hat uçuşu ve 6 ile 24 saat arası aktarması varsa İstanbul'u ücretsiz olarak Touristanbul hizmetiyle keşfe çıkabilmesi mümkün hale getirilmektedir. Uçuşuna 20 saatten fazla olan Business Class yolcuları iki, Economy Class yolcuları ise bir gece otel konaklaması fırsatından yararlanabilmektedir.

- **Çocuklu ve Bebekli Aileler İçin Kolaylıklar:** Bebekli aileler için güvenlik kontrolünden hızlı geçebilmek için "Önce Aile" geçiş noktalarının kullanılabilmesi, İstanbul Havalimanı'nda, 0-7 yaş arası çocuğu olan aileler check-in işlemlerini onlara özel tasarlanan aile kontuarı, bebekli yolcular için uçuşa kabul önceliği, önceden bildirmek koşuluyla çocuklar için özel yemek talebi gibi uygulamalar sağlanmaktadır.

- **Spor Ekipmanlarının Taşınması:** Bisiklet, dağcılık, golf, kano, kayak, sörf, paraşüt, dalış gibi spor ve hobi ekipmanlarını kargo bölümünde taşıyabilme olanağı sağlanmaktadır.

- **Özel İhtiyacı Olan Yolcular İçin Hizmetler:** Engelli ve hasta yolculara özel olarak daha iyi şartlarda yolculuk edebilmesi için engelli yolcu indirimi başta olmak üzere birçok ayrıcalıklı hizmet sunmaya dönük olarak tekerlekli sandalye hizmeti, check-in, pasaport ve biniş işlemleri esnasında öncelik, rehber köpekler gibi hizmetler sağlanmaktadır. Uçuş sırasında ihtiyaç duyulabilecek bazı medikal ekipmanlar kabinlerde standart olarak bulunmaktadır.

- **Ayçiçeği Kartı:** Otizm, demans (unutkanlık), kaygı bozukluğu, konuşma güçlüğü, okuma güçlüğü, görme güçlüğü gibi dışarıdan bakıldığında anlaşılmayan ancak bireylerin günlük süreçlerinde yaşamlarını zorlaştıran farklılıklardan doğan dezavantajları ortadan kaldırmak için Ayçiçeği yaka kartı hizmetini hayata geçirilmiştir. Ayçiçeği yaka kartı takan yolcuyu gören (Şekil 3) yer hizmetleri personelleri ve kabin memurları, kartı takan yolcunun daha fazla yardıma, desteğe veya bazı süreçlerde daha fazla zamana ihtiyaçları olabileceğini anlayabilmektedir.

- **Miles&Smiles:** Miles&Smiles uygulaması ile THY, AnadoluJet ve anlaşmalı hava yollarından ödül bilet düzenlemenin yanı sıra yolcunun program ortaklarından ve Miles&Smiles kredi kartları ile yapacağı harcamalarından Mil kazanması mümkündür.

Şekil 2. THY'nin Yatırılabilir Koltuk ve Uyku Seti Hizmeti
Kaynak: Türk Hava Yolları (2024b)

Şekil 3. THY'nin Ayçiçeği Yaka Kartı Hizmeti
Kaynak: Türk Hava Yolları (2024c)

Bu verilen örnekler, THY'nin yolcu odaklı bir anlayışla geniş bir yelpazede yolcu deneyimini iyileştirmeye yönelik çeşitli uygulamalara, avantajlar ve hizmetlere önem verdiğini göstermektedir. Bu stratejiler, yolcu memnuniyetini artırarak, marka algısını güçlendirerek tercih edilme oranını artırarak uzun vadeli ilişkiler kurmayı ve sadık bir yolcu kitlesi oluşturmayı hedeflemektedir.

SONUÇ

Seyahati unutulmaz kılmaya, keyifli anıları pekiştirmeye ve güçlendirmeye yönelik tüm çabalar, seyahatin deneyimsel boyutunu oluşturmaktadır ve nihayetinde yolcuya özel bir seyahat deneyimi vaat etmeyi amaçlamaktadır. Yolcu deneyimi, çok sayıda boyutu içeren karmaşık bir yapıya sahiptir, bu nedenle yolcuyla etkileşimlerin niteliği değiştikçe, seyahat deneyimi de aynı şekilde değişmektedir. Bu bağlamda, yolcular ile temas halindeyken uçuş öncesi, uçuş sırası ve sonrasındaki aşamalarda seyahati deneyime dönüştüren bileşenlerinin doğru bir şekilde planlanması ve yönetilmesi son derece önemli bir konudur (Ekici, 2012: 72).

Hava yolu işletmelerinin, yolcuların tercihlerine, beklentilerine, taleplerine, hassasiyetlerine daha iyi odaklanan

özelleştirilmiş hizmetler sunmak yönünde çaba sarf etmelerinin sivil havacılıkta, hava yolcu taşımacılığı sektöründe önemli olduğu düşünülmektedir.

Sivil hava yolcu taşımacılığında yolcu deneyiminin geliştirilmesi için kapsamlı ve yolcu odaklı bir strateji izlenmesi gerekmektedir. Bu stratejiler, kişisel hizmetler ve öneriler sunmak için yolcu verilerini kullanmayı, uçuş içi hizmetleri, örneğin yemek ve eğlenceyi yolcu tercihlerine göre uyarlamayı, kolaylaştırılmış ve verimli check-in süreçlerini uygulamayı, konforlu oturma ve kabin tasarımına yatırım yaparak genel uçuş deneyimini iyileştirmeyi, personeli müşteri odaklı ve yolcu ihtiyaçlarına duyarlı bir şekilde eğitmeyi, yolcu geri bildirim mekanizmalarını kullanarak hizmetleri sürekli olarak geliştirmeyi ve özel ihtiyaçlara sahip olan yolculara yardımcı olacak ve uygun hizmetleri sunacak şekilde stratejiler belirlemeyi içermektedir. Bu stratejiler, daha önce yapılan çalışmaların da gösterdiği gibi (Mudenda ve Guga, 2017; Punel vd., 2019; Zhong ve Han, 2019; Novianty vd., 2021; Tsai vd., 2021), yolcu deneyimini belirleyici bir şekilde etkileyebilir.

Ancak diğer yandan, yolcuların kişisel uçuş deneyimleri, kişisel özellikleri, kültürü, seyahatin amacı, ücret ödeme durumu, uçuş süresi, gecikmeler, tercih edilen havayolu, marka imajı, yolcunun yalnız seyahat edip etmediği, uçağın fiziksel koşulları ve hizmet sunan ekip üyelerinin tutumları gibi birçok faktörü içermektedir. Bu faktörler ve deneyimler, sivil hava yolcu taşımacılığının karmaşıklığını yansıtarak genel değerlendirmeleri etkileyebilmektedir (Oborne, 1978; Bor, 2007; Vink ve Brauer, 2011; Patel ve D'Cruz, 2017: 6). Çünkü bu taşımacılık türü, birçok aktörü, karmaşık süreçleri ve değişken faktörleri içermektedir. Bu değişkenler, yolcuların deneyimine farklı düzeylerde etki edebilir. Bu nedenle, yolcu odaklı anlayış çerçevesinde, yolcu deneyimi kavramına dair içgörülerin önemini vurgulamak daha da önemli hale gelmektedir.

Yolcuların bir hizmet endüstrisi aktörü olarak hava yolu işletmelerinden tam manası ile ne beklediğini, ne talep ettiğini anlamak, yolcuların bir kuruluşun beklentiyle gerçekleşen arasındaki mevcut performansını değerlendirecekleri bir karşılaştırma standardı sağlamak açısından önemlidir (Walker ve Baker, 2000; Ban ve Kim, 2019).

Rekabetin yoğun olduğu bir sektörde öne çıkmak için, hizmetin çeşitli boyutlarında kalite eksikliklerinin, beklentiler ile gerçekleşenler arasındaki farkın neler olduğunu anlamak ve bu eksikliklerin kaynaklarını belirleyip çözümler üretebilmek adına hizmet kalitesini ölçmek, yolculardan geri bildirimler almak, yolcuyu odağına alan işletmeler için zorunlu bir adımdır (Hatipoğlu ve Işık, 2015: 295). Yolcular, hizmetle ilgili en etkili izlenimlerini hizmet karşılaşmaları sırasında edinmektedir. Bu karşılaşmalar sırasında, yolcu memnuniyetini sağlayan ya da tatminsizlik yaratan önemli etkileşimler ortaya çıkabilmektedir ve bu durumlar genellikle kritik anlar olarak tanımlanmaktadır (Özdemir Karaca, 2011: 68; Patoğlu, 2018: 49). Yolcu odaklı yaklaşımla hareket eden hava yolu işletmelerinin bu kritik noktaları hassasiyetle ele alması, gerektiği taktirde süreçleri yeniden dizayn etmesi önemli olabilecektir.

Bu anlamda hava yolu işletmeleri, yolculara düzenli olarak çeşitli süreçleri değerlendirebilecekleri memnuniyet anketleri sunabilir. Böylece alınan geri bildirimler, hizmetleri iyileştirmek ve yolcuların beklentilerine daha iyi uyum sağlamak için kullanılabilir. Diğer taraftan yolcuların görüşlerine yönelik içgörüler sağlamak için yolcular tarafından yapılan geri bildirimlerin, bu amacı güden bir yolcu deneyimi birimleri tarafından derinlemesine analiz edilmesi

daha etkili ve isabetli stratejiler belirlemek noktasında önemli olabilecektir.

Genel manada müşteri deneyimi üzerine yerleşik önemli bir literatürden söz edebilmekle beraber, spesifik olarak yolcu deneyimleri ve hava yollarında yolcu odaklı yaklaşımlar açısından benimsedikleri stratejilere ve bunların işletmelerin süreçlerine nasıl katkıda bulunduğuna ilişkin araştırmaların sınırlılığı dikkat çekmektedir.

Yolcu deneyimine analitik bir yaklaşım getirmek ve hava yolculuğunun temsillerini, somutlaştırılmış uygulamalarını ve önemliliklerini dikkate almak, sosyal bilimler alanındaki araştırmaların sınırlılığından doğan doldurmak ve yolculuğun karmaşık ve anlamlı bir deneyim olarak daha kapsamlı bir şekilde anlaşılmasını sağlayabilmek yönünden önemli olabilecektir (Small, 2022). Bu hususlarla ilgili olarak yapılacak olan muhtelif araştırmalarda elde edilecek olan bulgular ve sonuçların, bu konular hakkında içgörüler sağlamak ve konunun daha derinlemesine anlaşılmasına destek olmak yönünden önemli bir katkı sunma potansiyeli taşıdığı düşünülmektedir.

Bu katkılar, akademik literatürün yanı sıra bir yandan maliyetlerin optimal düzeylerde tutulması endişesine ek olarak yolcuların olumlu deneyimini artırabilecek çözümlere erişmek noktasında da sivil hava yolcu taşımacılığı pratiğine dönük faydalar; sivil hava yolu yolcu taşımacılığı alanında faaliyet göstermekte olan işletmelerin olumlu ve olumsuz deneyimlerin nedenleri ve sonuçları üzerinde düşünmeleri için fırsatlar sağlayabilecektir.

KAYNAKLAR

Agarwal, R. K. (2009). *Sustainable (green) aviation: challenges and opportunities.* Warrendale, PA, USA: SAE International.

Ahmadpour, N., Robert, J.-M., & Lindgaard, G. (2014). Exploring the cognitive structure of aircraft passengers' emotions in relation to their comfort experience. In P. Lévy, S. Schütte, & T. Yamanaka (Eds.), *Proceedings of the international conference on KANSEI engineering and emotion research* (pp. 387–394). Linköping, Sweden.

AirKule (2017). *THY'den uçakta evlilik yıldönümü sürprizi*. https://www.airkule.com/haber/THY'den%20uçakta%20evlilik%20yıldönümü%20sürprizi/28379 (Erişim tarihi: 05.03.2024)

Ban, H. J., & Kim, H. S. (2019). Understanding customer experience and satisfaction through airline passengers' online review. *Sustainability, 11*(15), 4066.

Baumgartner, P. (2011). *An interview with Peter Baumgartner, Chief Commercial Office*. Abu Dhabi: Etihad Airways.

Bor, R. (2007). Psychological factors in airline passenger and crew behaviour: A clinical overview. *Travel Medicine and Infectious Disease, 5*(4), 207-216.

Brochado, A., Rita, P., Oliveira, C., & Oliveira, F. (2019). Airline passengers' perceptions of service quality: Themes in online reviews. *International Journal of Contemporary Hospitality Management, 31*(2), 855-873.

Brundrett, G. (2001). Comfort and health in commercial aircraft: A literature review. *Journal of the Royal Society for the Promotion of Health, 121*(1), 29-37.

Budd, L. C. S. (2011). On being aeromobile: Airline passengers and the affective experiences of flight. *Journal of Transport Geography, 19,* 1010-1016.

Camacho, T., Foth, M., Rakotonirainy, A., Rittenbruch, M., & Bunker, J. (2016). The role of passenger-centric innovation in the future of public transport. *Public Transport, 8*(3), 453-475.

Cole, R. J., Robinson, J., Brown, Z., & O'shea, M. (2008). Re-contextualizing the notion of comfort. *Building Research & Information, 36*, 323-336.

Çetiner, E. M., Güneş, M. F., ve Peker, A. E. (2019). Havayolu şirketlerinde yan gelir: Havayolu yöneticilerinin ve yolcu tercihlerinin karşılaştırılması. *Ekonomi İşletme ve Maliye Araştırmaları Dergisi, 1*(2), 135-155.

Doganis. R. (2001). *The airline business in 21st century.* London: Routledge.

Doganis, R. (2006). *Flying off course: The economics of international airlines*. London: Routledge.

Ekici, N. (2012). *Deneyimsel pazarlama ve seyahat deneyimi: Türk Havayolları örneği*. [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi.

Ekşili, N., Soyugüzel, A. G., & Özbey, D. Ö. (2023). The content analysis of the post-graduate theses related with competition in civil aviation. *International Journal of Business and Economic Studies, 5*(3), 152-165.

Ertuğrul, Y. (2018). *Havayolu yolcu taşımacılığında müşteri memnuniyeti: Bir uygulama*. [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi], Pamukkale Üniversitesi.

Frow, P., & Payne, A. (2007). Towards the 'perfect' customer experience. *Journal of Brand Management, 15*(2), 89-101.

Gilbert, D., & Wong, R. K. (2003). Passenger expectations and airline services: a Hong Kong based study. *Tourism Management, 24*(5), 519-532.

Gountas, S., Ewing, M. T., & Gountas, J. I. (2007). Testing airline passengers' responses to flight attendants' expressive displays: The effects of positive affect. *Journal of Business Research, 60*(1), 81-83.

Hatipoğlu, S., & IŞIK, E. S. (2015). Havayolu ulaşımında hizmet kalitesinin ölçülmesi: İç hatlarda bir uygulama. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 12*(2), 293-312.

Havayolu 101 (2024). *Yolcu deneyimi*. https://www.havayolu101.com/category/ucus-esnasi-hizmetleri/ (Erişim tarihi: 07.03.2024)

Hemel, C. V. D., & Rademakers, M. F. (2016). Building customer-centric organizations: Shaping factors and barriers. *Journal of Creating Value, 2*(2), 211-230.

Hinninghofen, H., & Enck, P. (2006). Passenger well-being in airplanes. *Autonomic Neuroscience: Basic and Clinical, 129,* 80-85.

Horner, S., & Swarbrooke, J. (2004). *International cases in tourism management*. Oxford: Elsevier.

IATA (2020). *Annual review.* https://www.iata.org/contentassets/c81222d96c9a4e0bb4ff6ced0126f0bb/iata-annual-review-2020.pdf (Erişim tarihi: 05.03.2024)

ILO (2013). *Civil aviation and its changing world of work.* International Labour Organization, https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_dialogue/---sector/documents/meetingdocument/wcms_201282.pdf (Erişim tarihi: 05.03.2024)

İnan, T, T., & Gökmen, N. (2021). The determination of the factors affecting air transportation passenger numbers. *International Journal of Aviation, Aeronautics, and Aerospace, 8*(1), 1-18.

Johnson, B. D. (2003). *Century of flight: A chronicle of aviation*. Publications International.

Kaliyeva, G. K., Konakbay, Z., Asilbekova, I., Abzhapbarova, A., & Zhardemkyzy, S. (2022). Current trends and developments in the modernisation of the aviation training system. *INCAS Bulletin, 14*(4), 185-194.

Khutchua, N. (2021). Factors affectıng air transportatıon. *Globalization and Business 11,* 148-151.

Konieczny, G. (2001). *Die messung und steigerung der qualität von dienstleistungen in der flugzeugkabine – Ein beitrag zur kundenorientierten flugzeugentwicklung – The measurement and improvement of quality of services in the aircraft cabin – a contribution to customer-driven aircraft development.* [Unpublished Doctoral Dissertation]. Technische Universität Berlin, Germany.

Laming, C., & Mason, K. (2014). Customer experience—an analysis of the concept and its performance in airline brands. *Research in Transportation Business & Management, 10*, 15-25.

Lee, D., & Luengo-Prado, M. J. (2004). Are passengers willing to pay more for additional legroom?. *Journal of Air Transport Management, 10*(6), 377-383.

Mascarenhas, O. A., Kesavan, R., & Bernacchi, M. (2006). Lasting customer loyalty: A total customer experience approach. *Journal of Consumer Marketing, 23*(7), 397-405.

Maw, D. (1994). *Aviation: The early years*. McFarland & Company.

Meyer, C., & Schwager, A. (2007). Understanding customer experience. *Harvard Business Review, 85*(2), 116-126.

Mudenda, C., & Guga, D. (2017). An assessment of the relationship between service quality and customer satisfaction-a case of a public passenger road transportation company in Zambia. *International Review of Management and Business Research, 6*(2), 541-555.

Nadube, P. M. (2017). Customer centricity and marketing performance of domestic airline operators in nigeria. *International Journal of Management Sciences and Humanities, 5*(1), 160-173.

Nenem, M. S. (2018). *Analysing the network & schedule performance of airlines and developing a passenger-centric commercial methodology for air services.* [Unpublished Doctoral dissertation], University of Westminster.

Nigam, S. (2008). *Six steps to building a swashbuckling airline brand.* The Red Paper Series. Airline Brand Index. Unpublished report, http://www.aca-assoc.com/resources/6_steps_to_building_a_swashbuckling_ airline_brand.pdf (Erişim tarihi: 11.08.2011)

Novianty, R. F., Simamarta, J., Kurnia, D. D., & Kurniawan, J. S. (2021). Customer loyalty and passenger satisfaction on Lion Air's low cost carrier. *Journal of Business Studies and Management Review, 5*(1), 147-154.

Oborne, D. J. (1978). Passenger comfort – An overview. *Applied Ergonomics, 9*(3), 131-136.

Oliveira, A. V., & Huse, C. (2009). Localized competitive advantage and price reactions to entry: Full-service vs. low-cost airlines in recently liberalized emerging markets. *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review, 45*(2), 307-320.

Özdemir Karaca, P. (2011). Havayolu müşterilerinin hizmet karşılaşmalarında tatmin düzeylerini etkileyen kritik anlar üzerine bir araştırma. *Ejovoc (Electronic Journal of Vocational Colleges), 1*(1), 68-79.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing, 64*(1), 12-40.

Patel, H., & D'Cruz, M. (2017). Passenger-centric factors influencing the experience of aircraft comfort. *Transport Reviews, 38*(2), 252-269.

Patoğlu, K. (2018). *Hava yolları ile seyahat eden yolcuların memnuniyeti üzerine Gaziantep İli'nde alan araştırması.* [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi], Hasan Kalyoncu Üniversitesi.

Pennig, S., Quehl, J., & Rolny, V. (2012). Effects of aircraft cabin noise on passenger comfort. *Ergonomics, 55*, 1252-1265.

Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1998). *Welcome to the experience economy* (Vol. 76, No. 4, pp. 97-105). Cambridge, MA, USA: Harvard Business Review Press.

Popovic, V., Kraal, B., & Kirk, P. (September 2009). Passenger experience in an airport: An activity-centred approach. In *International Association of Societies of Design Research 2009 Proceedings: Design Rigor and Relevance* (pp. 1-11). Seoul, Korea.

Prideaux, B., & Seongseop, K. (2006). The relationship between airline cabin service and national culture: A cabin crew perspective. In B. Prideaux, G. Moscardo, & E. Laws (Eds.), *Managing tourism and hospitality services: Theory and international applications* (pp. 218-224). Wallingford: CABI.

Punel, A., Hassan, L. A. H., & Ermagun, A. (2019). Variations in airline passenger expectation of service quality across the globe. *Tourism Management, 75*, 491-508.

Quehl, J. (2001). *Comfort studies on aircraft interior sound and vibration.* Aachen: Shaker Verlag GmbH.

Rajasekar, J., & Fouts, P. (2009). Strategic alliances as a competitive strategy. *International Journal of Commerce and Management, 19*(2), 93-114.

Richards, L. G., & Jacobson, I. D. (1974). *Ride quality evaluation 1: Questionnaire studies of airline passenger comfort (Memorandum report 403214 short-haul air transportation program).* Springfield, VA: National Technical Information Service.

Sarılgan, E. A. (2011). Türkiye'de bölgesel havayolu taşımacılığının geliştirilmesi için yapılması gerekenler. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 11*(1), 69-88.

Shave, L. (2011). *An interview with Lee Shave, Vice President — Guest experience.* Abu Dhabi: Etihad Airways.

Shaw, C., & Ivens, J. (2002). *Building great customer experiences*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.

Sheth, J. N., Sisodia, R. S., & Sharma, A. (2000). The Antecedents and consequences of customer-centric marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science, 28*, 55-66.

Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü (2015). *Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü Faaliyet Raporu*. Ankara: SHGM.

Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü (2023b). *Hava Ulaştırma İşletmeleri*. https://web.shgm.gov.tr/tr/havacilik-isletmeleri/2063-hava-tasima-isletmeleri (4 Mart 2024)

Small, J. (2022). *The passenger experience of air travel: A critical approach*. Channel View Publications.

Smith, J. (2006). *The origins of modern aviation*. Iowa State Press.

Stecenko, I. P., & Parkhimovich, A. V. (2020). Passenger air transportation market in Europe. *Научный вестник Московского государственного технического университета гражданской авиации, 23*(1), 59-70.

Stellin, S. (2014). *Yes! download that airline app*. https://www.nytimes.com/2012/03/04/travel/airline-apps-that-check-you-in-map-airports-and-follow-luggage.html (Erişim tarihi: 04.03.3024)

Suki, N. M. (2014). Passenger satisfaction with airline service quality in Malaysia: A structural equation modeling approach. *Research in Transportation Business and Management, 10*, 26-32.

Tolpa, E. (2012). *Measuring customer expectations of service quality: case airline industry*. [Unpublished Master's thesis]. Aalto University, School of Economics, Espoo, Finland.

Tsai, M. C., Merkert, R., & Wang, J. F. (2021). What drives freight transportation customer loyalty? Diverging marketing approaches for the air freight express industry. *Transportation, 48*, 1503-1521.

Türk Hava Yolları (2024a). *Ayrıcalıklı bir uçuş deneyimine hoş geldiniz*. https://www.turkishairlines.com/tr-int/ucak-bileti/ucus-deneyimi/Test.html (Erişim tarihi: 06.03.2024)

Türk Hava Yolları (2024b). *Engelli ve hasta yolcularımıza özel hizmetler sunuyoruz*. https://www.turkishairlines.com/tr-int/bilgi-edin/hasta-ve-engelli-yolcular/ (Erişim tarihi: 06.03.2024)

Türk Hava Yolları (2024c). *Business class*. https://www.turkishairlines.com/tr-int/ucak-bileti/ucus-deneyimi/business-class/ (Erişim tarihi: 06.03.2024)

Verhoef, P. D., Lemon, K. N., Parasuraman, A., Roggeveen, A., Tsiros, M., & Schlesinger, L. A. (2009). Customer experience creation: Determinants, dynamics and management strategies. *Journal of Retailing, 85*(1), 31-41.

Vink, P., & Brauer, K. (2011). *Aircraft interior comfort and design*. Boca Raton, FL: CRC Press.

Vink, P., Bazley, C., Kamp, I., & Blok, M. (2012). Possibilities to improve the aircraft interior comfort experience. *Applied Ergonomics, 43,* 354-359.

Walker, J., & Baker, J. (2000). An exploratory study of a multi-expectation framework for services. *Journal of Services Marketing, 14*(5), 411-431.

Wyld, D. C., Jones, M. A., & Totten, J. W. (2005). Where is my suitcase? RFID and airline customer service. *Marketing Intelligence & Planning, 23*(4), 382-394.

Yılmaz, E., & Köse, Y. (2023). An empirical research on the factors affecting profitability in air transportation. *Sosyoekonomi, 31*(58), 43-60.

Zhong, X., & Han, T. (2019). Passenger experience revisited: in commercial aircraft cabin design and operations' sights. In *HCI International 2019–Late Breaking Posters: 21st HCI International Conference, HCII 2019*, Orlando, FL, USA, July 26-31, 2019, Proceedings 21 (pp. 453-462). Springer International Publishing.

İLKOKUL ÖĞRENCİLERİNİN ÇEVRE KİRLİLİĞİNE YÖNELİK ALGILARI VE ÇİZİMLERİNİN ANALİZİ

Dr. Öğr. Üyesi Ayşe IŞIK ÖNER
İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, İstanbul, Türkiye, ayse.isik@izu.edu.tr

ÖZET

Yaşadığı çevreye en çok zarar veren canlının "İnsan" olduğu kaçınılmaz bir gerçektir. Bunun sonucu olarak insanoğlu yaşayacağı alanların kısıtlılığıyla karşı karşıya kalmaktadır. Günümüzün en büyük sorun teşkil eden problemlerinden biri çevre kirliliğidir. Çevre kirliliği birçok alana etki eden ve sonuçlarının geri dönüşü olmayan çok boyutlu bir olgudur. Çevre kirliliği denilince su, hava, toprak, besin ve radyoaktif gibi kirliklerin ilk sıralarda yer aldığı görülmektedir. Bu yüzden çevre kirliliğinin artış göstermesi iklimsel sorunları da beraberinde getirmektedir. Tüm bu olaylar sonucunda da insanlık farklı yaşamsal tehlikelerin içerisine düşmektedir. Bu tehlikelerin önüne geçmek için çevre kirliliğinin önlenmesi ve giderilmesine yönelik eylemlerde bulunmak gerekmektedir. Bunun için de öncelikle eğitimsel boyutta düzenlemelerin yapılması gerekmektedir. Özellikle eğitimin ilk basamağı olan ilkokul düzeyindeki öğrencilerin çevre kirliliğine yönelik farkındalığa sahip olmaları ve çevrelerindeki kirliliği azaltacak yönde uygulamalara katılımlarının sağlanması gerekmektedir. Çünkü erken yaşlarda çevre kirliliğine yönelik farkındalık kazanmış bireyler daha yaşanılabilir çevre ve koşullar oluşturmaya yönelik harekete geçebilmektedir. Bundan dolayı ilkokul öğrencilerinin çevre kirliliği farkındalıklarının belirlenmesi ve bu doğrultuda gelişimlerinin sağlanması önem arz etmektedir. Bu bağlamda bu araştırmada ilkokul öğrencilerinin çevre kirliliğine yönelik algılarının ortaya konulması hedeflenmiştir. Araştırma 2022-2023 eğitim öğretim yılında İstanbul ili Küçükçekmece ilçesinde 3. ve 4. sınıfta öğrenim gören 75 öğrenci ile gerçekleştirilmiştir. Araştırmada yarı yapılandırılmış yönteme dayalı "Çevre kirliliği hakkında ne düşünüyorsun?", "Bildiğin veya gördüğün çevre kirliliklerini söyler misin?", "Çevre kirliliğini önlemek için neler yapabiliriz?" ve "Çevre kirliliği ……..benzer, Çünkü; ……." soruları yönlendirilmiştir. Ayrıca "İçimdeki Çevre Kirliliğini Çiziyorum" başlığı altında öğrencilerin çevre kirliliğine yönelik algılarını resim çizerek de ortaya koymaları istenilmiştir. Elde edilen veriler içerik analizi yöntemine dayalı olarak analiz edilmiştir. Veri sonuçlarına dayalı olarak kodlar, kodlardan da temalar elde edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Çevre, çevre kirliliği, ilkokul öğrencisi.

ANALYSIS OF PRIMARY SCHOOL STUDENTS' PERCEPTIONS AND DRAWINGS TOWARDS ENVIRONMENTAL POLLUTION

Asst. Prof. Dr. Ayşe IŞIK ÖNER

Istanbul Sabahattin Zaim University, Istanbul, Türkiye, ayse.isik@izu.edu.tr

ABSTRACT

It is an inevitable fact that the creature that causes the most harm to the environment in which it lives is "Human". As a result, human beings face limitations in the areas they can live in. One of the biggest problems of today is environmental pollution. Environmental pollution is a multidimensional phenomenon that affects many areas and whose consequences are irreversible. When it comes to environmental pollution, it is seen that pollution such as water, air, soil, food and radioactive are in the first place. Therefore, the increase in environmental pollution also brings with it climatic problems. As a result of all these events, humanity falls into different vital dangers. In order to prevent these dangers, it is necessary to take actions to prevent and eliminate environmental pollution. For this, first of all, educational arrangements need to be made. Especially students at primary school level, which is the first step of education, need to be aware of environmental pollution and participate in practices that will reduce pollution in their environment. Because individuals who have gained awareness about environmental pollution at an early age can take action to create a more livable environment and conditions. Therefore, it is important to determine the environmental pollution awareness of primary school students and to ensure their development in this direction. In this context, this research aimed to reveal primary school students' perceptions of environmental pollution. The research was conducted with 75 students studying in the 3rd and 4th grades in the Küçükçekmece district of Istanbul in the 2022-2023 academic year. In the research based on semi-structured method, questions like "What do you think about environmental pollution?", "Can you tell me about the environmental pollution you know or have seen?", "What can we do to prevent environmental pollution?" and “Environmental pollution is similar to……., Because; ……..” questions were directed. In addition, under the title "I'm Drawing the Environmental Pollution Inside Me", students were asked to reveal their perceptions of environmental pollution by drawing a picture. The data obtained was analyzed based on the content analysis method. Based on the data results, codes and themes were obtained from the codes.

Keywords: Environment, environmental pollution, primary school student.

GİRİŞ

Dünya bankası verilerine göre 20. yüzyılda insan nüfusu önceki yüzyıla göre artış göstermiş ve bunun sonucunda da çevre sorunları dünya problemlerinden biri haline gelmiştir (Gürbüzoğlu-Yalmancı, Gözüm, 2019). Biyoçeşitliliğin kaybı, ormansızlaşma, beslenme sorunları, hava kirliliği, küresel iklim değişikliği ve çevreyle doğrudan ya da dolaylı olarak bağlantılı olan benzeri sorunlar katlanarak artmaya devam etmiştir. Bu sorunların üstesinden gelmek için çabalanmakta ancak bu çözümler bir tarafta etkili olurken diğer tarafta sorunlar devam etmiştir (Ergin, 2019). Hızlı nüfus artışı, sanayileşmenin düzenlenmesi, talebin artması ve küreselleşme, teknolojik gelişme ve bilim sorun unsuru olmaktan ziyade çözümün birer parçası haline gelmelidir (Watson, Halse, 2005). Bu sorunların temel etkenlerinden biri olan çevre kirliliği hava, toprak ve su kirliliği olarak doğaya yansımakta ve insanın da içinde olduğu tüm ekosistemi etkilemektedir (İbadullayeva vd., 2019). Çevre kirliliği atıklar, kimyasallar ve diğer zararlı maddeler yoluyla doğal ortamların kirlenmesi olarak tanımlanabilir. Çevre kirliliği hava, su, toprak, besin ve radyoaktif kirlilik gibi farklı şekillerde ortaya çıkmaktadır. Bu kirlilik türlerinin canlı ve cansız yaşama,

ekosistemlere ve biyolojik çeşitliliğe zarar verdiği yadsınamaz bir gerçektir. Örneğin, hava kirliliği solunum problemlerine, su kirliliği içme suyu kaynaklarının kirlenmesine ve toprak kirliliği tarım verimliliğinin azalmasına neden olabilmektedir. Çevre kirliliği, günümüzün önemli küresel sorunlarından biridir ve insan aktiviteleriyle doğrudan ilişkilidir. Bu sorunun çözümünde eğitim, bilinçlendirme ve erken yaşta başlayan çevre bilinci önemli bir rol oynamaktadır. Çevre eğitimi bireylerin çevreleri hakkında bilinçlenmesi, bilgi sahibi olması, değer ve becerilerle donatılmasını sağlayan ve çevre sorunlarına yönelik harekete geçen bireylerin yetişmesinde önemli bir süreçtir (Kahyaoğlu, Kaya, 2012). Arık ve Yılmaz (2017), çevre kirliliğinin çevre eğitiminde en önemli kavramlardan biri olduğunu ve bu kavramın derinlemesine araştırılması gerektiğini belirtmişlerdir. Özellikle ilkokul çağındaki çocukların çevre kirliliği konusunda bilinçlendirilmesi, gelecekteki liderler olarak doğaya daha duyarlı bir şekilde yaklaşabilmelerini sağlayacaktır. Etkili bir çevre eğitiminde öğrencilerin çevreyi nasıl algıladıkları ve bu algılar üzerinde etkili olan faktörlerin neler olduğu bilinmesi önemli bir husustur (Kıvrak, Uyanık, 2020). Çevre kirliliğinin ne olduğunu, nasıl oluştuğunu ve nasıl önlenmesi gerektiğini öğrenmeye başlama düzeyi olarak ilkokul kritik bir yaş grubunu içermektedir. Bu yaş grubundaki çocuklara çevre kirliliği konusunda eğitim vermek, gelecekte daha sorumlu ve duyarlı bireylerin etkin rol almasına neden olabilmektedir. Bu doğrultuda ilkokul öğrencilerine geri dönüşüm yapma alışkanlığı kazandırılabilir, enerji ve su tasarrufu konularında bilinçlendirme yapılabilir ve doğal yaşamın korunması için önemli adımlar atmaları teşvik edilebilir. Bu eğitim, çocukların doğaya saygı duymalarını, doğal kaynakları korumalarını ve sürdürülebilir bir dünya için sorumluluk almalarını sağlayacaktır. İlkokul öğrencilerinin çevre kirliliği ile ilişkili araştırmalara bakıldığında çoğunlukla görüş ve algı (Atabek-Yiğit, Balkan-Kıyıcı, Yavuz-Topaloğlu, 2019; Çetin, Badem, 2015; Ertürk, 2017; Sağsöz, Doğanay, 2019; Uyanık, 2017) belirleme üzerine olduğu görülmektedir. Bu araştırmada da ilkokul 3. ve 4. sınıf öğrencilerinin çevre kirliliği algılarının ortaya koyulması amaçlanmıştır.

YÖNTEM

Bu araştırma nitel araştırma yöntemlerinden durum çalışmasına yönelik gerçekleştirilmiştir. Durum çalışması sınırlı bir sistemin derinlemesine incelenmesi ve betimlenmesi yaklaşımıdır (Merriam, 2013). Araştırmada yarı yapılandırılmış yönteme dayalı "Çevre kirliliği hakkında ne düşünüyorsun?", "Bildiğin veya gördüğün çevre kirliliklerini söyler misin?", "Çevre kirliliğini önlemek için neler yapabiliriz?" ve "Çevre kirliliği …….benzer, Çünkü; ……." soruları yönlendirilmiştir. Ayrıca "İçimdeki Çevre Kirliliğini Çiziyorum" başlığı altında öğrencilerin çevre kirliliğine yönelik algılarını resim çizerek de ortaya koymaları istenilmiştir. Araştırma 2022-2023 eğitim öğretim yılında İstanbul ili Küçükçekmece ilçesinde öğrenim gören 45 3. sınıf ve 30 4. sınıf öğrenci ile gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın verileri içerik analizi yöntemine göre çözümlenmiştir.

BULGULAR

Öğrencilerden görüşme tekniğiyle elde edilen verilerin analizi sonucunda çevre kirliliği hakkındaki düşüncelerine yönelik kodlar Tablo 1' de verilmiştir.

Tablo 1. *Öğrencilerin çevre kirliliği hakkındaki düşüncelerine yönelik verilerinden elde edilen kodlar*

Kodlar	Frekans
İnsanların çevreyi kirletmesi	32
Canlılara zarar verilmesi	31
Denizlerin kirletilmesi	15
Kötü hissetme	15
Ağaçların kesilmesi	13
Hava kirliliği	4
Sorumsuzluk	4
Geri dönüşüm	3

Tablo 1 incelendiğinde öğrencilerin en çok belirttikleri durumun insanın çevreyi kirletmesi yani kirlilik kaynağının insan olduğu görülmektedir. Ardından çevre kirliliğinin canlılara olan zararı belirtilmiştir. İnsanların denizleri kirlettiği ve ağaçları kestiği belirtilmiş olup bu durumun onlarda kötü hisse yol açtığı ifade edilmiştir. Öğrencilerin çevre kirliliği hakkındaki düşüncelerine yönelik görüşlerinden bazılarını ele alacak olursak Ö3K1 "*Keşke insanlar yere çöp atmasa. Çünkü zarar veriyorlar yani ağaçlar nefes veriyor ama insanlar onları kesiyor. Biz nasıl nefes alacağız? Tabi ki nefes alamayacağız*." , Ö3E1 "*İnsanlar çevreye çöplerini, içeceklerini atıyorlar. Hayvanlar bile biz insanlardan daha temiz keşke biz insanlarda onlar gibi olabilsek. Denizler, parklar ve en önemlisi çevreye çöplerimizi atıyoruz. Atatürk köküne çöplerini atıyorlardı. Oradaki denizlerde Atatürk yüzmüş. Hiç Atatürk'ten bize kalan bir şey kirletilir mi? Bunlar da bizi üzüyor*", Ö3K2 "*Çok kötü düşünüyorum. İnsanlar gidiyorlar piknik, mangal, kamp gibi şeyler yapıyorlar. Buralara atarken arkalarındaki ortama bakmadan gidiyorlar. Bu da beni üzüyor. Ama sadece çimenlik alanlara değil. Denizlerdeki hayvanlar tek tek yok oluyorlar. Kuşlar insanların attığı bir sakızı ekmek parçası sanıp yiyorlar. Bu sakızlar havadaki canlılar için çok kötü oluyor. Bu yüzden üzüldüm*.", Ö4E1 "*Çevre kirliliği yüzünden canlılar ölebilir. Çevre kirliliği tek canlılara değil doğaya, hayatımıza ve geçmişimize de zarar verir*.", Ö4E2 " *İnsanların çevreye karşı sorumluluklarını yerine getirmediğini düşünüyorum*.", Ö4K1 "*Maalesef çevre kirliliği yüzünden ormanlarımız zarar görüyor. Ancak böyle yapmaya devam edersek ağaçlarımız ve hayvanlarımız zarar görüyor. Fakat insanoğlu bunun farkında değil. Eğer böyle yapmaya devam edersek nesillerimiz tükenecek ve hayvanlarımız zarar görecek*."

Öğrencilerin bildikleri çevre kirliliği türlerine yönelik verilerinden elde edilen kodlar Tablo 2' de verilmiştir.

Tablo 2. *Öğrencilerin çevre kirliliği türlerine yönelik verilerinden elde edilen kodlar*

Kodlar	Frekans
Yaşanılan çevrenin kirliliği	45
Su kirliliği	33
Hava kirliliği	15
Toprak kirliliği	10
Ses kirliliği	4
Işık kirliliği	3

Tablo 2 incelendiğinde öğrencilerin çevre kirliliği türlerine yönelik yeterli düzeyde farkındalığa sahip olduğu görülmektedir. Yaşadığı çevrenin kirliliği kodu altında öğrencilerin sokaklar, parklar, ormanlar ve okulların çöplerle dolu olmasına vurgu yaptığı belirlenmiştir.

Öğrencilerin çevre kirliliğinin önlenmesine yönelik verilerinden elde edilen kodlar Tablo 3' te verilmiştir.

Tablo 3. *Öğrencilerin çevre kirliliğinin önlenmesine yönelik verilerinden elde edilen kodlar*

Kodlar	Frekans
Çevreye çöp atmama	32
Geri dönüşüm	24
Uyarma	22
Afiş, film, belgesel gibi görsel unsurlar	19
Filtreleme sistemi	17
Çevreyi koruma	12
Ceza sistemi	6
Bilinçlendirme	5
Çevre polisi	3
Ağaç dikme	2

Tablo 3 incelendiğinde öğrencilerin çevre kirliliğinin önlenmesine yönelik yeterli düzeyde farkındalığa sahip olduğu görülmektedir. Öğrencilerin çevre kirliliğinin önlenmesi için en çok vurguladıkları durumun insanların yaşadığı çevreyi kirletmemesi için yerlere, denizlere, sokaklara çöp atmaması gerektiği olmuştur. Ardından geri dönüşüme yönlenmesi gerektiği ve çöp atanlara yönelik sözlü uyarılarda bulunması gerektiğini belirtmişlerdir. Daha sonrasında bunun için afiş, film, belgesel veya animasyon gibi içeriklerin hazırlanması ve izlenmesi gerektiği olmuştur.

Öğrencilerin çevre kirliliğine yönelik metaforik algılarını ortaya koymak için verilerden elde edilen kodlar Tablo 4' te verilmiştir.

Tablo 4. *Öğrencilerin çevre kirliliğine yönelik metaforik algı verilerinden elde edilen kodlar*

Kodlar	Frekans
Hastalık	16
Çöp kutusu	9
Canavar	7
Salgın	4
Hava	2
Ölüm	2
Renksiz dünya	1
Yanan orman	1
Sessiz Çığlık	1
Zehir	1
Dinozor	1
Deprem	1

Dalga	1
Sofra örtüsü	1
Korona	1
Gübre	1
Yemek yemeye	1
Taş	1
Şişe kapağı	1
Bowling	1
Domino taşı	1

Tablo 4 incelendiğinde öğrencilerin çevre kirliliğine yönelik metaforik algılarında en çok hastalığa benzettikleri görülmektedir. Ardından çevre kirliliğini çöp kutusuna ve canavara benzettikleri belirlenmiştir. Öğrencilerin görüşlerinden bazılarını ele alacak olursak Ö3E2 "*Çevre kirliliği insanın yemek yiyip arkasını toplamamasına benzetiyorum. Çünkü gerçekte aynısıdır. İnsanlar bunu yapıyor*." , Ö3K3 "*Çevre kirliliği gübreye benzer. Çünkü gübrenin içinde hayvan dışkısı vardır*.", Ö3E3 "*Çevre kirliliği depreme benzer. Çünkü evleri sıra sıra yıkar*." Ö4K2 " *Çevre kirliliği yanan bir ormana benzer. Çünkü canlıları öldürebiliyor aynı şekilde yanan bir ormanda canlıları öldürüyor*.", Ö4K3 "*Çevre kirliliği sessiz bir çığlığa benzer. Çünkü yerlere attığımız çöpler atılan yerlerin canını acıtır (mecazen)*.", Ö4E3 "*Çevre kirliliği bence bir salgına benzer. Çünkü çözümünün çok uzun zaman engellenebileceğini düşünüyorum*."

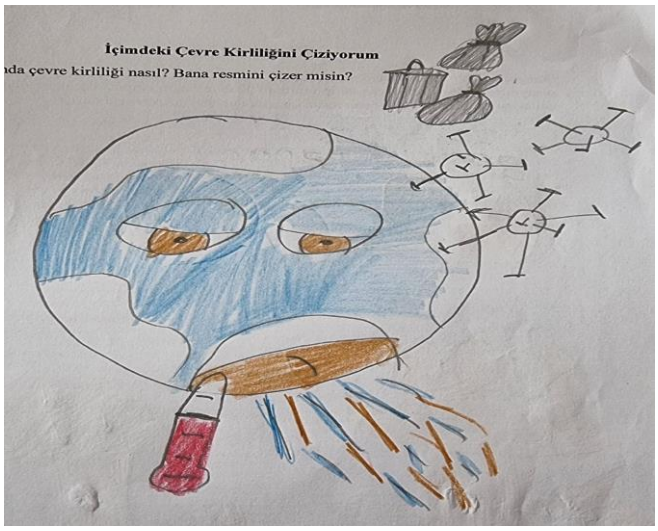
Öğrencilerin çevre kirliliği algılarını resim çizerek ortaya koymaları istenilmiş ve öğrencilerin çizimlerinden elde edilen veriler kodlanarak Tablo 5' te verilmiştir.

Tablo 5. *Öğrencilerin çevre kirliliği çizimleri verilerinden elde edilen kodlar*

Kodlar	Frekans
Çevrenin çöplerle kaplı olması	30
Hava kirliliği	18
Üzülmek	13
Koyu renkler	13
Deniz kirliliği	12
Dünya kirliliği	11
Geri dönüşüm	7
Canlı renkler	5
Pankart	3
Çöp toplama	1
Çevre polisi	1
Hayvanlar	1
Uyarma	1

Tablo 5 incelendiğinde öğrencilerin çevre kirliliğine yönelik çizimlerinde en çok çevrelerinin çöplerle kaplı olduğu betimlenmiştir. Öğrencilerin çizimlerinde yere çöp atarak çöple dolu olan çevrenin daha da kirlendiği vurgusu yaptığı görülmektedir. Ardından çevre kirliliğinden hava kirliliğine vurgu yapacak şekilde çizimlerini betimlediği

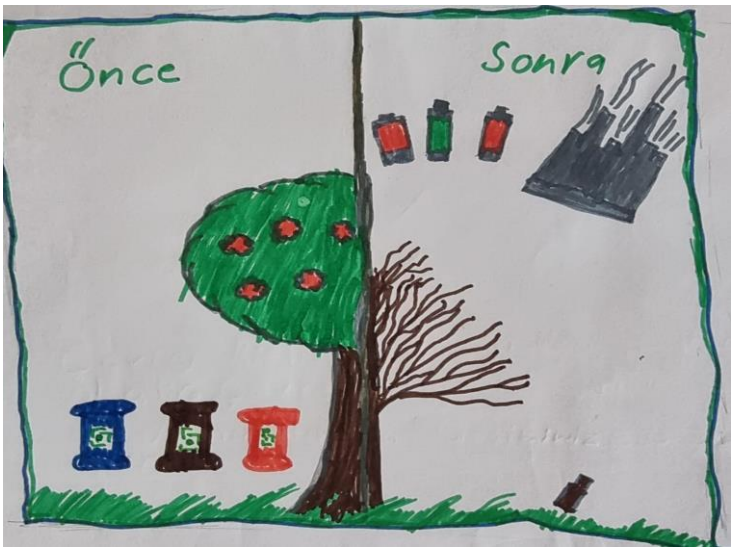
görülmektedir. Daha sonra çevre kirliliğini hem insanları hem de diğer canlıları üzdüğünü betimleyerek kirlikleri koyu renklerle ifade ettikleri belirlenmiştir. Öğrenci çizimlerinden bazıları aşağıda verilmektedir.



Görsel 1. *Ö3K4 Çevre kirliliği çizimi*

Görsel 2. *Ö3K5 Çevre kirliliği çizimi*

Görsel 3. *Ö3E4 Çevre kirliliği çizimi*



Görsel 4. *Ö4E4 Çevre kirliliği çizimi*

Görsel 5. *Ö4K4 Çevre kirliliği çizimi*

Öğrencilerin çevre kirliliğine yönelik verilerinden elde edilen kodlardan temalara ulaşılmış olup bu temalar Tablo 6' da verilmiştir.

Tablo 6. *Öğrencilerin verilerinden elde edilen temalar*

Temalar	Frekans
Yaşanılabilir çevre	163
Dünya kirliliği	138
İnsan	124
Yaşam	110

Tablo 6 incelendiğinde öğrencilerin verilerinden elde edilen temaların dört başlık altında toplanıldığı görülmektedir. Öğrencilerin en çok vurguladığı durumun yaşanılabilir daha temiz bir çevre için neler yapılması gerektiğine yönelik olduğu görülmektedir. Ardından dünyanın ne gibi kirliliklerle karşı karşıya kaldıklarını ifade ettikleri görülmektedir. Daha sonrasında bu kirliklerin en büyük kaynağı ve sorumlusu olarak insanı göstermektedirler. En son olarak da bu kirliliğinin yaşamın içindeki tüm canlı ve cansız olguları nasıl etkilediğini belirttikleri görülmektedir.

SONUÇ VE TARTIŞMA

Araştırmanın sonucuna göre öğrencilerin çevre kirliliğine yönelik farkındalıklarının yüksek olduğu görülmektedir. Bu kirliliğinin temel kaynağının "İnsan" olduğunu ve bunu önlemek için neler yapılması gerektiğini belirttikleri sonucuna varılmıştır. Öğrencilerin gelecek nesillere yönelik hareketlerde bulunulması gerektiğini ve bunun için yaşanılabilir çevre bırakılması farkındalığına sahip oldukları sonucuna varılmıştır. Çevre kirliliğinin dünyanın ve yaşamın sonunu getireceğini ve bunun için harekete geçilmesi gerekliliğini fark ettikleri görülmektedir. Bu doğrultuda öğrencilerin yeterli düzeyde çevre bilincine ve algısına sahip olduğu sonucuna varılmıştır. Araştırmanın sonucunda en çok dikkati çeken durumun ise öğrencilerin kirliliği daha çok yerlerdeki çöplerle ilişkilendirmesi olmuştur. Bu durumun yaşadıkları çevrede maruz kaldıkları algı sonucunda oluştuğunu söylemek mümkündür. Alanyazındaki diğer araştırmalara bakıldığında Pınar (2019), ilkokul öğrencilerinin çevre kirliliğinde en çok çöp vurgusu yaptıklarını belirtmiştir. Çevre kirliliğini önlemek için çöplerin toplanması gerektiğini ifade ettiklerini belirtmiştir. Özsoy ve Ahi (2014), ilkokul öğrencilerinin çevre kirliliğini çevrelerindeki kirliliklerle ilişkilendirdiği ve çöp olgusuna vurgu yaptıklarını belirtmiştir. Uyanık (2017), ilkokul öğrencilerine yönelik yaptığı araştırmada öğrencilerin çöp ve hava kirliliği vurgularını yüksek düzeyde yaptığını belirtmiştir. Ayrıca çevre kirliliğindeki en büyük etkenin insan olduğunu belirttikleri sonucuna varmıştır. Sağsöz ve Doğanay (2019), yaptıkları araştırmada ilkokul öğrencilerinin en çok çöp ve atık vurgusu yaptığını belirtmişlerdir. Çevrenin korunmasına yönelik yeterli düzeyde bilgi sahibi olduklarını ifade etmişlerdir. Bu doğrultuda araştırmanın sonucunun alanyazındaki diğer araştırmalarla tutarlılık gösterdiği söylenebilir.

İlkokul öğrencilerinin çevre kirliliğine karşı daha duyarlı olması için yaratıcı çalışmaların işe koşulması gereklidir. Bu doğrultuda öğrencilerle uygulamalı olarak kirli bir çevrede yaşasalardı nasıl bir hayatları olacaklarına yönelik drama yaptırılabilir, poster hazırlatılabilir, mektup yazdırılabilir. Ayrıca çevrelerinde yaşayan diğer canlıları daha iyi anlamaları ve empati kurabilmeleri adına onların yaşamlarını daha iyi anlamalarına yönelik uygulamalara yer verilebilir. Bu doğrultuda ilkokul öğrencilerine farkındalık kazandıracak sınıf öğretmenlerinin de bu konular hakkında yeterli bilince sahip olabilmesi için ilgili konu hakkında hizmet içi eğitimlere katılması, toplumsal hareketlerde bulunması sağlanabilir. Eğitim fakültelerin lisans programlarında çevre eğitimine yönelik ders sayısının arttırılması ve uygulamalı bir şekilde yürütülmesi gerçekleştirilebilir.

KAYNAKÇA

Arık, S. & Yılmaz, M. (2017). Fen bilimleri öğretmen adaylarının çevre sorunlarına yönelik tutumları ve çevre kirliliğine yönelik metaforik algıları. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, *25*(3), 1147-1164.

Atabek-Yiğit, E., Balkan-Kıyıcı, F. & Yavuz-Topaloğlu, M. (2019). İlkokul öğrencilerinin çevre sorunları ile ilgili kavramlara yönelik algılarının belirlenmesi. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, *19*(3), 732-744.

Çetin, G. & Badem, N. (2015). İlkokul öğrencilerinin temiz ve kirli çevre ile ilgili görüşleri. *Uluslararası Eğitim Bilim ve Teknoloji Dergisi*, *1*(1), 26-41.

Ergin, D. Y. (2019). Environmental Awareness of Teacher Candidates. *World Journal of Education*, *9*(1), 152-161.

Ertürk, R. (2017). İlkokul öğrencilerinin çevre sorunları ve çevre eğitimine yönelik algıları. *İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, *18*(3), 12-24.

Gürbüzoğlu-Yalmancı, S. & Gözüm, A., İ., C. (2019). The study of whether receiving a pre-school education is a predictive factor in the attitudes of high school students toward the environment according to their environmental ethics approach. *International Electronic Journal of Environmental Education, 9*(1), 18-32.

İbadullayeva, J., Jumaniyazova, K., Azimzadeh, S., Canıgür, S. & Esen, F. (2019). Çevre kirliliğinin insan sağlığı üzerindeki etkileri. *Türk Tıp Öğrencileri Araştırma Dergisi*, *1*(3), 52-58.

Kahyaoğlu, M. & Kaya, M. F. (2012). Öğretmen adaylarının çevre kirliliğine ve çevreyle ilgili sivil toplum örgütlerine yönelik görüşleri. *Eğitim Bilimleri Araştırmaları Dergisi Uluslararası e-Dergi, 2*(1), 91-107.

Kıvrak, A. H. & Uyanık, G. (2020). İlkokul dördüncü sınıf öğrencilerinin çevre kirliliğine yönelik zihinsel modellerinin belirlenmesi. *Eğitim ve Teknoloji*, *2*(1), 1-15.

Merriam, S. B. (2013). *Nitel araştırma: Desen ve uygulama için bir rehber* (3. Baskıdan Çeviri, Çeviri Editörü: S. Turan). Ankara: Nobel Yayın Dağıtım

Pınar, E. (2019). *İlkokul öğrencilerinin çevre ve çevre sorunları ile ilgili algıları*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü.

Sağsöz, G. & Doğanay, G. (2019). İlkokul öğrencilerinin çevre ve çevre sorunlarına ilişkin görüşlerinin incelenmesi (Giresun ili örneği). *Anadolu University Journal of Education Faculty*, *3*(1), 1-20.

Uyanık, G. (2017). İlkokul öğrencilerinin çevre kirliliğine ilişkin görüşleri. *Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, *14*(1), 1574-1600.

Özsoy, S. & Ahi, B. (2014). İlkokul öğrencilerinin geleceğe yönelik çevre algılarının çizdikleri resimler aracılığı ile belirlenmesi. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri, 14*(4), 1557-1582

Watson, K. & Halse, C. M. (2005). Environmental attitudes of pre-service teachers: A conceptual and methodological dilemma in cross-cultural data collection. *Asia Pacific education review*, *6*, 59-71.

METAL PLAKA APLİKENİN TARİHSEL SÜREÇTE İNCELENMESİ

Mine CAN
Doç. Dr., Kocaeli Üniversitesi/Kocaeli, Türkiye, mine_can82@hotmail.com

ÖZET

İşleme sanatı, el sanatları ve süsleme sanatları tarihi içerisinde özel ve önemli bir yere sahiptir. İşlemenin tam olarak ne zaman ve nerede ortaya çıktığı bilinmemekle birlikte, başlangıç olarak gösterilen ilk çağlardan günümüze kadar geçen sürede toplumdan topluma, bölgeden bölgeye bazen değişik özelliklerle, bazen de etkileşmeler sonucu benzer özellikler göstererek gelişmiştir. Giyim kuşam ve süslenme geleneğinin varlığı, insanoğlunun devamlı güzel olanı arama arzusu gibi sebeplerle işleme teknikleri yüzyıllardır giysi ve eşyaların bezemesinde kullanılmıştır. İşlemelerin estetik özellikleri kültür arası farklı özellikler gösterse de geleneksel uygulama şekilleri korunarak bu gelenek devam etmiştir. Yüzlerce yıldır insan etkileşimleri ile farklı coğrafyalara yayılan bazı işleme teknikleri değişen moda ve estetik anlayışa paralel olarak kaybolmaya yüz tutmuştur. Bu teknikler arasında olan metal plaka aplikenin tarihsel süreçte oldukça dikkat çekici olduğu düşünülmektedir. Sanat tarihi ile ilgili araştırmalar incelendiğinde, altın vb. değerli madenlerin süsleme amaçlı kullanımı oldukça eskiye dayandığı görülmüştür. Değerli madenlerden yapılmış ince levhalardan kesilen küçük parçalara stampa tekniğiyle desen veya figürler basıp, giysileri süsleme yöntemi olarak adlandırabileceğimiz metal plaka aplike, pek çok medeniyet tarafından çokça kullanılmıştır. Anadolu'da Efes Artemis kazılarında, Uşak-Güre kümülüslerinin buluntuları arasında pahalı tören giysilerine dikilmiş kabartma motiflerle süslü ince altın levhalar bulunmuştur. Hun, Göktürk ve Uygurlara ait Orta Asya Türklerine ait kurgan adı verilen mezar odalarında metal plaka ile süslenmiş giysi, kemer vb. eşyalar ele geçirilmiştir. Çeşitli hayvan ve insan figürleriyle bezeli bu parçalar, yüzlerce yıl varlığını sürdürecek bir modanın öncüsü olmuştur. Bu çalışma kapsamında metal plaka aplike tekniği tarihi buluntulardan örneklerle incelenmiştir. Tarama modeline dayalı betimsel bir araştırma olan çalışmanın verileri; yazılı ve basılı kaynakların taranması sonucunda elde edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: El sanatları, işleme, metal plaka aplike.

EXAMINATION OF METAL PLATE APLIQUE IN HISTORICAL PROCESS

ABSTRACT

The art of embroidery has a special and important place in the history of handicrafts and decorative arts. Although it is not known exactly when and where embroidery emerged, it has developed from society to society, from region to region, sometimes with different characteristics and sometimes with similar characteristics as a result of interactions. Embroidery techniques have been used in the decoration of clothes and objects for centuries for reasons such as the existence of the tradition of clothing and adornment and the desire of human beings to constantly seek the beautiful. Although the aesthetic characteristics of embroidery show different characteristics between cultures, this tradition has continued by preserving the traditional application forms. Some of the embroidery techniques, which have spread to different geographies with human interactions for hundreds of years, have been lost in parallel with the changing fashion and aesthetic understanding. Among these techniques, metal plate appliqué is thought to be quite remarkable in the historical process. When the researches on art history are analysed, it is seen that the use of precious metals such as gold etc. for ornamentation purposes dates back to quite old times. Metal plate applique, which we can call the method of decorating clothes by printing patterns or figures on small pieces cut from thin plates made of precious metals with the stamp technique, has been widely used by many civilisations. During the excavations of Ephesus Artemis in Anatolia, thin gold plates decorated with relief motifs sewn on expensive ceremonial garments were found among the finds of Uşak-Güre cumulus. In the grave chambers called kurgan belonging to the Central Asian Turks of the Huns, Gokturks and Uighurs, clothes, belts, etc. decorated with metal plates were found. These pieces, decorated with various animal and human figures, have been the pioneer of a fashion that will continue to exist for hundreds of years. Within the scope of this study, metal plate appliqué technique was analysed with examples from historical finds. The data of the study, which is a descriptive research based on the survey model were obtained by scanning written and printed sources.

Keywords: Embroidery, handicrafts, metal plate applique.

GİRİŞ

İşleme, değişik özelikteki dokumalar, keçe, deri vb. malzemeler üzerine, elde veya makinede, iğne ya da tığla, ipek, yün, keten, pamuk, metal vb. iplikler kullanarak çeşitli iğne teknikleri ve uygulama biçimleri aracılığıyla gerçekleştirilen bezemelere denir (Barışta, 1999: 4). İşlemenin ne zaman ve nerede ortaya çıktığı tam olarak bilinmemekle birlikte, yazılı kaynaklar incelendiğinde insanlık tarihi kadar eski olduğu anlaşılmaktadır. Babil yazma ürünlerinde iğnenin bir işleme aracı olduğuna dair kayıtlar mevcuttur (Berker, 1974: 2). Mısır, Mezopotamya, Asur, İran ve Anadolu uygarlıklarının çeşitli sanatları ile yapılan kazılarda bulunan ürünler, işleme sanatının o dönemlerde de var olduğunu göstermiştir. Yapılan araştırmalarda M.Ö. 3500-2000 yıllarında Mezopotamya'da hüküm süren Sümerlerde, kadınların işlemeli kıyafetler giydikleri tespit edilmiştir (Berker, 1981: 3). Yine Asur anıtlarının bazı heykellerinin yarım kabartmalarındaki nakışlı elbiseler, işlemenin o yüzyıllarda varlığına referans olarak gösterilmektedir (Emre vd., 1974: 4). Anadolu topraklarında M.Ö. 750-300 yılları arasına varlıklarını sürdüren Friglere ait, Ankara'da yapılan kazılarda bulunan bazı kumaş parçalarında, iplik çekilerek yapılmış antikalar, sarma sıraları, ajur çeşitlemeleri ve boncuk işlemeleri uygulandığı görülmüştür. Romalılar döneminden kalan keten üzerine zincir, yarma zincir işi ile işlenmiş portreler, ağaçlar ve meyve tabaklarının yer aldığı kumaş parçaları ile kum iğnesi ve taftingle bezenmiş dokuma örnekleri yeni işleme tekniklerine işaret etmektedir (Barışta, 1995: 4-5). Orta çağ şatolarında işleme sanatı, şato sahipleri ve oda hizmetçileri tarafından yapılarak ilerletilmiştir.

Dönemin kahramanlarının başarıları, büyük dokuma kumaşlar üzerine işlenerek canlandırılmıştır. Orta çağ başlarından bu yana pek çok manastırda işleme atölyeleri bulunduğu ve bu atölyelerde genellikle papazların dini kıyafetleri ile kilise eşyalarına işleme yapıldığı bilinmektedir (Sürür, 1976: 61). Rönesansla birlikte işleme sanatında büyük değişiklikler meydana gelmiş Venedik, Cenova ve Floransa hükümetleriyle Doğu arasındaki ilişkiler sonucu, işleme teknikleri farklı coğrafyalara dağılmıştır (Emre vd., 1974: 5). Bu dönemde Avrupa işleme sanatı üzerinde Osmanlı sanatının çok büyük etkileri olmuştur. Özellikle 16 ve 17. yüzyılda iki yüz yıldan fazla Osmanlı hakimiyetinin hüküm sürdüğü Avrupa'da Türk işlemeciliği çok beğenilmiş ve ilgi görmüştür.

YÖNTEM

Tarama modeline dayalı betimsel bir araştırma olan bu çalışma kapsamında metal plaka aplike hakkında bilgilere yer verilmiştir. Araştırma verileri yazılı ve basılı kaynakların taranması sonucunda elde edilmiştir.

METAL PLAKA APLİKENİN İŞLEME SANATI TARİHİNDEKİ YERİ VE ÖNEMİ

Aplike, dokumanın iplikleri kapatılarak yapılan bir işleme tekniğidir. Bezemek istenilen kumaş ya da deri üzerine, başka kumaş veya deriden hazırlanmış motiflerin çeşitli tekniklerle tutturulmasıyla işlenir (Barışta, 1999: 196). Metal plaka aplike tekniğinde ise süslenmek istenen zemine ince metal levhalardan hazırlanan motifler ya çevresinden tutturmak için yapılmış deliklerden dikilerek ya da arkalarındaki tırnak biçimli klipslerden kilitlenerek monte edilir.

Sanat tarihi ile ilgili araştırmalar incelendiğinde değerli madenlerin süsleme amaçlı kullanımının oldukça eskiye dayandığı görülmektedir. Değerli madenlerden yapılmış, ince levhalardan kesilen küçük parçalara stampa (tersinden kabartma) tekniğiyle desen veya figürler basarak giysileri süsleme yöntemi, Ege bölgesinde erken Yunan dönemi halkları olarak bilinen Mikenler (Mycenae) tarafından çokça kullanılmıştır. M.Ö. 1600-1200 yılları arasında var olmuş bir topluluk olan Mikenlerin mezarlarında pahalı tören giysilerine dikilerek ya da yapıştırılarak kullanılmış olan, 5-7 cm. çapında, kabartma motiflerle süslü ince altın levhalar bulunmuştur. Mürekkep balığı, ahtapot, kelebek, kuş ve insan figürleriyle bezeli bu parçalar, dünya tarihinde yüzlerce yıl varlığını koruyacak bir modanın öncüsü olması bakımından oldukça önemlidir (Türe, 2006: 58).

Resim 1. Mikenlere (Mycenae) ait ahtapot motifiyle süslü altın elbise aplikesi, Atina Milli Müzesi.

Anadolu'da 1869-1871 yılları arasında Efes Artemis tapınağında yapılan kazılarda, eski tapınak alanında kraliçeye sunulmuş olan elbise üzerinde altın plakalar bulunmuştur. Tanrıça heykelinin kaidesinde bulunan çok sayıdaki altın elbise plakasının adak olarak sunulan bir giysi olduğu anlaşılmıştır. Yuvarlak, kare ya da yıldız biçimli bu plakaların

bir bölümü, Artemis kültürünün simgeleriyle bezelidir (Türe, 2006: 107). Uşak Güre kümülüslerinin buluntuları arasında yer alan çok sayıdaki altın elbise plakası ile Bodrum'da bir kadın lahdinden çıkarılan elbise plakaları, M.Ö. 7-5. yüzyıllar arasında batı Anadolu'da yüksek statü giysilerinde metal plakaların kullanıldığını göstermiştir (Türe, 2006: 115). M.Ö. 595-331 yılları arasında varlığını sürdürmüş olan, altını güç ve zenginlik simgesi olarak kullanan Persler tarafından da elbise süslemelerinde altın plakaların kullanıldığı anlaşılmıştır (Türe, 2006: 114).

Orta Asya Türk sanatına yönelik araştırmalarda metal plaka aplike uygulamalarına sıklıkla rastlanmıştır. Kuray ve Kudırge'deki Göktürk buluntuları arasında ele geçen kemerler üzerinde metal plaka aplike uygulamaları görülmüştür (Ögel, 2003: 156). Hunların özellikle aplike konusunda çok başarılı oldukları tespit edilmiş, Pazırık kurganından çıkarılan bir eğer süsünde, deriden figürlerin kesilerek aplike işlemini gerçekleştirdikleri anlaşılmıştır. Çeşitli yaygı ve örtüler üzerine uygulanan aplikelerin bazılarında tutturma işlemi için renkli yün iplikler kullanılmıştır (Sürür, 1976: 11). Bu ürünlerde grifonlar ve efsanevi hayvan resimlerinin aplike tekniğiyle işlendiği görülmüştür (Ögel, 2003: 65). Ulan Bator'da Hunlara ait mezar duvarlarına asılan örtülerde de aplike tekniği ile çalışılmış hayvan figürlerine ve keçeler üzerine çalışılmış renkli insan figürlerine rastlanmıştır (Aslanapa, 1993: 11).

Avrasya step kültüründe kurgan adı verilen, krallara ve soylulara ait üzeri toprakla örtülerek yükseltilen mezar odalarından çıkartılan buluntular arasında, törensel giysilerin desenli küçük altın plakalarla bezendiği görülmüştür. Bilinen en eski İskit kurganlarından Sibirya'da Tuva Özerk Cumhuriyeti'nin Arjan köyü yakınındaki bir vadide, M.Ö. 7. yüzyıla ait bir mezarda, benzer şekilde giyinmiş olan kral ve eşinin elbiseleri yaban domuzu şeklinde çok sayıda metal plaka ile süslenmiştir. Aynı kazıda bulunan eserler arasında ince altın plakalardan kesilmiş balık figürleri ile süslenmiş at koşumları bulunmaktadır (Türe, 2006: 72-77). Kazakistan'ın Essik kasabası yakınlarında bir kurganda bulunan genç bir erkeğe ait mezarda üzeri dört bin küçük altın plaka ile bezenmiş, kısa bir kaftan, yüksek başlık ve çizmeden oluşan giysi bugüne kadar ele geçen en görkemli metal plaka aplike buluntuları arasındadır. Göktürk alfabesiyle yazıldığı anlaşılan metinden 23 yaşında öldüğü anlaşılmıştır. Altın elbiseli adam olarak bilinen ve dünya sanat tarihi açısından oldukça önemli olan giysinin üzerinde Şamanizm felsefesinde kutsal sayılan aslan, yaban keçisi, geyik gibi hayvanların altın plakalardan kesilmiş semboller yer almaktadır (Türe, 2006: 77).

Resim 2. Kazakistan'ın Essik kasabasında bir kurganda bulunan, sanat tarihinde Altın Elbiseli Adam olarak da bilinen erkek giysisine ait bir süs plakası.

Osmanlı döneminde kuyumcu ustaları ile nakkaşların birlikte çalışması, birbirinden tamamen farklı özellikler arz eden iki sanatın bir araya gelerek oluşturduğu görsel bir zenginliktir. Kuyumcular tarafından hazırlanan metal plakalar, nakkaşlar tarafından çeşitli işlemeler eşliğinde kumaşlara tutturulmuştur. Bir tür aplike olarak kabul edilen bu teknikte plaka motifler altın, gümüş, pirinç gibi değerli metallerden hazırlanır. Saray için yapılan

işlemelerde kullanılan süs plakalarının üzerinde değerli taşların kakıldığı görülür. Kuyumcu ve nakkaşların beraber çalışarak yapmış olduğu bu tür işlemeler arasında Topkapı Sarayı Müzesi'nde bulunan taht örtüleri, taht perdeleri, taht yastıkları, ok ve yay torbaları, tabanca kılıfları, cüz keseleri, cilbentler, nihaliler bulunmaktadır. Topkapı Sarayı Müzesi'nde bulunan 16. yüzyıla ait seraserden yapılmış ok ve yay torbası dönemin en güzel örnekleri arasındadır. Ok ve yay torbasının zemini üzeri yakut, zümrüt, firuze ve yeşim kakılı kare, dikdörtgen, oval ve sekizgen formlu altın plakalarla süslenmiştir. Zeminde ise kordon tutturma tekniği ile yapılmış süslemelerin aralarında inci işlemeleri görülmektedir (Barışta, 1999).

Resim 3. Osmanlı döneminde içerisinde okların taşındığı metal plaka aplike ile süslenmiş tirkeş, Topkapı Sarayı.

SONUÇ

Metal plaka aplike günümüzde uygulaması son bulmuş bir işleme tekniği olarak tarih sahnesindeki yerini almıştır. Tarih öncesi çağlardan itibaren kullanılan bu tekniğin kullanılan eşyaları değerli hale getirme amacıyla uygulandığı anlaşılmıştır. Türklerin altın plakaları aplike tekniğiyle kullanma geleneği ise Orta Asya'ya kadar dayanmaktadır. Türk işleme sanatı ile ilgili tarihi örneklerin büyük çoğunluğu Osmanlı dönemine ait olduğu için metal plaka aplikenin bu dönemde de başarılı şekilde uygulandığı görülmüştür.

KAYNAKÇA

Aslanapa, O. (1993). Türk El Sanatı Kitabı. İstanbul: İnkılap Kitabevi Yayın Sanayi ve Ticaret A.Ş.

Barışta, Ö. H. (1995). Türk İşleme Sanatı Tarihi. (2. Baskı). Gazi Üniversitesi Mesleki Yaygın Eğitim Fakültesi Yayın No:1. Ankara: G.Ü. İletişim Fakültesi Basımevi.

Barışta, Ö. H. (1999). Osmanlı İmparatorluğu Dönemi Türk İşlemeleri. (1. Baskı). T.C. Kültür Bakanlığı Yayınları / 2342. Ankara: Türk Tarih Kurumu Basımevi.

Berker, N. (1974). Türk İşlemeleri. *Sanat Dünyamız*, 2, 2-10.

Berker, N. (1981). İşlemeler. Topkapı Sarayı Müzesi: 6. İstanbul: Yapı ve Kredi Bankası Kültür ve Sanat Hizmetlerinden.

Emre, K., Ölçmen, M., Sain, B., Markaloğlu, Ş., Doğruol, H. (1974). Nakış (Hesap İğneleri, Basit Nakış İğneleri, Ajurlar, Danteller). Ankara: Mektupla Öğretim Merkezi 1731-1.

Ögel, B. (1985). Türk Kültür Tarihine Giriş V: Türklerde Giyecek ve Süslenme. (2. Baskı). Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları: 638. Kültür Ürünleri Dizisi: 46. Ankara: Başbakanlık Basımevi.

Sürür, A. (1976). Türk İşleme Sanatı. Türk Süsleme Sanatları Serisi: 4, Ak Yayınları. İstanbul: Apa Ofset Basımevi.

Tezcan, H. (2001). Saray İçin Yapılan Gümüşlü, Altınlı Dokumalar, İşlemeler. *Antik Dekor Dergisi*, (64), 70-78.

Türe, A. (2006). Dünya Kuyumculuk Tarihi I (Takının Öyküsü). İstanbul: Goldaş Kültür Yayınları IV.

Görsel Kaynaklar

Resim 1. https://tr.pinterest.com/pin/216383957091592638/ (Erişim tarihi: 02.03.2024)

Resim 2. https://tarihvearkeoloji.blogspot.com/2014/06/iskitsaka-turkleri-kazakistan.html?m=1 (Erişim tarihi: 15.04.2024)

Resim3.https://www.calvert.ch/photo/travel/Turkey/slides/Topkapi%20Palace,%20Istanbul%20Turkey%2011.html (Erişim tarihi: 19.04.2024)

SPOR TESİSLERİNİN UYGUNLUK DURUMU İLE ENGELLİ SPORCULARIN MEMNUNİYET DÜZEYLERİNİN KARŞILAŞTIRILMASI*

Doç. Dr. Gülay BULGAN
Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta, Türkiye, gulaybulgan@sdu.edu.tr

Prof. Dr. Aygen OKSAY
Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta, Türkiye, aygenoksay@sdu.edu.tr

Prof. Dr. Didar BÜYÜKER İŞLER
Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta, Türkiye, didarbuyuker@sdu.edu.tr

Prof. Dr. Serpil SENAL
Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta, Türkiye, serpilsenal@sdu.edu.tr

Yüksek Mimar Ebubekir GÜNDOĞDU
İstanbul Büyükşehir Belediyesi, gundogdue@gmail.com

Özet

Türkiye'de yaklaşık 9 milyon; tüm dünyada ise yaklaşık 1 milyar engelli bireyin olduğu tahmin edilmektedir. Dolayısıyla bu kadar yoğun bir nüfusu temsil eden engelli bireylerin hayatın her alanına dahil edilmesi oldukça önemlidir. Modern toplumlarda engelli bireylerin toplumsal yaşama katılımlarının önündeki engellerin kaldırılması ve hayatın her kesimine uyumlarının sağlanması gelişmişlik düzeyinin bir göstergesi olarak kabul edilmektedir. Bu bağlamda yapılan çalışmalar sporun, engellilerin toplumsal yaşama katılmalarını sağlayıcı önemli bir araç olduğunu göstermektedir. Engellilerin sosyalleşme araçları içerisinde yer almakta olan sporun; boş zaman faaliyetleri, rehabilitasyon ve sağlık açısından faydalarının yanında eğitim ve iş fırsatları yaratması açısından da pek çok olumlu etkisi olduğu görülmektedir. Bunun yanı sıra spor, engellilerin bireylerarası iletişimini artırmakta, inisiyatif alma ve uyum becerilerini geliştirmektedir. Engelli sporcuların, sportif faaliyetler ile yaşam sevinçlerinin arttığı, toplumsal bağları daha güçlü, özgüvenleri yüksek bireylere dönüşmüş oldukları görülmektedir. Engelli bireyler açısından spor yapma hakkının eylem boyutunda da gerçekleştirilebilir olması, öncelikle spor tesisleri ya da spor alanlarının engellilerin ihtiyaçlarına karşılık verecek şekilde gerekli yapısal ve hizmet unsurları ile dizayn edilmesine bağlıdır. Bu bağlamda gerçekleştirilmesi bu çalışma ile spor tesislerinin ve Gençlik Merkezlerinin engelli sporculara uygunluk düzeyi ile bu tesisleri kullanan engelli sporcuların memnuniyet düzeylerinin ilişkisinin ortaya konulması amaçlanmıştır. TUBİTAK1001 projesi kapsamında desteklenen proje kapsamında oluşturulan bu çalışma ile öncelikle Türkiye'deki 7 bölge içerisinde en fazla engelli sporcu sayısına sahip iller tespit edilmiştir. 7 temel kriter ve 6 alt kriter olmak üzere toplam 538 değişkene göre seçilen tesislerin durum analizi yapılmıştır. Bununla birlikte söz konusu tesis ve Gençlik Merkezleri'nde görev yapan antrenör, idari personel ve tesisleri kullanan engelli sporcularla yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılarak mülakatlar yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Engelli sporcular, spor tesisleri, memnuniyet, engellilik, erişebilirlik düzeyi

*This paper is derived from a Project funded by TUBİTAK1001 Project No 221K339.

COMPARISON OF THE SUITABILITY OF SPORTS FACILITIES AND THE SATISFACTION LEVELS OF DISABLED ATHLETES*

Abstract

There are approximately 1 billion individuals with disabilities in the World. In Turkey this number is 8,5 million. Therefore, it's very important to include these individuals in all areas of life, which represents such a dense population. In modern societies, to remove all the barriers in the social life and make them adaptable to the disabled individuals is accepted as an indicator of the level of development. Within this context, the studies show that sports is an important tool that increases the participation of the disabled individuals into the society. Sports, which is one of the socialization tools used for the disabled individuals, is also known for the benefits of leisure activities, health and rehabilitation as well as for education and work opportunities. Along with this, sports increases interpersonal communication of the disabled and improve their ability to take initiative and adapt. It is seen that along with sports the joy of life of the disabled athletes increases, the connection with the society becomes stronger and the self-confidence level increases. The realization of the right to do sports for the disabled depends on the design of sports facilities or sports fields and Youth Centers with the necessary structural and service elements to meet the needs of the disabled. Within this context the main aim of this study is to examine the relationship between the satisfaction level of the disabled athletes and the availability level of the sports facilities and Youth Centers in Turkey. This study, which is funded by The Scientific and Technological Research Council of Türkiye (TUBİTAK) is done using mixed methods. Seven cities, representing every region of Turkey, which have the highest number of disabled athletes has been selected and the chosen sport facilities in those cities have been evaluated with 538 statements. Interviews have been conducted with the trainers, disabled athletes and the administrative personnel in the in the chosen facilities. The data gathered have been evaluated by using Maxqda.

Keywords: Disabled Athletes, Sport Facilities, Satisfaction, Disability, Accessibility Level.

LITERATURE REVIEW

There are approximately 1 billion individuals with disabilities in the World (United Nations, 2021). Therefore, it's very important to include these individuals in all areas of life, which represents such a dense population. In modern societies, to remove all the barriers in the social life and make them adaptable to the disabled individuals is accepted as an indicator of the level of development. Within this context, the studies show that sports are an important tool that increases the participation of the disabled individuals into the society. Sports, which is one of the socialization tools used for the disabled individuals, is also known for the benefits of leisure activities, health, and rehabilitation as well as for education and work opportunities (European Commission, 2010; Konar & Pepe, 2009). Along with this, sports increase interpersonal communication of the disabled and improve their ability to take initiative and adapt. It is seen that along with sports the joy of life of the disabled athletes increases, they have stronger ties with the society, are more dependant, healthier and have a higher life quality. (Gür, 2001). The realization of the right to do sports for the disabled depends on the design of sports facilities or sports fields with the necessary structural and service elements to meet the needs of the disabled (Çınarlı & Ersöz, 2010). In order to remove this obstacle, Turkey, with some laws and regulations have formed standards concerning the sport facilities and the Youth Centers. In this context a project has been funded by The Scientific and Technological Research Council of Türkiye (TUBİTAK), to determine the accessibility level of the sport facilities and Youth Centers all around Turkey and evaluate the satisfaction levels of the disabled athletes who use those sport facilities. The

*This paper is derived from a Project funded by TUBİTAK1001 Project No 221K339.

funded project started in August 2022 and will end in August 2024. Within this study the ongoing studies throughout the project will be shared.

METHODS AND FINDINGS

The universe of this study consists of 7 cities, Adana, Ankara, Gaziantep, İstanbul, İzmir, Samsun and Van, which have the greatest number of disabled athletes, representing the 7 regions in Turkey. After all the necessary permissions have gotten from the municipilaties and the Ministry of Youth and Sports, the facilities to be evaluated were decided. 5 facilities in İstanbul, İzmir, Ankara and Samsun; 3 facilities in Adana, Gaziantep and Van have been evaluated as a total.

The questionnaire, to evaluate the accesibility of the sports facilities, have been formed on the Accessibility Guide prepared by the T. R. Ministry of Family and Social Services and the Turkish Standardization Institute. As a result, 538 items were determined and these were divided into 7 main themes, which can be seen in detail in Table 1. Each variable was subjected to a binary scoring (0-1) system to determine the suitability of the sports facilities visited.

Table 1. Sports Facilities Qualification Criteria

Main Themes	Subthemes	# of variables
External environment	**1.1.** Building immediate surroundings	66
	1.2. Garden path	72
Parking lot	-	37
The main entrance	-	80
Internal environment	**4.1.** Indoors	1
	4.2. Toilets	46
	4.3. Indoor horizontal circulation	135
	4.4. Indoor vertical circulation	67
Emergency and building installation	-	9
Routing and marking		13
Tactile walking surface markings		12
Total		**538**

The data gathered from the questionnaire were first transferred to a workflow diagram using a binary scoring system where all the 538 factors were coded as 1 (if the factor is met) and 0 (if the factor is not met). During the coding the statements that have a critical importance (the expressions with *) have been determined and specifically stated during the frequency analysis. The accessibility percentage of each theme was calculated and the total accessibility of each facility was determined with frequency analysis. The data gathered is shown in Table 2.

Table 2. The Accessibility Status of Sport Facilities (%)

	Total number of statements scored	Total number of statements that exist (1)	Total number of non-existing statements (0)	Accessibility percentage of the facility (%)	Total number of statements with *	Total number of statements receiving 1 point among statements with *	Accessibility percentage of the facility according to the statements with *(%)
ADANA							
ASKİ	122	79	43	**64**	70	47	**67**
Adana Youth Center	208	142	66	68	128	96	75
TOHM	222	160	62	**72**	134	102	**76**
GAZİANTEP							
Kamil Ocak Swimmimg Pool	160	84	76	**52**	84	51	**60**
Talat Özkarslı Sport Facility	213	124	89	58	128	81	63
Gaziantep Olympic Swimming Pool	177	110	67	**62**	109	71	**65**
İSTANBUL							
Beylikdüzü Sport Complex	282	138	144	**48**	162	89	**54**
Cemal Kamacı Sport Complex	209	178	31	**85**	131	122	**93**
Şile Sport Complex	213	142	71	66	129	88	68
Yeşil Vadi Disabled Individuals Sport Center	149	84	65	56	85	49	57
Maltepe Athletics Track	141	107	34	75	81	70	86
ANKARA							
Arena Sport Facility	191	144	47	**75**	81	46	57
TOHM	211	122	89	**57**	70	41	58
TOHM-Individual Sports Building	205	136	69	66	134	80	**59**
Yenimahalle Sport Complex	295	194	101	66	81	42	**52**
Ümitköy Sport Complex	222	140	82	63	128	68	53
İZMİR							
Bornova Youth Center	157	69	88	43	70	14	20
Halkapınar Sport Facility	170	91	79	53	70	19	27
Vali Hüseyin Öğütçen Sport Facility	170	80	90	47	70	15	21
Celal Atik Sport Facility	211	131	80	**62**	70	42	**60**
Naim Süleymanoğlu Sport Complex	128	56	72	**43**	70	19	**27**
SAMSUN							

Canik Atatürk Sport Facility	176	114	62	**64**	110	75	**68**
Canik Gymnastics Hall	211	127	84	**60**	127	74	**58**
Canik Youth Center	186	112	74	60	111	70	63
İlkadım Athletics Track	190	120	70	63	117	76	64
Mustafa Dağıstanlı Sport Facility	205	131	74	63	126	77	61
VAN							
Nur Tatar Sport Facility	207	118	89	**57**	123	63	**51**
Tuşba Youth Center	211	127	84	60	129	80	62
Tuşba Sport Facility	178	115	63	**64**	109	74	**67**

As seen in Table 2 the sport facility that have the highest accessibility rate of the sport facilities visited in İstanbul is Cemal Kamacı Sport Complex (85 %); TOHM (72 %) in Adana; Gaziantep Olympic Swimming Pool (62%) in Gaziantep; Arena Sport Facility (75%) in Ankara; Celal Atik Sport Facility (65%) in İzmir; Canik Atatürk Sport Facility (64%) in Samsun and Tuşba Sport Facility (64%) in Van.

The researchers, during their visits to the facilities, interviewed 61 trainers, 84 administrative personnel and 26 disabled athletes to gather deeper information on the physical conditions of the facilities, the training programmes in the facilities, the main reasons why the facility is chosen. The resuls of these interviews helped to form the questionnaire on the satisfaction level of the disabled athetes. The questions of the interviews were constructed according to the relevant literature (Gülümseyen, 2019; Kızar, 2018; Kızar et al., 2018; Demiröz, 2009; Aksoy, 2006; Furst et al., 1993) and the sample was chosen according to the purposive sampling method. After receiving acceptance from the Ethical Board of Suleyman Demirel University, the data gathered from the interviews were analyzed by MaxQda.

Table 3. Internal Consistency Analysis Results within the Scope of Reliability Tests

	Reliability Analysis Miles & Huberman Approach (1994)	**Total Number of Codes**	**Total Number of Compatible Codes**	**Total Number of Incompatible Codes**
Disabled Athletes	Observer 1	642	501	191
	Observer 2	692		
	Number of Codes After the Consensus	673	673	0
	Reliability Level*		**97%**	
Trainers	Observer 1	1205	1113	294
	Observer 2	1407		
	Number of Codes After the Consensus	1339	1339	0
	Reliability Level*		**95%**	
Administrative Personnel	Observer 1	1412	1059	353
	Observer 2	1317		
	Number of Codes After the Consensus	1362	1362	0

	Reliability Level*		**96%**	
Total	Observer 1	3259	2673	838
	Observer 2	3416		
	Number of Codes After the Consensus	3374	3374	0
	Reliability Level*		**96%**	

(* $p \leq 0.05$)

The internal consistency method was used for validity and reliability of the study. The data gathered was coded with 2 observers independently. The difference between the codes were solved by consensus. After the total number of codes to be used in the study was cleared, to calculate the reliability level of the study, the total number of codes to be used in the study were divided into the total number of compatible and incompatible codes. Table 3 shows the number of codes, the number of compatible codes, the number of incompatible codes and the reliability levels.

The answers of the participants gathered from the interviews were coded by using MaxQda 2020. The codes were grouped according to their similarities, separately for each participant group, and the code groups were distributed into themes (Table 1) according to the content of the questions in the forms presented to the participants. To describe and interpret the codes some abbreviations (ES for disabled athletes, A for trainers and İP for administrative personnel) were used. Expert opinions were used to create the classification of codes, the code scheme and the themes in the interviews. The data on the coding is given in detail in Table 4.

As seen in Table 4, a total of 171 participants have participated in the interviews, 24 themes and 3374 codes have been created. 13 of the themes have been created from the answers of the disabled athletes whereas 11 of them are created by the answers gained from trainers and administrative personnel.

Table 4. Data on Coding

Participant Group	# of Participants	# of Themes	Total Number of Codes
Disabled Athletes	26	13	673
Trainers	61	6	1339
Administrative Personnel	84	5	1362
Total	**171**	**24**	**3374**

RESULTS

In this study, supported as a 1001 project by TUBİTAK, firstly the number of cities that have the highest number of disabled athletes have been figured. The sport facilities in these cities, decided by the guidance of the Youth and Sports Provincial Directorates in the cities and the relevant municipilaties, have been evaluated with a questionnaire of 538 statements. In order to calculate the accessibility level of each facility 7 main themes were created. The data gathered from the questionnaire have been transferred to a work-flow diagram under the themes created.

According to the accessibility results of the facilities Cemal Kamacı Sport Complex has the highest accessibility level of all facilities in Turkey with a rate of 93%. It is also found that in general all the facilities have an accessibility level of more than 40% on the 7 main themes. It is seen that whereas some facilities have a high accessibility level in all themes; some of them would be able to increase their accessibility level by some small changes. For example, in one facility, they have a parking lot but not for disabled individuals. This can be improved by making some changes in the existing parking lot and creating some space for the disabled individuals as well. There is a similar situation with the toilettes as well. The facility has separate toilettes for disabled individuals but unfortunately they don't meet the necessary conditions. With some slight changes this situation could be improved as well. Along with this study, it is understood that in order to have a 100% accessibility level, the facilities have to be planned accordingly during the construction. This will also reduce the additional costs that the facilities have to face later on.

The researchers, during their visits to the facilities, also interviewed 171 participants (disabled athletes, trainers and administrative personnel) about the facility and the training programs they serve to the disabled athletes. The data gathered from the interviews were coded and analyzed with MaxQda 2020 programme. 24 themes and 3374 codes have been created from the interviews. When the themes of disabled athletes were examined, it was seen that the disabled athletes give more importance to the motivating attitudes of trainers and how much their needs are met in the sport facilities. It is understood that the trainers give more importance to the physical conditions of the sport facility, their relations with the disabled athletes and being an educated trainer. Similarly, the themes created in line with the statements of the administrative staff were examined, it was determined that the administrative staff mostly emphasized the physical conditions of the sport facilities and the help/support regarding the needs of disabled athletes and education aimed at disabled athletes. The themes, in general, show that the most important factor is the physical conditions (the changing rooms, the elevators, parking lot, the guiding and informative materials, the equipment) of the facilities.

REFERENCES

Aksoy, M., T. (2006). *Gençlik ve Spor Genel Müdürlüğü Bünyesinde Bulunan Spor Salonlarının Kullanıcı İhtiyaçlarını Karşılama Düzeyinin Belirlenmesi* [Unpublished Master Thesis]. Abant İzzet Baysal University.

Çınarlı, S., Ersöz, G. (2010). Engellilere Yönelik Spor Hizmetlerinin Gelişimi Açısından Sponsorluk ve Vergisel Düzenlemelere İlişkin Öneriler. *Journal of Süleyman Demirel University Institute of Social Sciences,* (12),141-156.

Demiröz, M.V (2009). *Gençlik ve Spor İl Müdürlüğü'ne Ait Spor Tesislerinin, Fiziksel Özelliklerinin ve İşletmecilik Anlayışının, Sporcu ve Antrenörlerin İhtiyaç ve Beklentileri Açısından Değerlendirilmesi (Kahramanmaraş İli Örneği)* [Unpublished Master Thesis]. Kahramanmaraş Sütçü İmam University.

European Commission, (2010). *EU Guidelines on Dual Careers of Athletes*. http://ec.europa.eu/assets/eac/sport/library/documents/dual-career-guidelines-final_en.pdf Date: 18.01.2024

Furst, D. M., Ferr, T., Megginson, N. (1993). Motivation of Disabled Athletes to Participate in Triathlons, *Psychological Reports, 72*(2), 403-406.

Gülümseyen, A. (2019). *Bedensel Engelli Bireylere Sunulan Yüzme Faaliyetlerinde Hizmet Kalitesinin Belirlenmesi; Spor İstanbul Örneği* [Unpublished Master Thesis]. Istanbul Gelişim University.

Gür A. (2001). *Özürlülerin Sosyal Yaşama Uyum Süreçlerinde Sportif Etkinliklerin Rolü*. Prime Ministry Printing House.

Kızar, O. (2018). *Türkiye'deki Spor Tesislerinin Engelliler İçin Yeterlilik Düzeylerinin Kullanıcılar Açısından Araştırılması* [Unpublished Doctoral Dissertation. Fırat University.

Kızar, O., Savucu, Y., Yücel, A. S., Kargün, M. (2018). Türkiye'deki Spor Tesislerinin Engelliler için Yeterlilik Düzeylerinin İncelenmesi. *Electronic Turkish Studies*, *13*(26), 829-848.

Konar, N. & Pepe K. (2009). Rehabilitasyon, Engelliler Sporu ve Paralimpikler. *Yeni Dünya Düzeninde Olimpizm Sempozyumu*. S.162-169 http://sporbilimleri.istanbul.edu.tr/wp-content/uploads/2014/06/33.-MAKALE_Layout-1.pdf Date: 02.01.2024

United Nations, (2021). Department of Economic and Social Affairs Disability. https://www.un.org/development/desa/disabilities/resources/factsheet-on-persons-with-disabilities.html Date: 12.01.2024

SÜRDÜRÜLEBİLİR TASARIM ANLAYIŞI KAPSAMINDA ENDÜSTRİYEL KENEVİR

Fehime Yeşim GÜRANİ

Çukurova Üniversitesi, Adana, Türkiye, ygurani@cu.edu.tr

Hasan YILDIRIM

Çukurova Üniversitesi, Adana, Türkiye, hasan852000@hotmail.com

ÖZET

Tasarımda sürdürülebilirliğin amacı, doğaya en az zarar veren, açığa çıkan enerjiyi mümkün olduğu kadar azaltmayı hedefleyip doğal kaynakları verimli kullanan ya da kullanım ömrünü tamamladıktan sonra geri dönüştürülebilme olasılığı yüksek ürünler ortaya çıkarmaktır. Özellikle endüstriyel ürünlerin üretiminde çoğu zaman kullanılan plastik türevi ürünler ciddi bir çevre kirliliğine sebep olmaktadır ve küresel ısınma gibi faktörleri ciddi şekilde tetikleyerek dünyaya geri dönülemeyecek seviyede zararlar verilmektedir. Bütün bu gelişmeler karşısında, tasarımcılar da artan bir giderek artan bir sürdürülebilirlik bilinci ile tasarımlarında yeni materyallere yer vermekte ya da geri dönüşüm, tekrar kullanım gibi kavramları ele alarak farklı tasarımlar üzerinde yoğunlaşmaktadır. Bu bağlamda sürdürülebilir tasarım anlayışında düşük karbon ayak izine sahip doğal lifli malzemeler sıklıkla tercih edilmektedir. Doğal liflerin barınma, giysi vb. amaçla günlük yaşamda kullanımı tarih öncesi çağlara kadar uzanmaktadır. Bu çalışmada, endüstriyel kenevirin iç mekânda kullanımı, malzemenin kullanım olanakları, teknik özellikleri sürdürülebilirlik açısından incelenmiştir. Sanayileşme ile birlikte geliştirilen kenevirin endüstriyel bir malzeme olarak kullanılması mümkün olabilmiştir. Kenevir, doğada en çabuk yetiştirilebilen ve en fazla yararlanılabilen ekolojik malzemeler arasında ilk sıralardadır. Lifli yapısı sayesinde ahşap görevi görebildiği gibi işlem gördüğü takdirde plastik hatta metal sertliğine ulaşabilen bir bitkidir. Beton, plastik, tekstil gibi birçok malzemenin yerini alabilmektedir. Kenevirin iç mekânda kullanılması ve sürdürülebilirlik açısından incelenmesi bu çalışmanın odağını oluşturmaktadır. Özellikle endüstriyel ürünlerin üretiminde çoğu zaman kullanılan plastik türevi ürünler ciddi bir çevre kirliliğine sebep olmaktadır ve küresel ısınma gibi faktörleri ciddi şekilde tetikleyerek dünyaya geri dönülemeyecek seviyede zararlar verilmektedir. Kenevir betonu, kenevir tekstili ve kenevir plastiği ile kenevir malzemenin çok yönlü kullanımı gerçekleşmiştir. Mekânda kullanılan pek çok çevreye zarar veren malzemenin yerini alabilecek düzeydedir. Yapılan çalışmada, endüstriyel kenevirin sürdürülebilirlik açısından verimlilik ve öneminin vurgulanması amaçlanmıştır. Bu araştırmada, endüstriyel kenevirin tasarımda kullanımı mekân ölçeği ile sınırlandırılmıştır. Çalışmada nitel araştırma yöntemi kullanılmış ve yazılı / görsel kaynaklardan faydalanılmıştır. Endüstriyel kenevir; yapı ve mobilya malzemesi olarak incelenmiş, araştırmanın sonunda bu malzemenin mekânda kullanım olanakları örneklerle sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Endüstriyel Kenevir, İç Mimarlık, Mekân, Mimarlık, Sürdürülebilirlik

INDUSTRIAL HEMP WITHIN THE SCOPE OF SUSTAINABLE DESIGN CONCEPT

ABSTRACT

The aim of sustainability in design is to create products that have the least impact on nature, minimize the energy released, use natural resources efficiently, or have a high probability of being recycled at the end of their useful life. Plastic-derived products, which are often used in the manufacture of industrial products, cause serious environmental pollution and cause irreversible damage to the world by seriously triggering factors such as global warming. In light of all these developments, designers, with an ever-increasing awareness of sustainability are incorporating new materials into their designs or focusing on alternative designs by considering concepts such as recycling and reuse. In this context, natural fiber materials with a low carbon footprint are often favored in the sustainable design approach. Natural fibers are utilized in the production of shelter, clothing, etc. Their use in daily life for this purpose dates back to prehistoric times. The study examined the use of industrial hemp in interior spaces, the possible uses of the material, and its technical properties in terms of sustainability. It became possible to use hemp, which was developed with industrialization, as an industrial material. Hemp is among the ecological materials that can be grown most quickly and utilized most in nature. It is a plant that can serve as wood, with its fibrous structure, and can also attain plastic and even metal hardness if processed. It can replace many materials such as concrete, plastic, and textiles. The focus of this study is on the use of hemp in interior spaces and its examination in terms of sustainability. The production of plastic-derived products, which are often used in the production of industrial products, causes serious environmental pollution and causes irreparable damage to the world by seriously triggering factors such as global warming. The versatile use of hemp material has been realized with hemp concrete, hemp textile, and hemp plastic. It is capable of replacing many environmentally harmful materials used in spaces. The study aimed to emphasize the efficiency and importance of industrial hemp in terms of sustainability. In this research, the use of industrial hemp in design is limited to the scale of the space. A qualitative research method was employed in the study, with written and visual sources being used. Industrial hemp was examined as a potential building and furniture material, and at the conclusion of the research, the potential applications of this material in various spaces were presented with examples.

Keywords: Industrial Hemp, Sustainability, Interior Architecture, Space, Architecture

GİRİŞ

Sürdürülebilirliği; ekolojik olarak biyolojik sistemlerin çeşitliliğinin ve üretkenliğinin devamlılığının sağlanması olarak tanımlayabiliriz. Sürdürülebilirliğin amacı, doğa ve insan arasındaki dengeyi korumaktır. Tasarımda sürdürülebilirliğin amacı, üretilirken doğaya en az zararı veren, kullanılan enerjiyi mümkün olduğu kadar azaltmayı hedefleyip doğal kaynakları verimli kullanan ya da kullanım ömrünü tamamladıktan sonra geri dönüştürülebilme olasılığı yüksek ürünler ortaya çıkarmaktır. Günümüzde pek çok ürün üretilmektedir ve doğadan elde edilen malzemeler bu ürünlerin imalatında kullanılırken kaynakların hızla tükenmesi, sürdürülebilir tasarımın önemini vurgulamaktadır.

Özellikle endüstriyel ürünlerin üretiminde çoğu zaman kullanılan plastik türevi ürünler ciddi bir çevre kirliliğine sebep olmaktadır ve küresel ısınma gibi faktörleri ciddi şekilde tetikleyerek dünyaya geri dönülemeyecek seviyede zararlar verilmektedir (Kosuth vd., 2018; Rochman vd., 2013, Akt: Yakışık, 2023:36). Gerçekte sınırlı olan kaynakların giderek azalması ve kullanımı sırasında ortaya çıkan karbon emisyonu çevreye telafisi mümkün olmayan zararlar verebilmektedir (GlobalComissionOnAdaptation, 2019).

Modern çağın gereği olarak kullanıcının gereksinimlerini karşılayacak ürünler teknolojinin gelişimi ile hızla artmaktadır. Bütün bu gelişmeler karşısında, tasarımcılar da giderek artan bir sürdürülebilirlik bilinci ile tasarımlarında yeni materyallere yer vermekte, geri dönüşüm, tekrar kullanım gibi kavramları önemseyen farklı tasarımlar üzerinde yoğunlaşmaktadır. Gün geçtikçe ve farkındalık arttıkça her ürün daha kullanışlı hale getirilmektedir. Bu sayede karbon salınımı daha az, üretim aşamasında daha az enerji açığa çıkaran, daha hafif, verimli malzemeler üretilmektedir. Doğru tasarımlar yapılarak kullanılan malzeme miktarları azaltılmakta, daha dayanıklı ürünlerle doğadaki ayak izimizi azaltmak mümkün olabilmektedir. Ürünün hammaddesinin doğada nasıl yetiştirildiği, yetiştirilirken ve üretim aşamasında açığa çıkan karbon miktarı, uygulama aşamasında ve kullanım aşamasında çevreye verdiği olası zarar, tasarımcıları doğal malzemelere yönlendirmektedir. Bu bağlamda doğal lif kaynağı kenevir araştırmada materyal olarak seçilmiş ve endüstriyel ürün olarak kullanım türleri sürdürülebilirlik açısından örneklerle irdelenmiştir.

Kenevir Bitkisi ve Endüstriyel Kenevir

Günümüze kadar ulaşan en eski parşömen kenevirden yapılmıştır ve yaklaşık 8500 yıl önce Çin'de kenevir hasadının yapıldığı bilinmektedir (Schultes ve Hoffmann, 1992, Orta Anadolu Kalkınma Ajansı, 2019). Kültürü yapılan kenevir, Cannabinaceae familyasından tek yıllık bir bitkidir. Sanayinin farklı alanlarında kullanıldığından endüstriyel bitkiler kapsamında değerlendirilmektedir. Cannabis sativa, Cannabis indica, Cannabis ruderalis gibi farklı türleri bulunmaktadır (Schultes ve ark., 1974). Uzun yıllar en değerli ve yaygın olarak kullanılan kısmı sapları ve saplarından elde edilen lifleri olmakla birlikte, son yıllarda tohumları, yaprakları ve çiçekleri de kullanılan bir bitki konumuna gelmiştir (Yılmaz ve Yazıcı, 2022) (Tablo 1).

Tablo 1: Endüstriyel kenevirin kullanım alanları (Haspolat ve Akın'ın (2022) Kenevirin Farklı Yaklaşımlarla Endüstriyel Alanında Kenevir adlı kitap kapağından yararlanılarak yazar tarafından düzenlenmiştir).

Endüstriyel Kenevirin Kullanım Alanları				
Lifleri	**Çiçeği**	**Yaprağı**	**Sap Kısmı**	**Tohumu**
Yapı Sektöründe	Cilt Bakımında	Gıdada	Tekstilde	Endüstride
Biyoplastik	Sabun	Kenevir Sütü	Kot	Kaplama
Fiberglass	Losyon	Kenevir Yağı	Ayakkabı	Biyodizel
Akrilik	Krem	Gıda Takviyesi	Giyim	Yağlı Boya
Lif Levha	Kozmetik	Protein Tozu	Bebek Bezi	Mürekkep
İzolasyon	Şampuan	Hayvan Yemi	Kilim	Cila
			Branda	
	Tıbbi Alanda		Halat	
	CBD Yağı		Tuval	
	İlaç			
			Kâğıt	
			Gazete Kâğıdı	
			Karton	

Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü istatistiklerine göre, 2020 yılında dünya genelinde kenevir 30 bin hektar alanda yetiştiriliyorken 2022 yılında 45 bin hektara ulaşmaktadır. Kanada kenevir üretimi konusunda başı çekmektedir. Ülkemizde ise son yıllarda yok denecek kadar az olan üretim 2022 yılı itibari ile 1000 hektar alana ulaşmaktadır (FAO, 2024). Kenevir, günümüzde çoğunlukla kuzey yarımkürede yetiştirilen gübre ve böcek ilacına ihtiyaç duyulmayan lifli bir bitkidir. Yetişmesi sırasında az suya ihtiyaç duyması, hızlı büyüyebilmesi, çok fazla ışık ve

ısı istememesi onun diğer bitkilerden ayıran özelliğidir. Ayrıca yetiştiği toprağı zenginleştirmesi ve bulunduğu ortamdaki karbondioksiti emmesi gibi özellikleri ile faydalı bir bitki olarak nitelendirilebilir (Şekil1) (Vepa Hemp).

Şekil 1: Endüstriyel kenevirin tekstil, beton ve plastik biçimi.
(URL 1 14.01.2024 tarihinde erişilmiştir).

Endüstriyel kenevir, genetik olarak ender bulunan ve tarımsal amaçla yetiştirilen bir bitki çeşididir. Hızlı büyüyen çok fazla ışık, ısı ya da suya ihtiyaç duymayan ve yetiştiği alanda toprağı zenginleştiren bir bitkidir. Çünkü büyürken herhangi bir tarım ilacına gerek duyulmamaktadır (Endüstriyel Kenevir Forumu, 2019). Çalışmanın kapsamı gereği endüstriyel kenevirin mekân içerisinde farklı kullanım olanakları üç başlık altında gruplandırılmıştır.

Endüstriyel Kenevirin Mekânda Kullanımı

Kenevir Betonu (Mimari kabukta, duvar, sıva, yalıtım vb.)

Kenevir Kumaşı (Mobilya ve İç Mekân Tekstili)

Kenevir Bazlı Plastik (Mobilya)

Çalışma bu kullanım biçimlerine göre irdelenecek ve örnekler üzerinden değerlendirilerek sürdürülebilirlik bağlamında açıklanacaktır.

Kenevir Betonu – Yalıtım Malzemesi

Kenevirin yapı endüstrisinde kullanılması Fransa'da, 6. yüzyılda inşa edilen köprülerin sütunlarında kenevirden yapılmış bir çeşit harç keşfedilmiştir. Romalıların yapılarında harcı güçlendirmek için kenevir lifi kullandıkları da iyi bilinmektedir. Kenevir betonu; kenevir, toz kireç taşı ve su karıştırılarak kalın bir macun elde edilir. Bu karışım kimyasal reaksiyonlar yoluyla sertleştiğinde hafif ama oldukça dayanıklı bir blok haline gelir (Şekil 2) (Souza, 2020). Günümüz yapılarında kenevir; lifli paneller, kaplamalar, levhalar ve hatta tuğlalar halinde şekillendirilebilir. Kenevirden üretilen kompozit yalıtım malzemeleri, camyününden üretilen yalıtım yerine kullanıldığında %23 daha hafiftir. Maliyet açısından da %20 tasarruf sağlamaktadır (La Rosa vd., 2013: 69-76). Blok halde kullanılan bu yapı malzemesinin %84'ü kenevirden üretilmektedir. Kenevirblok ile örülen duvarlarda ayrıca bir harç bağlantısına gerek duyulmamaktadır (URL 2). Hempblock'tan örülmüş duvarların kurulumu hızlı ve basittir. İnşaat süresi azaldığı için maliyeti de azalacaktır. Ayrıca oluşturulan bu duvarın üzeri kaplanabilir ya da sıvanabileceğinden tasarımcıya da estetik açıdan farklı olanaklar sunacaktır.

Şekil 2: Kenevir betonu; kireç, su ve kenevir talaşının ahşap iskeletli bir kalıp içerisinde sıkıştırılması ile elde edilmektedir. (URL 3- 14.01.2024 tarihinde erişilmiştir).

Kenevirin tohum ve lifleri çeşitli amaçlarla kullanıldıktan sonra atık olarak ortaya çıkan sapları kenevir betonu yapımında kullanılmaktadır (URL 3). Ortaya çıkan bu blok yapı elemanı hafif, gözenekli olması nedeni ile ses yutucu, geç alev alma özelliğine sahip, zararlı böceklere karşı dayanıklı ve enerji verimliliği yüksek, geri dönüştürülebilir bir malzemedir. Bu özellikleri ile düşük karbon ayak izi ile sürdürülebilirlik özelliği taşımaktadır.

Kenevir betonunun performansı oldukça yüksek bir malzeme olup geleneksel betondaki agregaların yerine kullanılabilir. Tarihte köprü inşaatlarında harçlara karıştırıldığı bilinmektedir (Brümer vd, 2017). Kalıba döküldüğünde içinde hava tutar ve yoğunluğu geleneksel betonun yaklaşık %15 ine eşdeğerdir. Bu özelliği ile çok iyi ısı ve ses yalıtımı sağlar (Komsi, 2018). Kenevir hafif ve gözenekli olmasına rağmen enerjiyi depolayabilir ve kademeli olarak serbest bırakabilir, bu da onu gece ve gündüz arasında yüksek sıcaklık değişiminin olduğu iklimler için etkili kılar. Aynı zamanda alev alma süresi uzundur, toksik gaz salınımı yapmaz ve küf ve böceklere karşı dayanıklıdır (Brümer v.d., 2017). Kenevirin bu sayılan özellikleri ile doğal bir yalıtım malzemesi olduğunu söylemek mümkündür. Nitekim Rensselaer Politeknik Enstitüsü'nde Mimarlık, Bilim ve Ekoloji Merkezinde yapılan deneysel çalışmalarda kenevir liflerinin yalıtım panelleri denemeleri gerçekleştirilmektedir (Şekil: 3).

Şekil 3: Rensselaer Politeknik Enstitüsü Mimarlık, Bilim ve Ekoloji Merkezinde yapılan araştırmalar sonucunda üretilen endüstriyel kenevir yalıtım paneli iç mekânda enerji kullanımını %15-25 azaltacağı açıklanmıştır. (URL 4- 12.12.2023 tarihinde erişilmiştir.)

Kenevir betonun pek çok olumlu özelliğine karşın mekanik verimi, geleneksel betondan ya da çelikten çok daha düşüktür. Yoğunluğu 1.000 kg/m² 'yi aşmadığında kerpiç tuğlanınkine yakın 2 megapaskal basınç dayanımı vardır. Ayrıca geleneksel tuğla işçiliği ile kıyaslandığında kenevir betonunu ve onun nasıl uygulanacağı konusunda daha az sayıda bilgi sahibi insan gücü olması nedeniyle nispeten maliyetlidir (Souza, 2020).

Kenevir Kumaşı

Doğal lif kaynaklarından pamuk, yün, ipek gibi kaynakların temin edilmesi günümüzde çok maliyetli olduğundan tasarımcılar, kolay yetişebilen, üretimi sırasında az enerji ve su tüketimi gerektiren diğer doğal lif kaynaklarına yönelmişlerdir. Kenevir lifinin gün geçtikçe diğer lif kaynaklarından daha rasyonel bir malzeme olduğu anlaşılmaktadır. Kenevir, giysiden yelken bezine kadar birçok farklı tipte kumaş kullanımına uygun bulunmuştur. Kenevir kumaşı, normal kumaşlara göre çok daha dayanıklıdır. Tamamen doğaldır ve doğada kaybolabilir. Nefes alabilen bir kumaştır ve mevsim farkı gözetmeksizin kullanılabilmektedir. Ancak renklendirmesi diğer kumaşlara göre oldukça zordur. Kenevir liflerinden dokunan kumaş mobilya döşemesi olarak kullanıldığında zaman içinde liflerin kurumasından kaynaklı yer yer kırılmalara rastlanmaktadır (Çamuşoğlu, 2022) (Şekil 4).

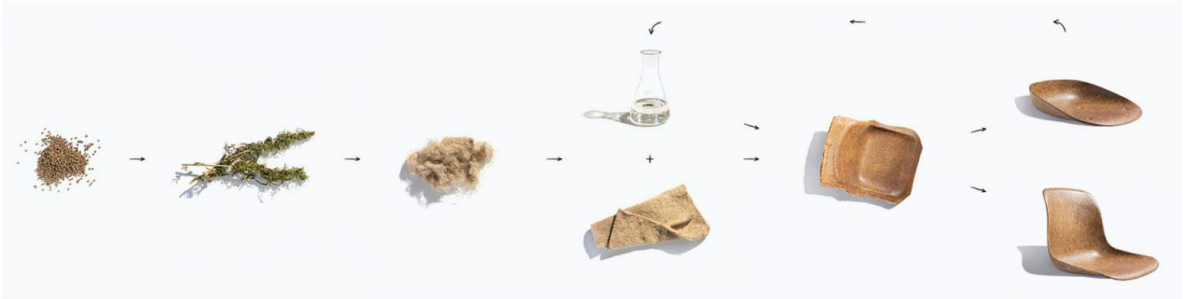
Kenevir bitkisinin uzun bir bitki olması nedeni ile üretilen iplikler de uzundur. Bu sayede ipliklerden üretilen dokumalar kullanıcıya işlevsel ve rasyonel bir çözüm sunar. İpliğin uzun olması oturma elemanı için döşemelik kumaşta kullanılmasını uygun kılar. Mobilyanın şekline göre gerilerek biçim alabilir.

Şekil 4: Solda, metal konstrüksiyona sahip oturma elemanında oturma fontu ve sırtlık kenevir iplerinden örülmüştür- Acapulco Hemp Tule Sandalye. Sağda, kenevir kumaşın mobilya döşemesinde kullanımı (sol,URL 5) (Sağ, URL 6) 14.01.2024 tarihinde erişilmiştir).

Kenevir Bazlı Plastik

Kenevir lifleri tutkal ve diğer polimer malzemelerle birleştirildiğinde ortaya çıkan kompozit ürünler mobilya sektöründe döşeme kaplama malzemesi olarak tercih edilmektedir. Çevresel sürdürülebilirlik açısından değerlendirildiğinde diğer lifli malzemelerle kıyaslandığında üretim maliyeti düşüktür. Kenevir hasat edildikten sonra liflerinden bir çeşit keçe üretilir. Bu lifler reçine ile birleştirilerek sandalyenin oturma fontu ve sırtlığı kalıba dökülerek imal edilir (Şekil 5) (Vepa Hemp-Calibro). Bu sandalye yapısal ömrü sona erdiğinde hiçbir çözücü

kullanılmadan parçalanarak tekrar sandalye üretimi gerçekleşebilmektedir. Aynı malzeme atık olarak doğaya bırakıldığında çevreye zarar vermeden doğada yok olacaktır.



Şekil 5: Üstte, kenevir ve reçineden oluşan Vepa sandalyenin oluşum süreci. Altta reçine ile karıştırılarak kalıba dökülen kenevir plastiğin oturma elemanına dönüşmesi (Vepa Hemp-Calibro)

Kenevir, kenaf ve su bazlı akrilik reçinenin birleşiminden oluşan bir başka oturma elemanı kalıp içinde preslenerek biçim verilir. Bu hafif mobilya istiflenebilme özelliği ile de sürdürülebilir niteliğini güçlendirmektedir (Şekil 6). Werner Aisslinger'in tasarımı olan sandalyenin yaklaşık %75'i kenevirden yapılmıştır. Moroso tarafından üretilen koleksiyonun temellerini, otomobil yapım endüstrisinden alınan doğal elyaflar, sürdürülebilir üretim süreçleri ve yenilikçi teknolojiler oluşturmaktadır (URL 7).

Şekil 6: Su bazlı akrilik reçine ile %70 oranında kenevir ve kenaf isimli bitki birleşiminden oluşan oturma elemanı. Tasarımcı: Werner Aisslinger- Morosso isimli sandalye (URL 7- 13.01.2024 tarihinde erişilmiştir.)

Kenevirden yapılan ürünlere incelendiğinde parçaların daha az detaylı olduğu gözlemlenmektedir. Görsellerden de anlaşılacağı üzere üretilen ürünler oldukça düz, mümkün olduğu kadar az detaya sahip ürünlerdir. Sürdürülebilir tasarım anlayışına uygun olarak daha az malzeme daha az detay ile yalın formlar ortaya çıkmaktadır.

1940'larda Henry Ford, kenevir lifi ve reçineden üretilen kompozit bir otomobil gövdesi üreterek çelikten 10 kat daha güçlü olduğunu ifade etmiştir (Smits, 2016: 519). Bu malzemenin metal sertliğine ulaşması, özellikle otomotiv sektörü için vazgeçilmez bir malzeme olan çeliğin üretiminde tüketilen suyun çok fazla miktarda olduğu düşünülürse, kenevirin önemi daha da artırmaktadır (Şekil 7).

Şekil 7: Kenevir liflerinden üretilen otomobil kapı içi panelleri, kenevirin rahatlıkla plastiğin yerini alabileceğini ve istenilen kalitede üretim yapılabileceğini göstermektedir. (URL 1)

Kenevir plastik kolay şekil alabilmektedir ancak hala plastiğin yerini alamamaktadır. Yeterli üretim rakamlarına ulaşılamamaktadır. Kenevir yetiştirme konusundaki katı düzenlemeler, kitlesel üretimin önüne geçmektedir.

Endüstriyel Kenevir ve Sürdürülebilirlik İlişkisi

Kenevir-Biyopolimer selülozdan sonra doğada en çok bulunan, doğal polimerdir. Her yıl 20 milyar tondan fazla lignin, fotosentez yoluyla doğal olarak üretilmektedir. Lignin, aynı zamanda kağıt endüstrisinin yan ürünü olarak dünya çapında yıllık 50-60 milyon ton kadar üretilmektedir. Lignin aynı zamanda ağaç kabuğu ve samandan da elde edilebilmektedir. Lignin polimeri keten, kenevir gibi doğal elyaflarla karıştırılarak termoplastik kompozitler elde edilebilmektedir. % 100 yenilenebilir kaynaklardan elde edilen bu granüller 'arboform' (arbor Latince ağaç) olarak isimlendirilmekte olup patenti alınmıştır. Arboform dışında 'tecnaro' da iki ayrı bileşik kategorisine daha sahiptir: Biyopolimer bileşikleri olan 'arboblend' ve doğal elyaf destekli plastik kompozitleri olan 'arbofill' de mevcuttur (Endüstriyel Kenevir Forumu, 2019: 129). Endüstriyel kenevir nefes alan bir malzeme olması nedeni ile iç mekândaki nemi emmesine ve sıcaklık dalgalanmalarını yumuşatmasına izin vermektedir. Üretim sırasında salınan karbonu telafi etmenin yanı sıra malzeme kendi içinde ek karbon depolamaktadır. Bu termoakustik özellikleri ile malzeme "nefes alabilen", hem iç hem de dış ortamla etkileşime girecek niteliğe sahiptir. Bu sayede endüstriyel kenevir duvar kaplaması olarak da kullanılabilir. Ancak kenevir betonunun mekanik performansı geleneksel beton veya çeliğe göre çok daha düşüktür (Brümer v.d., 2017).

İçinde yaşadığımız biyosfer bitkilerin sadece yemek amaçlı yetiştirilmediğini aynı zamanda barınak olarak kullandığımız binaları inşa etmek için yapı malzemesi olarak kullanıldığını göstermektedir. Böylece bu malzemelerle kullanıldığı yöreye ait mimari bir karakter oluşturulur. Kolay bulunabildiği, yıprandığında yerine yenisinin konulabildiği için bu bitki liflerinden yapı inşa etmek ekonomik ve sürdürülebilir bir yaklaşımdır. Biyobazlı

malzemeler arasında yer alan kenevir lifi aynı zamanda higroskopiktir. Yani nemi çekme özelliğine sahiptir. İç mekânda nemi emer ve bu özelliği ile küf oluşumunu engeller (Islam, 2023). Kenevir bitkisi herhangi bir kimyasal madde kullanılmadığından doğa dostudur. Yetiştirilmesi sürecinde çevreye zarar verecek herbisit ya da pestisitlerin kullanılmasına gerek yoktur. Bu çevrede yaşayan insan ve hayvanların da sağlıklarının korunduğu anlamına gelmektedir. Kenevirin kötü amaçlı yetiştirilmesi, ekiminin yetiştirildiği ülkelerde gözetim altında kontrollü yapılması ve farklı nedenlerle ekilebilir arazilerin gün geçtikçe azalması kenevir bitkisi gibi çevre dostu yapı malzemelerinin üretiminde risk oluşturmaktadır.

Avrupa Komisyonu; yaklaşık bir hektar kenevirin 9-15 ton CO_2'i tutabildiğini belirtmektedir. Bu oran oldukça yüksek olup genç bir ormanın 5 ay gibi kısa bir sürede karbon miktarını tutabildiği anlamına gelmektedir. Yoğun yaprakları su kaybını azaltır ve erozyonu önler. Kenevirin sık dokulu yapraklara sahip olması sayesinde yabancı ot büyümesini de azaltmaktadır (Elmas vd., 2023, 76). Dünyadaki gelişmeler ile paralel bir şekilde ülkemizde de kenevir bitkisi ile ilgili bilimsel araştırmalar yapılmakta, hatta laboratuar ortamında deneysel çalışmalar ile bitkinin potansiyelini kullanarak yeni ürünler araştırılmaktadır. Örneğin Yozgat Bozok Üniversitesinde Kenevir Araştırma Enstitüsü açılmış ve tarım, gıda, malzeme, kozmetik, tekstil, enerji ve sağlık alanında ar-ge çalışmaları yürütülmektedir (Özkan, 2024). 2019 tarihli bir çalışmada doğal liflerden oluşturulmuş kompozitlerin geliştirilmiş özelliklere sahip yenilenebilir, çevre dostu malzemeler olması nedeni ile araştırmacılar tarafından ilgi gördüğünü ve şirketlerin de bu konuya yatırım yapma konusunda eğilimleri olduğu vurgulanmaktadır. Aynı çalışmada bu konuya teknik açıdan bakıldığında, bu malzemelerin daha fazla kullanılması ancak üretim maliyeti ile termal ve mekanik performansın hali hazırda kullanılan malzemelerle rekabet edebilecek düzeyde olması durumunda mümkün olabileceği de belirtilmektedir (Ferreira vd., 2019). Otomotiv endüstrisinde doğal liflerden üretilen kompozitlerin kullanımı hiçbir şekilde dönüştürülemeyen atığın azalması konusunda fayda sağlayacak ve sürdürülebilir kalkınmaya katkı sağlayacaktır.

Onay ve arkadaşları; sentetik lifler ve diğer doğal liflerle olan rekabeti sonucu kenevir lifinin kullanımının sınırlı olduğunu tespit etmişlerdir. Kenevir liflerinin uzunluk ve çapları fabrikadaki makinelerde işlenmesi için gerekli standartlara uygun olmadığından özel makineler gerekmektedir. Bu nedenle diğer doğal liflere göre daha az kullanıldıklarını belirtmişlerdir (Onay vd, 2020, 315). Kenevir yetiştirilirken çok az suya ihtiyaç duymaktadır. Diğer bitkilere kıyasla çok hızlı büyür. Hasat edildikten sonra işleneceği alana göre değerlendirilir (Souza, 2020). Kenevir betonunu performansı oldukça yüksek bir malzeme olup geleneksel betondaki agregaların yerine kullanılabilir. Tarihte köprü inşaatlarında harçlara karıştırıldığı bilinmektedir (Brümer vd, 2017). Kalıba döküldüğünde içinde hava tutar ve yoğunluğu geleneksel betonun yaklaşık %15 ine eşdeğerdir. Bu özelliği ile çok iyi ısı ve ses yalıtımı sağlar (Komsi, 2018).

Endüstriyel kenevir, termal açıdan verimli olması, daha az enerji sarfiyatına yardımcı olması, geri dönüştürülebilmesi ve CO2 giderici olarak çalışması nedeniyle çevre dostu bir yapı malzemesidir. Kenevir ayrıca herhangi bir pestisit kullanımını gerektirmez. Alev alma süresi uzundur. Kenevir, zayıf mekanik performansa sahiptir ve su tutma kapasitesi yüksektir. Bu nedenle mekanik ve kimyasal özelliklerinin daha fazla araştırılmaya

ihtiyaç vardır (Yadav, Saini, 2022). Tamamen doğal bir kumaş olması doğada yok olabilmesi açısından bir avantaj oluşturmaktadır fakat zaman zaman renklendirme konusunda kısıtlamakta ve geri dönüştürülmesi konusunda olumsuz sonuçlar doğurmaktadır. Kenevirden yapılmış tekstil ürünleri, normal pamuğa göre daha ucuzdur ve kenevir yetiştirmek normal pamuk yetiştirmeye göre çok daha kolay ve zahmetsiz olduğundan dolayı üreticiler için bir avantaj sağlamaktadır.

SONUÇ

Endüstriyel kenevir; mimaride, tekstil dokumalarda, ilaç sektöründe, gıda sektöründe, otomotiv sektöründe otomobillerin kaplamasında ve iç mekan yüzeylerinde, kozmetik alanında ve daha pek çok üründe kullanılan sürdürülebilir bir malzemedir. Kenevir lifi elverişsiz topraklarda ve bataklık alanlarda yetiştirilebildiğinden ve herhangi bir kimyasal ilaç kullanımına gerek duyulmadığından toprağın verimliliğini de artırmaktadır. Endüstriyel kenevir, termal açıdan verimli olması, daha az enerji sarfiyatına yardımcı olması, geri dönüştürülebilmesi ve karbondioksit giderici özelliği nedeniyle çevre dostu bir yapı malzemesidir. Ayrıca yetiştirilirken herhangi bir pestisit kullanımını gerektirmez. Bu nedenle yetiştiği toprağa da zarar vermez ve ekolojik tarım için uygundur. Zayıf mekanik performansa sahiptir ve su tutma kapasitesi yüksektir. Termoakustik (ısının akustik enerjiye dönüştürülmesi), sürdürülebilir niteliklerini gösteren araştırmalar geleceğin sürdürülebilir tasarımlarına yön verecektir. Kenevir, lifli paneller, kaplamalar, levhalar ve hatta tuğlalar halinde şekillendirilebilir. Endüstriyel kenevir insanın yetiştirdiği en eski bitkiler arasında yer almasıyla birlikte gelecek nesiller için sürdürülebilir, çevre dostu ve verimli yapı malzemesi olarak kabul görebilir.

Teknik açıdan pek çok araştırma olmasına rağmen tasarım açısından dinamikleri ile ilgili az sayıda bilimsel araştırmaya ulaşılmıştır. Dünyada uygulanan üretim kısıtlamalarından dolayı kenevir ürünleri için yeterli alt yapının bulunmaması (bilimsel araştırmalar, yasal düzenlemeler ve teçhizat vb.) nedeni ile diğer malzemelerden daha az tercih edilmektedir. Bu yöndeki bilimsel araştırmalar artırılmalı ve bitkinin potansiyeli araştırılarak gelecek için çevreye duyarlı yeni ürün tasarımı ve üretimi sağlanmalıdır.

KAYNAKÇA

Brümmer, M., Sáez-Pérez, M. P., Suárez., J. D. (2017). Hemp concrete: a high performance material for green-building and retrofitting, ISSN: 2575-5374 (https://urbannext.net/hemp-concrete/?print-posts=pdf 20.03.2024 tarihinde erişilmiştir.

Çamuşoğlu, N. (2022), Sürdürülebilir mimaride kenevir kullanılır mı, Ekoyapı Dergisi https://www.ekoyapidergisi.org/surdurulebilir-mimaride-kenevir-kullanilir-mi 13.01.2024

Elmas, A., Asma, A., Seven, Ö., 2023, Kenevir hukuku- Avrupa ülkeleri ve Türkiye'de kenevir mamüllerinin yasal manzarası", İksad Yayınevi, Ankara (https://www.iksadyayinevi.com/wp-content/uploads/2023/04/KENEVIR-HUKUKU.pdf adresinden 01.10.2023 tarihinde alınmıştır.)

Endüstriyel Kenevir Forumu I-II (2019), Köye dönüş projesi. Ed: Prof. Dr. Şükrü Karataş, İstanbul Aydın Üniversitesi Yayınları, Gıda Uygulama ve Araştırma Merkezi

FAO, (2024) Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü (https://www.fao.org/faostat/en/#data/QCL/visualize 01.03.2024 tarihinde erişilmiştir.)

Ferreira, F.V., Pinheiro, I.F., de Souza, S.F., Mei, L.H.I., Lona, L.M.F., Polymer composites reinforced with natural Fibres and nanocellulose in the automotive industry: a short review. Journal of Composites Science, 2019, 3(2), 51 (https://doi.org/10.3390/jcs3020051 21.12.2023 tarihinde erişilmiştir.)

Global Commission On Adaptation (2019). Adapt Now: A Global Call For Leadership on Climate Resilience. World Resources Institute. https://gca.org/wp-content/uploads/2019/09/GlobalCommission_Report _FINAL.pdf

Haspolat, Y. K., Akın, E. (2022). Farklı Yaklaşımlarla Endüstriyel Alanında Kenevir, Orient Yayınları

Islam, Summer., 2023, Planting a seed: bio-based building, The Architectural Review, (https://www.architectural-review.com/essaa/keynote/planting-a-seed-bio-based-building adresinden 23.03.2024 tarihinde alınmıştır).

Komsi, J., (2018) Thermal properties of hempcrete, a case study, Helsinki Metropolia University of Applied Sciences Bachelor of Engineering Building Services, Engineering Bachelor's Thesis, Finland.

Kosuth, M., Mason, S. A., & Wattenberg, E. V. (2018). Anthropogenic contamination of tap water, beer, and sea salt. PloS one, 13(4), e0194970. https://doi.org/10.1371/journal.pone.0194970

La Rosa A. D., Cozzo, G., Latteri, A., Recca, A., Björklund, A., Parrinello, E., Cicala, G. (2013). Life cycle assessment of a novel hybrid glass-hemp/thermoset composite, *Journal of Cleaner Production*, v: 44, USA.

Onay, A., Bozhan, N., Kılınç, F.M., Kenevir lifinin özellikleri ve tekstil sanayisinde kullanımı. 2020, Kenevir, Palme Yayınevi, Kitap bölümü (sayfa: 301-319)

Orta Doğu Anadolu Kalkınma Ajansı, (2019). Kenevir Yetiştiriciliği, http://www.oran.org.tr/images/dosyalar/20190318134910_0.pdf, 10.02.2024 tarihinde erişilmiştir.

Özkan, M., (2024). Endüstriyel kenevir üretimi gelecekte daha çok öne çıkacak, Türk Tarım ve Orman Dergisi, (https://www.turktarim.gov.tr/Haber/1035/endüstriyel-kenevir-üretimi-gelecekte-daha-çok-öne-çıkacak 29.03.2024 tarihinde erişilmiştir).

Rochman, C. M., Hoh, E., Kurobe, T., & Teh, S. J. (2013). Ingested plastic transfers hazardous chemicals to fish and induces hepatic stress. Scientific Reports, 3, 3263.

Schultes, R. E., Hoffmann, A. (1992). The botany and chemistry of hallucinogens, New York: Charles C Thomas Pub Ltd.

Schultes R. E., Klein W. M., Plowman T., Lockwood T. E. (1974) Cannabis: an example of taxonomic neglect. Harvard University Botanical Museum Leaflets 23:337–367.

Smits, J. (2016), Fiber-reinforced polymer bridge design in the Netherlands: architectural challenges toward innovative, sustainable and durable bridges. Engineeering 2/2016, pp: 518-527. https://www.researchgate.net/publication/314138191FiberReinforcedPolymerBridgeDesign_in_the_Netherlands_Architectural_Challenges_toward_Innovative_Sustainable_and_Durable_Bridges 21.12.2023 tarihinde erişilmiştir.)

Souza, E., (2020), Kenevir betonu: Roma köprülerinden geleceğin olası malzemesine" https://www.archdaily.com/944429/hemp-concrete-from-roman-bridges-to-a-possible-material-of-the-future 20.03.2024 tarihinde erişilmiştir.

Vepa Hemp, Calibro Featured furniture Vepa launches the world's most sustainable chair (https://www.calibroworkspace.com/furniture/vepa-hemp/)

Yadav, M. , Saini, A. (2022), Opportunities & challenges of hempcrete as a building material for construction: an overview. MaterialsToday Proceedings. Volume:65, Part:2, PP: 2021-2028 https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S2214785322039062

Yakışık, H. (2023). Plastik atıklar ve sürdürülebilirlik: Türkiye'de plastik atık yönetimi. Giresun Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi Cilt: 9 Sayı: 2 Sayfa:36-55 DOI: 10.46849/guiibd.1403473 https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/3593395

Yılmaz, G., Yazıcı, L. (2022). Dünya'da yükselen değer; endüstriyel kenevir (Cannabis sativa L.) Bozok Üniversitesi. Tarım ve Doğa Bilimleri Dergisi, Cilt: 1, Sayı:1, Sf: 54-61 (https://www.dergipark.org.tr/en/download/article-file/2466650)

İnternet Kaynakları

URL 1 https://hempmedspx.com/wp-content/uploads/uses-of-hemp-today.jpg (14.01.2024 tarihinde erişilmiştir)

URL 2 https://www.hempblockusa/hemp-block/ (13.01.2024 tarihinde erişilmiştir)

URL 3 https://www.dymd.org.tr/2023/03/20/yalitim-odakli-kenevir-betonu-uygulamasina-apartman-olceginde-guncel-ornek/(13.01.2024 tarihinde erişilmiştir)

URL 4 https://www.hempbuildmag.com/home/doe-15m-renssalaer-polytechnic (12.12.2023 tarihinde erişilmiştir)

URL 5 https://www.sillaacapulco.com/en/acapulco-chair/acapulco-hemp-tule-chair/) (14.01.2024 tarihinde erişilmiştir)

URL 6 http://theswedishfurniture.com/wp-content/uploads/2010/10/Antique-19th-hemp-5.3yds-upholstery-fabric-Indigo.jpg (14.01.2024 tarihinde erişilmiştir)

URL 7 https://aisslinger.de/project/hemp-chair/ (13.01.2024 tarihinde erişilmiştir)

EĞİTİMİN EKMEK TÜKETİMİ HARCAMASINA ETKİSİ

Prof. Dr. Murat Anıl MERCAN
Yıldız Teknik Üniversitesi, İstanbul, Türkiye, mamercan@yildiz.edu.tr

Dr. Öğr. Üyesi Ali Fehim CEBECİ
İstanbul Ticaret Üniversitesi, İstanbul, Türkiye, afcebeci@ticaret.edu.tr

ÖZET

Temel besin maddelerinden olan ekmek Türkiye'de toplam gıda tüketiminden aldığı pay bakımından kritik bir öneme sahiptir. Türkiye İstatistik Kurumu tarafından sunulan Hanehalkı Bütçe Anketi 2016 yılı verilerinden yazarlar tarafından gerçekleştirilen hesaplamaya göre ekmek, gıda başlığı altındaki ürünlerde aylık ortalama kişi başı harcama bakımından üçüncü sıradadır. İlk sırada aylık ortalama kişi başı 124,27 TL harcama ile et yer alırken, ikinci sırada aylık ortalama kişi başı 64,28 TL harcama ile bebek gıdaları takip etmekte ve ardından üçüncü sırada aylık ortalama kişi başı 62,17 TL harcama ile ekmek gelmektedir. Türkiye'de kamuoyunda "kesintisiz sekiz yıllık eğitime geçiş" kanunu olarak bilinen 4306 sayılı 18 Ağustos 1997 tarihli kanunla birlikte zorunlu eğitim süresi 3 yıl artırılarak 5 yıldan 8 yıla çıkarılmıştır. Bu çalışmanın amacı söz konusu politika değişikliğini araç değişken olarak kullanmak suretiyle içsellik probleminin üstesinden gelerek eğitim ve ekmek tüketimi arasındaki ilişkiyi nedenselliği ortaya koyarak incelemektir. Analiz kapsamında Türkiye İstatistik Kurumu tarafından sunulan Hanehalkı Bütçe Araştırmasının 2016 yılı sonuçları kullanılmıştır. Bahse konu araştırma hane halkı düzeyinde aylık ekmek tüketimi harcaması verisini içermektedir. Analiz kapsamında öncelikle hane bazında toplam ekmek harcaması bağımlı değişken olarak kullanılarak yaş, cinsiyet, evlilik durumu, gelir ve engellilik durumu gibi kontrol değişkenleriyle eğitim ekmek tüketimi arasındaki ilişki en küçük kareler yöntemiyle tahmin edilmiştir. İçsellik sorunu içeren en küçük kareler yöntemi sonuçları daha sonra, kesintisiz sekiz yıllık eğitime geçiş kanunu araç değişken olarak kullanılarak araç değişken modeliyle tahmin edilmiştir. Her iki modelin sonuçları kıyaslanmıştır. En küçük kareler modeli sonuçlarına göre ortaokul ve üzeri mezun olmak ekmek tüketimi harcamasını negatif etkilerken araç değişken modeli sonuçları aksi yönde, pozitif bir ilişki ortaya koymaktadır.

Anahtar Kelimeler: Ekmek tüketimi, eğitim, araç değişken modeli.

THE IMPACT OF EDUCATION ON BREAD EXPENDITURE

ABSTRACT

Bread, an indispensable food, is of critical importance in terms of its share in total food consumption in Türkiye. According to the authors' calculation based on the Household Budget Survey 2016 data provided by the Turkish Statistical Institute, bread ranks third in terms of average monthly per capita expenditure in products under the food category. Meat ranks first with an average monthly expenditure of 124.27 TL per capita, followed by baby foods with an average monthly expenditure of 64.28 TL per capita, and then bread with an average monthly expenditure of 62.17 TL per capita. In Türkiye, the compulsory education period was increased by 3 years from 5 to 8 years with the Law No. 4306 dated August 18, 1997, popularly known as the "transition to uninterrupted eight-year education" law. The aim of this study is to overcome the endogeneity problem by using this policy change as an instrumental variable and to analyze the relationship between education and bread consumption by establishing causality. For the analysis, the 2016 results of the Household Budget Survey provided by the Turkish Statistical Institute are employed. This survey includes monthly bread consumption expenditure data at the household level. In the empirical analysis, firstly, total bread expenditure on household basis is used as the dependent variable and the relationship between education bread consumption and control variables such as age, gender, marital status, income and disability status are estimated by the least squares method. The results of the least squares method, which contains endogeneity problem, are then compared with the instrumental variable model which is estimated using the law on transition to uninterrupted eight-year education as an instrumental variable. According to the results of the least squares model, graduating from secondary school and above has a negative effect on bread consumption expenditure, while the results of the instrumental variable model reveal a positive relationship.

Keywords: Bread consumption, education, instrumental variable model.

GİRİŞ

Temel besin maddelerinden olan ekmek Türkiye'de toplam gıda tüketiminden aldığı pay bakımından kritik bir öneme sahiptir. Türkiye İstatistik Kurumu tarafından sunulan Hanehalkı Bütçe Anketi 2016 yılı verilerinden yazarlar tarafından gerçekleştirilen hesaplamaya göre ekmek, gıda başlığı altındaki ürünlerde aylık ortalama kişi başı harcama bakımından üçüncü sıradadır. İlk sırada aylık ortalama kişi başı 124,27 TL harcama ile et yer alırken, ikinci sırada aylık ortalama kişi başı 64,28 TL harcama ile bebek gıdaları takip etmekte ve ardından üçüncü sırada aylık ortalama kişi başı 62,17 TL harcama ile ekmek gelmektedir. Bu çalışmanın amacı eğitim seviyesindeki artışın ekmek tüketimi harcamasına olan etkisini ampirik olarak sınamaktır. Literatürde ekmek tüketimine yönelik çalışmalar ekmek tüketiminin sosyo-kültürel belirleyicileri ve ekmek tüketiminin sağlığa olan etkilerine odaklanmaktadır.

Sandvik vd. (2014) 1435 kişilik bir gözlemi içeren milli beslenme anketi verisinden hareketle İsveç'te farklı ekmek türlerinin tüketiminde sosyo-ekonomik farklılıkları incelemiştir. Sonuçlara göre ankete katılanların yaklaşık üçte biri beyaz ekmek tüketmektedir. Beyaz ekmek tüketimi; yaşça genç olmakla, daha düşük eğitim seviyesine sahip olmakla, çocuk sahibi olmakla ve daha az meyve-sebze tüketimiyle ilişkili bulunmuştur. Tam buğday ekmeği tüketimi ise beyaz ekmek tüketiminin tam zıttı bir ilişki göstermektedir.

Torfadottir vd. (2012) erken yaşam döneminde çavdar ekmeği tüketimi ve ilerleyen dönemde prostat kanseri yaşama olasılığını incelemiştir. Çalışmanın verisi 2002-2006 döneminde 67-96 yaş aralığında 2.268 erkeğin beslenme alışkanlıklarına dair soruları içeren AGES-Reykjavik çalışmasına dayanmaktadır. Örneklemdeki 2.268 erkekten 347'sine prostat kanseri teşhisi konmuştur. Analiz sonucu elde edilen sonuçlara göre göre gençlik döneminde günlük olarak çavdar ekmeği tüketen bireylerde, günlük olarak tüketmeyenlere göre prostat kanseri teşhisi konma olasılığı daha düşüktür. Gençlik dönemi günlük çavdar ekmeği tüketiminin daha düşük bir prostat kanserine yakalanma olasılığıyla ilişkili olduğu görülmüştür.

Prättälä (2001) vd., Finlandiya'da 1978'den 1998'e kadar ekmek tüketim yapısındaki değişimi ve bunun sağlık ilişkili hayat tarzlarıyla bağını sorgulamıştır. Veri kaynağını 1978'den itibaren posta yoluyla 15-64 yaş aralığındaki 5000 kişiye gönderilen anketlerden elde edilen cevaplar oluşturmaktadır. Sonuçlar, çavdar ekmeği tüketiminin genel olarak zamanla azaldığını, fakat 1990'lar itibarıyla kadınlarda artış eğiliminde olduğunu, çavdar ekmeği tüketiminin düşük eğitimle ve kırsal kesim yerleşimiyle ilişkili olduğunu gösterirken, beyaz ekmeğin ise kentte düşük eğitimlilerce tüketilme eğiliminde olduğunu göstermiştir. Ayrıca, beyaz ekmek tüketiminin olduğu kişilerde alkol tüketimi ve sigara tüketimi olasılığının daha yüksek olduğu görülmüştür.

Sajdakowska (2019) vd., Polonya'da 1014 kişiye gerçekleştirilen bilgisayar destekli yüz yüze anketlerden elde edilen veriyle lojistik regresyon metoduyla mevcut ekmek tüketimiyle daha az tuzlu ve daha yüksek lifli ekmek tüketimi isteği arasındaki ilişkiyi ve ekmeğin lezzeti ve sağlığa faydaları ile daha sağlıklı ekmek tüketimi eğilimi arasındaki ilişkiyi sorgulamıştır. Sonuçlar, sağlığa daha çok önem veren tüketicilerin lifli ekmek tercih etmek eğiliminde olduğunu, daha düşük tuzlu ekmek tercih ettiğini söyleyen tüketicilerin kepek ekmeği tercih etme eğiliminde olduğunu ve lifli ekmek yerine beyaz ekmek tüketme eğiliminde olanların miktar olarak daha yüksek ekmek tüketme eğiliminde olduğunu ortaya koymuştur.

Çalışmamız, eğitimin ekmek tüketimi harcamasına olan etkisini ampirik olarak inceleyerek ayrıca Türkiye'de kamuoyunda "kesintisiz sekiz yıllık eğitime geçiş" kanunu olarak bilinen 4306 sayılı 18 Ağustos 1997 tarihli kanunla birlikte zorunlu eğitim süresi 3 yıl artırılarak 5 yıldan 8 yıla çıkarılmasıyla gerçekleşen politika değişikliğini araç değişken olarak kullanmak suretiyle içsellik probleminin üstesinden gelerek eğitim ve ekmek tüketimi arasındaki ilişkiyi nedenselliği ortaya koyarak incelemekte ve bu yönüyle bir ilki temsil etmektedir.

YÖNTEM

Çalışmamızda Türkiye İstatistik Kurumu tarafından 2016 yılında gerçekleştirilen Hane Halkı Bütçe Anketi mikro veri seti kullanılmıştır. Hane Halkı Bütçe Anketi, tüm toplumu temsil eden bir örneklem üzerinden birçok harcama kalemine dair sorular içermektedir. Çalışmamızda kullanılan model denklem 1'de gösterilmiştir. Burada; $ekmekharcama$ hane halkının toplam ekmek tüketimi harcamasını göstermektedir, $ortaokul$ en az ortaokul bitirenler kuklasıdır ve ortaokul ve üstü eğitime sahip olanlar için 1 değerini alır, $erkek$ cinsiyet kuklasıdır ve erkekler için 1 değerini alır, $yaş$ ilgili kişinin yaşını, $gelir$ ilgili hane halkının toplam gelirini $engel$ engelli bireyler için 1 değerini alan kukla değişkeni göstermektedir. Değişkenlere ait özet istatistikler Tablo 1'de sunulmuştur.

$$ekmekharcama = \beta_0 + \beta_1 ortaokul + \beta_2 erkek + \beta_3 evli + \beta_4 yaş + \beta_5 yaş^2 + \beta_6 gelir + \beta_7 engel \qquad (1)$$

Denklem 1'de sunulan model öncelikle en küçük kareler (EKK) yöntemiyle tahmin edilmiştir. En küçük kareler yöntemi içsellik problemi dolaysıyla yanlı sonuçlar verebilmektedir. Bu sebeple içsellik probleminin üstesinden gelebilmek, nedenselliği ortaya koyabilmek için Türkiye'de gerçekleştirilen ve kamuoyunda "kesintisiz sekiz yıllık eğitime geçiş" olarak bilinen zorunlu eğitimi beş yıldan sekiz yıla çıkaran eğitim reformu araç değişken olarak belirlenmiştir. Bahse konu araç değişkenle, ekmek harcaması eğitim arasındaki ilişkiyi nedenselliği ortaya koyacak şekilde tespit edebilmek için araç değişken regresyonu modeli (İVReg) tahmin edilmiştir.

Tablo 1. Özet İstatistikler

Değişken	N	Ortalama	Std. Sapma	Min.	Maks.
ekmekharcama	418702	64	50	0	695
erkek	418702	45	5	0	1
evli	418702	65	48	0	1
yaş	418702	44	18	15	99
gelir	418702	16573	23965	0	818400
engel	418702	55	23	0	1
ortaokul	418702	55	5	0	1
zorunluegitim	418702	26	44	0	1

BULGULAR

EKK regresyon sonuçları Tablo 2'de sunulmuştur. EKK sonuçlarına göre ortaokul ve üstü mezun olanların ekmek harcaması ortaokul ve altı eğitime sahip olanlara göre daha düşüktür. Erkeklerin ekmek tüketimi harcaması kadınlara göre daha yüksek olma eğilimindedir. Evliler evli olmayanlara göre daha fazla ekmek tüketimi harcaması yapmaktadır. Yaş arttıkça ekmek tüketimi harcaması azalma eğilimindedir. Gelir artışı ekmek tüketimi harcamasıyla pozitif ilişkilidir. Engelli bireylerin ekmek tüketimi harcaması engelli olmayan bireylere göre daha yüksek olma eğilimindedir.

Tablo 2. EKK Regresyon Sonuçları

Değişken	Katsayı
ortaokul	-19,338***
	(0,236)
erkek	12,764***
	(0,196)
evli	7,340
	(0,220)
yaş	-0,859***
	(0,032)
yaşkare	0,004***
	(0,000)
gelir	0,000***

	(0,000)
engel	3,640***
	(0,513)
*** p<0,01	

İVReg sonuçlarına göre ortaokul ve üstü mezun olanların ekmek harcaması ortaokul ve altı eğitime sahip olanlara göre daha yüksektir. Erkeklerin ekmek tüketimi harcaması kadınlara göre daha yüksek olma eğilimindedir. Evliler evli olmayanlara göre daha fazla ekmek tüketimi harcaması yapmaktadır. Yaş arttıkça ekmek tüketimi harcaması artma eğilimindedir. Gelir artışı ekmek tüketimi harcamasıyla negatif ilişkilidir. Engelli bireylerin ekmek tüketimi harcaması engelli olmayan bireylere göre daha yüksek olma eğilimindedir.

Tablo 3. İVReg Regresyon Sonuçları

Değişken	**Katsayı**
ortaokul	30,201***
	(3,340)
erkek	10,097***
	(0,250)
evli	10,510***
	(0,290)
yaş	0,675***
	(0,107)
yaşkare	-0,004***
	(0,001)
gelir	-0,001***
	(0,000)
engel	9,405***
	(0,556)
*** p<0,01	

TARTIŞMA VE SONUÇ

Çalışma, eğitim ve ekmek tüketimi arasındaki ilişkiyi Türkiye İstatistik Kurumu tarafından yayınlanan Türkiye'yi temsil eden Hane Halkı Bütçe Anketinin 2016 yılı verilerini kullanarak incelemeyi amaçlamaktadır. Bahse konu ilişki öncelikle EKK yöntemiyle tahmin edilmiştir. Ardından hem dayanıklılık sınaması hem de EKK yönteminin içerebileceği yanlı sonuçlara karşı nedenselliği ortaya koymak için İVReg yöntemi kullanılmıştır. İVReg modelinde araç değişken olarak Türkiye'de zorunlu eğitimi 5 yıldan 8 yıla çıkaran bir eğitim reformu kullanılmıştır. EKK yöntemiyle elde edilen sonuçlarda eğitimle ekmek tüketimi harcaması arasında negatif bir ilişki görülürken İVReg sonuçları tam aksini göstermektedir. Bu durum içsellik sorununun önemini ve EKK ile elde edilecek sonuçlara ihtiyatla yaklaşılması gerektiğini göstermektedir.

KAYNAKÇA

Prättälä, R., Helasoja, V., & Mykkänen, H. (2001). The consumption of rye bread and white bread as dimensions of health lifestyles in Finland. *PUBLIC HEALTH NUTRITION*, *4*(3), 813-819. https://doi.org/10.1079/PHN2000120

Sajdakowska, M., Gebski, J., Zakowska-Biemans, S., & Jezewska-Zychowicz, M. (2019). Willingness to eat bread with health benefits: Habits, taste and health in bread choice. *PUBLIC HEALTH*, *167*, 78-87. https://doi.org/10.1016/j.puhe.2018.10.018

Sandvik, P., Kihlberg, I., Lindroos, A., Marklinder, I., & Nydahl, M. (2014). Bread consumption patterns in a Swedish national dietary survey focusing particularly on whole-grain and rye bread. *FOOD & NUTRITION RESEARCH*, *58*. https://doi.org/10.3402/fnr.v58.24024

Torfadottir, J., Valdimarsdottir, U., Mucci, L., Stampfer, M., Kasperzyk, J., Fall, K., Tryggvadottir, L., Aspelund, T., Olafsson, O., Harris, T., Jonsson, E., Tulinius, H., Adami, H., Gudnason, V., & Steingrimsdottir, L. (2012). Rye bread consumption in early life and reduced risk of advanced prostate cancer. *CANCER CAUSES & CONTROL*, *23*(6), 941-950. https://doi.org/10.1007/s10552-012-9965-2

EĞİTİMİN SÜT VE SÜT ÜRÜNLERİ TÜKETİMİ HARCAMASINA ETKİSİ

Prof. Dr. Murat Anıl MERCAN
Yıldız Teknik Üniversitesi, İstanbul, Türkiye, mamercan@yildiz.edu.tr

Dr. Öğr. Üyesi Ali Fehim CEBECİ
İstanbul Ticaret Üniversitesi, İstanbul, Türkiye, afcebeci@ticaret.edu.tr

ÖZET

Süt ve süt ürünleri bireylerin sağlıklı gelişimi için ihtiyaç duyduğu birçok besin öğelerini içermesi nedeniyle hayatın her evresinde tüketimde önemli bir yer tutmaktadır. Türkiye İstatistik Kurumu tarafından sağlanan Hanehalkı Bütçe Anketi 2016 yılı verilerinden hareketle gerçekleştirilen hesaplamamıza göre süt ve süt ürünleri (taze tam yağlı süt, taze az yağlı süt, korunmuş süt, yoğurt, peynir ve lor ve diğer süt ürünleri) toplam hane harcamasından ortalama olarak %2,65 pay almaktadır. Bu çalışmanın amacı Türkiye'de gerçekleşen bir eğitim reformunu araç değişken olarak kullanarak eğitim ve süt ve süt ürünleri harcaması arasındaki ilişikliyi nedenselliği göz önünde bulundurarak araştırmaktır. Türkiye'de 1997 yılında kamuoyunda "kesintisiz sekiz yıllık eğitime geçiş" kanunu olarak bilinen 4306 sayılı kanunla birlikte ilköğretim 1997-1998 eğitim-öğretim yılı itibarıyla 3 yıl artırılarak 5 yıldan 8 yıla çıkarılmıştır. Çalışmamız bahse konu politika değişikliğini araç değişken olarak kullanmaktadır. Çalışmanın veri kaynağı Türkiye İstatistik Kurumu tarafından sağlanan Hanehalkı Bütçe Anketinin 2016 yılı verileridir. Bahse konu anket ulusal temsili olan bir ankettir ve ürün kategorilerine göre hane bazında harcama miktarı verisini içermektedir. Modelde bağımlı değişken olarak hane bazında süt ve süt ürünlerine yapılan harcama kullanılmış, bağımsız değişken olarak ortaokul ve üzeri eğitimli kişiler kuklası kullanılmış ve bireylerin yaşı, cinsiyeti, geliri, evlilik durumları ve engellilik durumları kontrol değişkeni olarak kullanılmıştır. Öncelikle en küçük kareler yöntemiyle model tahmin edilmiş ve ortaokul ve üzeri eğitim sahibi olmanın süt ve süt ürünleri tüketimi harcamasıyla pozitif ilişkili olduğu görülmüştür. Söz konusu en küçük kareler yöntemiyle elde edilen sonuçlar içsellik problemi içermektedir. Bu sebeple araç değişken yöntemiyle aynı model tahmin edilmiş ve ortaokul ve üzeri mezun kuklası katsayısının negatif ve istatistiki olarak anlamlı olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Süt ve süt ürünleri tüketimi, eğitim, araç değişken modeli.

THE IMPACT OF EDUCATION ON MILK AND MILK PRODUCTS EXPENDITURE

ABSTRACT

Milk and milk products have an important place in consumption at every stage of life as they contain many nutrients that individuals need for healthy development. According to authors' calculation based on the Household Budget Survey 2016 data provided by the Turkish Statistical Institute, milk and milk products (fresh whole milk, fresh low-fat milk, preserved milk, yogurt, cheese and other milk products) have an average share of 2.65% of total household expenditure. The aim of this study is to investigate the relationship between education and expenditure on milk and dairy products by considering causality using an education reform in Türkiye as an instrumental variable. In 1997, with the Law No. 4306, popularly known as the "transition to uninterrupted eight-year education" law, primary education in Türkiye was increased by 3 years from 5 to 8 years as of the 1997-1998 academic year. Our study employes this policy change as an instrumental variable. The data source of the study is the 2016 wave of the Household Budget Survey provided by the Turkish Statistical Institute. This survey is a nationally representative survey and includes household expenditure data by product categories. In the model, household expenditure on milk and milk products is used as the dependent variable, a dummy for individuals with secondary school education and above is used as the independent variable, and individuals' age, gender, income, marital status and disability status are used as control variables. First, the model was estimated using the least squares method and the results suggested that having secondary school education and above is positively associated with milk and milk products consumption expenditure. However, the results obtained by the least squares method contain endogeneity problem. Thus, the same model was estimated with the instrumental variable method and the results showed that the coefficient of the secondary school and above graduate dummy was negative and statistically significant.

Keywords: Milk and milk products consumption, education, instrumental variable model.

GİRİŞ

Süt ve süt ürünleri bireylerin sağlıklı gelişimi için ihtiyaç duyduğu birçok besin öğelerini içermesi nedeniyle hayatın her evresinde tüketimde önemli bir yer tutmaktadır. Türkiye İstatistik Kurumu tarafından sağlanan Hanehalkı Bütçe Anketi 2016 yılı verilerinden hareketle gerçekleştirilen hesaplamamıza göre süt ve süt ürünleri (taze tam yağlı süt, taze az yağlı süt, korunmuş süt, yoğurt, peynir ve lor ve diğer süt ürünleri) toplam hane harcamasından ortalama olarak yalnızca %2,65 pay almaktadır. Çalışmamızın temel amacı süt ve süt ürünleri tüketimi harcamasında eğitimin etkisini ampirik olarak, dayanıklı bir şekilde ve nedenselliği göz önünde bulundurarak sınamaktır. Literatürde süt tüketiminin belirleyicilerini inceleyen çalışmalar (Akbay & Tiryaki, 2008; Zhu vd., 2020) bulunmaktadır fakat çalışmamız bahse konu çalışmalardan araç değişken yöntemi (İVReg) kullanarak içsellik probleminin üstesinden gelerek ve nedenselliği ortaya koyarak ayrışmaktadır.

Akbay ve Tiryaki (2008), Türkiye İstatistik Kurumu tarafından sunulan Hanehalkı Tüketim Harcaması Anketini kullanarak sosyo-ekonomik ve demografik özelliklerin süt tüketimi harcamasına olan etkisini logit model kullanarak ampirik olarak araştırmıştır. Veri seti tüm ülkede temsili olan bir veri setidir ve Türkiye'nin 12

bölgesinde 18.278 hanehalkını içermektedir. Logit model sonuçlarına göre daha yüksek eğitime sahip, daha yüksek gelire sahip ve 14 yaş altı çocuğa sahip hanehalkının paketli, sterilize, süt tüketimi daha yüksek olma eğilimindedir.

Zhu vd. (2020), Çin'de özellikle kent kesiminde gerçekleşen gelir dağılımı değişiminin süt tüketimine olan etkisini incelemiştir. Çalışma, Çin'de beş farklı bölgeden 11.861 kent kesimi hanehalkının verilerini içeren veri setiyle gelir dağılımının değişiminin süt tüketimi üzerine etkisini ampirik olarak incelemiştir. Sonuçlara göre, gelir dağılımının daha eşit hale gelmesiyle süt tüketimi artma eğilimindedir. Bahse konu etki, çocuksuz hanehalkı için daha yüksektir.

Cheng vd. (2015), Çin'de Beijing ve Harbin'de kent kesimi 360 hanehalkını içeren veri setini kullanarak harcanabilir gelirin süt tüketimi üzerindeki etkisini analiz etmiştir. Süt tüketimi ve harcanabilir gelir arasındaki ilişki en küçük kareler (EKK) regresyonuyla gerçekleştirilmiştir. Regresyon sonuçlarında süt tüketiminin gelir esnekliği pozitif, fiyat esnekliği negatif fakat mutlak değer olarak birden küçük çıkmıştır. Yani, süt fiyata göre inelastik olarak tespit edilmiştir, gelir arttıkça süt tüketimi harcaması artma eğilimindedir. Sonuçlar ayrıca, süpermarketlerin süt tüketimini artırıcı bir etkisi olduğunu, çocuklar ve yaşlıların daha fazla süt tüketme eğiliminde olduğu ortaya koymuştur.

Liu vd. (2013), deneysel bir tasarımla elde edilen verilerle ABD için organik süt tüketimi davranışlarını incelemiştir. Veriler ilanla bulunan 148 yetişkine deneysel iktisat laboratuvarında gerçekleştirilen anketler yoluyla elde edilmiştir. Sonuçlar, organik süt tüketiminde en mühim belirleyicinin lezzet algısı olduğunu, gelir ve ailedeki çocuk sayısının organik süt tüketiminde temel belirleyicilerden olmadığı görülmüştür.

Bu bağlamda çalışmamız, süt ve süt ürünleri tüketimi harcamasında eğitimin etkisini içsellik probleminin üstesinden gelen bir İVReg modelle açıklamaya çalışmakta ve literatüre önemli bir katkı sunmayı hedeflemektedir. İVReg model için araç değişken olarak Türkiye'de 1997 yılında zorunlu eğitimi 5 yıldan sekiz yıla çıkararak 3 yıl artıran bir eğitim reformu kullanılmıştır. Elde edilen sonuçlar en küçük kareler (EKK) tahmin edicisiyle elde edilen sonuçlarla kıyaslanarak içsellik probleminin önemi vurgulanmıştır.

YÖNTEM

Analiz için Türkiye temsili olan Türkiye İstatistik Kurumu tarafından yayınlanan Hanehalkı Bütçe Anketi'nin 2016 yılı verisi kullanılmıştır. Bahse konu anket çeşitli harcama gruplarında hanehalkı bazında harcama tutarlarını ve hanehalkının eğitim durumu, yaşı, geliri, evlilik durumu, cinsiyeti ve engellilik durumu gibi verileri de içermektedir. Hem EKK hem İVReg yöntemi için tahmin edilen model denklem 1'de verilmiş. Modelde bağımlı değişken olan $sütharcama$ süt ve süt ürünlerine yapılan harcama miktarını, $ortaokul$ ortaokul ve üstü mezunlara yönelik kukla değişkeni, $erkek$ erkelere yönelik kukla değişkeni, $yaş$ kişilerin yaşını, $gelir$ hanehalkının gelirini ve $engel$ engelli bireyleri temsil eden kukla değişkendir. Modeldeki değişkenlerin özet istatistikleri Tablo 1'de raporlanmıştır.

$$sütharcama = \beta_0 + \beta_1 ortaokul + \beta_2 erkek + \beta_3 evli + \beta_4 yaş + \beta_5 yaş^2 + \beta_6 gelir + \beta_7 engel \quad (1)$$

Denklem 1'de sunulan model önce EKK yöntemiyle ardından içsellik probleminin üstesinden gelmek ve süt ve süt ürünleri harcamasıyla eğitim arasındaki ilişkiyi nedenselliği ortaya koyarak görmek hem de dayanıklılık sınaması

yapmak için İVReg yöntemiyle tahmin edilmiştir. Araç değişken olarak Türkiye'de 1997 yılında zorunlu eğitimi 5 yıldan 8 yıla çıkaran eğitim reformu kullanılmıştır.

Tablo 1. Özet İstatistikler

Değişken	N	Ortalama	Std. Sapma	Min.	Maks.
sütharcama	418702	82	74	0	1239
erkek	418702	45	5	0	1
evli	418702	65	48	0	1
yaş	418702	44	18	15	99
gelir	418702	16573	23965	0	818400
engel	418702	55	23	0	1
ortaokul	418702	55	5	0	1
zorunluegitim	418702	26	44	0	1

BULGULAR

EKK regresyon sonuçları Tablo 2'de sunulmuştur. EKK sonuçlarında $erkek$ ve $engel$ dışındaki tüm değişkenlere ait katsayılar %1 anlamlılık düzeyinde istatistiki olarak anlamlıdır. EKK sonuçlarına göre ortaokul ve üstü mezun olanların süt ve süt ürünleri harcaması ortaokul ve altı eğitime sahip olanlara göre daha yüksektir. Erkeklerin süt ve süt ürünleri harcaması kadınlara göre daha düşük olma eğilimindedir. Fakat bu katsayı istatistiki olarak anlamlı değildir. Evliler evli olmayanlara göre daha fazla süt ve süt ürünleri tüketimi harcaması yapmaktadır. Yaş arttıkça süt ve süt ürünleri tüketimi harcaması azalma eğilimindedir. Gelir artışı süt ve süt ürünleri tüketimi harcamasıyla pozitif ilişkilidir. Engelli bireylerin süt ve süt ürünleri tüketimi harcaması engelli olmayan bireylere göre daha düşük olma eğilimindedir. Fakat bu katsayı da istatistiki olarak anlamlı değildir.

Tablo 2. EKK Regresyon Sonuçları

Değişken	Katsayı
ortaokul	8,059***
	(0,340)
erkek	-0,431
	(0,265)
evli	9,582***
	(0,287)
yaş	-0,672***
	(0,044)
yaşkare	0,009***
	(0,000)
gelir	0,000***
	(0,000)
engel	-0,434
	(0,638)

*** p<0,01

İVReg sonuçlarına göre ortaokul ve üstü mezun olanların süt ve süt ürünleri tüketimi harcaması ortaokul ve altı eğitime sahip olanlara göre daha düşüktür. Erkeklerin süt ve süt ürünleri tüketimi harcaması kadınlara göre daha yüksek olma eğilimindedir. Evliler evli olmayanlara göre daha fazla süt ve süt ürünleri tüketimi harcaması yapmaktadır. Yaş arttıkça süt ve süt ürünleri tüketimi harcaması azalma eğilimindedir. Gelir, süt ve süt ürünleri tüketimi harcamasıyla pozitif ilişkilidir. Engelli bireylerin süt ve süt ürünleri tüketimi harcaması engelli olmayan bireylere göre daha düşük olma eğilimindedir.

Tablo 3. İVReg Regresyon Sonuçları

Değişken	Katsayı
ortaokul	-57,308***
	(4,624)
erkek	3,088***
	(0,347)
evli	5,399***
	(0,401)
yaş	-2,696***
	(0,148)
yaşkare	0,020***
	(0,001)
gelir	0,000***
	(0,000)
engel	-8,040***
	(0,769)

*** p<0,01

TARTIŞMA VE SONUÇ

Çalışma, eğitim ve süt ve süt ürünleri tüketimi harcaması arasındaki ilişkiyi Türkiye temsili olan Türkiye İstatistik Kurumu tarafından yayınlanan Hanehalkı Bütçe Anketi'nin 2016 yılı verisi kullanarak ampirik olarak incelemeyi amaçlamaktadır. Analiz kapsamında eğitim ve süt ve süt ürünleri harcaması ilişkisi EKK yöntemiyle tahmin edilmiştir. Ardından hem dayanıklılık sınaması hem içsellik sorununun üstesinden gelerek ilişkiyi nedenselliği gösterecek şekilde analiz edebilmek için İVReg yöntemi uygulanmıştır. İVReg yönteminde araç değişken olarak kamuoyunda "kesintisiz sekiz yıllık eğitime geçiş" olarak bilinen ve 1997 yılında zorunlu eğitimi 5 yıldan 8 yıla çıkaran eğitim reformu kullanılmıştır. EKK sonuçları eğitim ve süt ve süt ürünleri tüketimi harcaması arasında pozitif bir ilişki gösterirken İVReg sonuçları tam aksini, negatif bir ilişki, göstermektedir. Bu durum EKK sonuçlarının dayanıklı olmadığını bu sonuçlar yorumlanırken içsellik problemi dolaysıyla temkinli davranılması gerektiğini göstermektedir.

KAYNAKÇA

Akbay, C., & Tiryaki, G. (2008). Unpacked and packed fluid milk consumption patterns and preferences in Turkey. *AGRICULTURAL ECONOMICS*, *38*(1), 9-20. https://doi.org/10.1111/j.1574-0862.2007.00226.x

Cheng, L., Yin, C., & Chien, H. (2015). Demand for milk quantity and safety in urban China: Evidence from Beijing and Harbin. *AUSTRALIAN JOURNAL OF AGRICULTURAL AND RESOURCE ECONOMICS*, *59*(2), 275-287. https://doi.org/10.1111/1467-8489.12065

Liu, Z., Kanter, C., Messer, K., & Kaiser, H. (2013). Identifying significant characteristics of organic milk consumers: A CART analysis of an artefactual field experiment. *APPLIED ECONOMICS*, *45*(21), 3110-3121. https://doi.org/10.1080/00036846.2012.699189

Zhu, W., Chen, Y., Zheng, Z., Zhao, J., Li, G., & Si, W. (2020). Impact of changing income distribution on fluid milk consumption in urban China. *CHINA AGRICULTURAL ECONOMIC REVIEW*, *12*(4), 623-645. https://doi.org/10.1108/CAER-09-2019-0162

EĞİTİMİN KİŞİSEL HİJYEN ÜRÜNLERİ TÜKETİMİ HARCAMASINA ETKİSİ

Prof. Dr. Murat Anıl MERCAN
Yıldız Teknik Üniversitesi, İstanbul, Türkiye, mamercan@yildiz.edu.tr

Dr. Öğr. Üyesi Ali Fehim CEBECİ
İstanbul Ticaret Üniversitesi, İstanbul, Türkiye, afcebeci@ticaret.edu.tr

ÖZET

Kişisel hijyen ürünleri tüketimi hem bireysel sağlık hem de toplumsal sağlık açısından göz ardı edilemez bir öneme sahiptir. Türkiye İstatistik Kurumu tarafından sağlanan Hanehalkı Bütçe Anketinin 2016 yılı için olan verilerinden yazarlar tarafından gerçekleştirilen hesaplamalara göre kişisel hijyen ürünleri harcamalarının hanelerin toplam harcamalarından aldığı ortalama pay yalnızca %1,24 ve 46,02 TL'dir. Çalışmamızın amacı eğitimin kişisel hijyen ürünleri tüketimi üzerindeki etkisini incelemektir. İçsellik problemi dolaysıyla en küçük kareler tahmin edicisiyle elde edilen sonuçlar yanlı olabilmektedir. Bu maksatla çalışmamızda araç değişken modeli de kullanılmış ve sonuçlar en küçük kareler modeliyle elde edilen sonuçlarla karşılaştırılmıştır. Bu yönüyle çalışmamız Türkiye için bir ilki temsil etmektedir. Türkiye'de zorunlu eğitim süresi 1997 yılında, 4306 sayılı kanunla 5 yıldan 8 yıla çıkarılmıştır. Bahse konu kanun 1997-1998 eğitim öğretim yılı itibarıyla uygulanmaya başlamıştır. Çalışmamız, bu kanunla gelen politika değişikliği neticesinde ortaya çıkan ilave 3 yıllık eğitimi araç değişken olarak kullanmaktadır. Regresyon modelinde bağımlı değişken Hanehalkı Bütçe Anketinin 2016 döneminden elde edilen hane bazında kişisel hijyen harcamasıdır. Bağımsız değişken ise ortaokul ve üzeri eğitime sahip bireyler için 1 değerini alan bir kukla değişkendir. Kontrol değişkenleri ise kişinin yaşı, geliri, evlilik durumu, cinsiyeti, engellilik durumudur. En küçük kareler yöntemiyle elde edilen sonuçlar ortaokul ve üzeri eğitime sahip olanların daha fazla kişisel hijyen ürünü harcaması yapma eğiliminde olduğunu göstermiştir. Öte yandan, araç değişken modeli sonuçları ise ilişinin negatif olduğunu göstermiştir. Araç değişken modelinde kontrol değişkenleri katsayıları kişisel hijyen harcamasının erkeklerde kadınlara göre daha düşük olduğunu, evlilerde evli olmayanlara göre daha yüksek olduğunu, kişisel hijyen harcamalarının yaş artışıyla düşme eğiliminde olduğunu gelir artışıyla ise artma eğiliminde olduğunu göstermiştir.

Anahtar Kelimeler: Kişisel hijyen ürünleri tüketimi, eğitim, araç değişken modeli.

THE IMPACT OF EDUCATION ON PERSONEL HYGIENE PRODUCTS EXPENDITURE

ABSTRACT

The consumption of personal hygiene products is of great importance for both individual and public health. According to authors calculations from the Household Budget Survey data for 2016 provided by the Turkish Statistical Institute, the average share of personal hygiene products expenditures in total expenditures of households is only 1.24% and 46.02 TL. The aim of our study is to examine the effect of education on the consumption of personal hygiene products. Due to the endogeneity problem, the results obtained with the least squares estimator may be biased. Hence, the instrumental variable model was also used in our study and the results were compared with the results obtained with the least squares model. In this respect, our study represents an initial attempt for Türkiye. The compulsory education period in Türkiye was increased from 5 years to 8 years in 1997 with the Law No. 4306. This law was implemented as of the 1997-1998 academic year. Our study uses the additional 3 years of education resulting from the policy change introduced by this law as an instrumental variable. The dependent variable in the regression model is personal hygiene expenditure on household basis obtained from the 2016 wave of Household Budget Survey. The independent variable is a dummy variable that takes the value 1 for individuals with secondary school education and above. The control variables are age, income, marital status, gender, and disability status. The results obtained with the least squares method show that those with secondary school education and above tend to spend more on personal hygiene products. On the other hand, the instrumental variable model results show that the relationship is negative. The coefficients of the control variables in the instrumental variable model show that personal hygiene expenditures are lower among men than women, higher among married people than unmarried people, and personal hygiene expenditures tend to decrease with increasing age and increase with increasing income.

Keywords: Personal hygiene products consumption, education, instrumental variable model.

GİRİŞ

Kişisel hijyen ürünleri tüketimi hem bireysel sağlık hem de toplumsal sağlık açısından göz ardı edilemez bir öneme sahiptir. Türkiye İstatistik Kurumu tarafından sağlanan Hanehalkı Bütçe Anketinin 2016 yılı için olan verilerinden yazarlar tarafından gerçekleştirilen hesaplamalara göre kişisel hijyen ürünleri harcamalarının hanelerin toplam harcamalarından aldığı ortalama pay yalnızca %1,24 ve 46,02 TL'dir. Bu çalışmanın amacı eğitimin hijyen ürünleri tüketimi harcamasına olan etkisini ampirik olarak incelmektir. Hijyen ürünleri tüketimine yönelik literatürdeki mevcut çalışmalar daha ziyade hijyen ürünlerinin fiyat esnekliğini ölçen veya bir politika değişikliği sonucu hijyen ürünleri tüketiminde meydana gelen değişikliği ölçen çalışmalardır. Çalışmamız hijyen ürünleri tüketimi ve eğitim arasındaki ilişkiyi sınamasıyla bir ilki temsil etmekte ayrıca araç değişken yöntemi (İVReg) kullanarak içsellik sorununun üstesinden gelmesi yönüyle önemli bir katkı sunmaktadır.

Calzolari vd. (2018), yüksek talep döneminde ve daha düşük talep döneminde hijyen ürünlerine yönelik satıcıların fiyatlama stratejilerini analiz etmiştir. Kurdukları teorik çerçeveye göre rekabet düşükken hijyen ürünlerinin fiyat esnekliğinin düşük olacağı beklenmektedir. Analizde, İtalya'da geniş bir çapta eczanelerden gelen hijyen ürünleri satışı verisi kullanılmıştır. Sonuçlara göre rekabet yüksekken hijyen ürünlerine gelen bir talep şoku fiyatlarda istatistiki olarak anlamlı bir değişikliğe sebep olmazken daha düşük rekabet ortamında fiyat artışı görülmektedir.

Frey ve Haucap (2024), Almanya'da hijyen ürünlerine yönelik katma değer vergisi indirimini içeren bir politika değişikliğinin hijyen ürünleri fiyatına olan yansımasını ampirik olarak incelemiştir. Veri seti 10 büyük Alman marketinde hijyen ürünleri fiyatlarını içermektedir. Analiz için panel olay çalışması (panel event study) yöntemi kullanılmıştır. Analize konu hijyen ürünlerinin talebinin fiyat esnekliği düşük olduğu için beklenti katma değer vergisinin bire bir fiyatlara yansımasıdır. Sonuçlar ise katma değer vergisi indiriminin fiyatlara indirimden yüksek bir oranda, daha fazla, yansıtıldığını göstermiştir.

Mirza vd. (2022) bir terör saldırısı sonrası hanehalkının tüketim yapısını nasıl değiştirdiğini incelemiştir. Fransa'da ulusal temsili olan, 15.000 hanehalkının tüketim harcamalarını içeren bir veri setinden hareketle 13 Kasım 2015 Cuma günü Bataclan konser saldırısı sonrası Fransız hanehalkının tüketim yapılarındaki değişimi ampirik olarak sınamıştır. Sonuçlar, saldırı sonrası şeker yoğun ürünlere yönelik harcamanın %5 arttığını, tuzlu gıdalara olan harcamada değişiklik olmadığını, ev tamirat ürünlerine yönelik harcamanın %9 arttığını kadınlara yönelik hijyen ürünleri harcamasını ise %23,5 artırdığını göstermiştir.

Ferrario (2014), Brezilya'da hükümet tarafından gerçekleştirilen Bolsa Familia isimli nakit desteği programının çeşitli ürün gruplarındaki harcama miktarlarına olan etkisini incelemiştir. Ampirik analiz için Brezilya'da 55.970 hanehalkının harcamalarına yönelik veri içeren Brezilya Hanehalkı Bütçe anketi kullanılmıştır. Sonuçlar Bolsa Familia programı neticesinde gıda ürünleri, un, sebze, yumurta, şeker ve okul araçları kalemlerinde istatistiki olarak anlamlı bir harcama artışı gösterirken hijyen ürünleri harcamasında istatistiki oalrak anlamlı bir sonuç elde edilememiştir.

Çalışmamız hijyen ürünleri harcamasına yönelik literatürdeki mevcut çalışmalardan farklı olarak eğitimin hijyen ürünleri tüketimi harcamasına olan etkisini ampirik olarak incelemektedir. Bu maksatla öncelikle en küçük kareler (EKK) yoluyla hijyen ürünleri tüketimi harcamasına eğitimin etkisi incelenmiştir. Fakat bu yöntem içsellik problemi nedeniyle yanlı sonuçlar verebilmektedir. İçsellik problemini aşmak ve eğitimin hijyen ürünleri tüketimi harcamasına olan etkisini nedenselliği ortaya koyarak incelemek için bahse konu ilişki İVReg yöntemiyle de sorgulanmıştır. İVReg yöntemi için araç değişken olarak Türkiye'de 1997 yılında zorunlu eğitimi beş yıldan sekiz yıla çıkaran, zorunlu eğitimi üç yıl artıran, bir politika değişikliği kullanılmıştır. Bu sayede analiz içsellik problemi olmadan, nedenselliği ortaya koyacak şekilde ve dayanıklılık sınaması olacak şekilde gerçekleştirilmiştir.

YÖNTEM

Çalışmamızın veri setini Türkiye'de ulusal temsili olan, Türkiye İstatistik Kurumu tarafından sağlanan Hanehalkı Bütçe Anketinin 2016 yılına yönelik verileri oluşturmaktadır. Hanehalkı Bütçe Anketi birçok harcama türünde hanehalkı bazında harcama miktarlarını ve ayrıca hanehalkındaki bireylerin yaş, cinsiyet, gelir, evlilik durumu, eğitim seviyesi ve engellilik durumu gibi birçok veriyi içermektedir. Ampirik analizde kullandığımız model denklem 1'de sunulmuştur. Bu model hem EKK hem İVReg yöntemleri için kullanılmıştır. Modelin bağımlı değişkeni hijyen ürünlerine harcama miktarını gösteren $hijyenharcama$ değişkenidir. Açıklayıcı değişkenler ise; orta okul ve üstü eğitime sahip kişiler için 1 değerini alan $ortaokul$ kukla değişkeni, erkek bireyler için 1 değerini alan $erkek$ kukla değişkeni, evli bireyler için 1 değerini alan $evli$ kukla değişkeni, kişilerin yaşını gösteren $yaş$ değişkeni ve son olarak engelli bireyler için 1 değerini alan $engel$ değişkenidir. Tüm değişkenlere yönelik özet istatistikler Tablo 1'de raporlanmıştır.

$$hijyenharcama = \beta_0 + \beta_1 ortaokul + \beta_2 erkek + \beta_3 evli + \beta_4 yaş + \beta_5 yaş^2 + \beta_6 gelir + \beta_7 engel \qquad (1)$$

Bahse konu regresyon modeli önce EKK yöntemiyle ve ardından hem dayanıklılık sınaması hem içsellik probleminin üstesinden gelmek hem de hijyen ürünleri tüketimi harcaması-eğitim arasındaki ilişkiyi nedenselliği ortaya koyacak şekilde sınamak maksadıyla İVReg yöntemiyle tahmin edilmiştir. İVReg yöntemiyle gerçekleştirilen analiz için araç değişken olarak Türkiye'de 1997 yılında yürürlüğe giren eğitim reformu kullanılmıştır.

Tablo 1. Özet İstatistikler

Değişken	N	Ortalama	Std. Sapma	Min.	Maks.
hijyenharcama	418702	39	62	0	1279
erkek	418702	45	5	0	1
evli	418702	65	48	0	1
yaş	418702	44	18	15	99
gelir	418702	16573	23965	0	818400
engel	418702	55	23	0	1
ortaokul	418702	55	5	0	1
zorunluegitim	418702	26	44	0	1

BULGULAR

Tablo 2'de EKK regresyon sonuçları raporlanmıştır. EKK sonuçlarında tüm değişkenlere ait katsayılar %1 anlamlılık düzeyinde istatistiki olarak anlamlıdır. EKK sonuçlarına göre ortaokul ve üstü mezun olanların hijyen ürünleri tüketimi harcaması diğerlerine göre daha yüksektir. Erkeklerin hijyen ürünleri tüketimi harcaması kadınlara göre daha düşük olma eğilimindedir. Evliler evli olmayanlara göre daha fazla hijyen ürünleri tüketimi harcaması yapmaktadır. Yaşla hijyen ürünleri tüketimi harcaması arasında negatif ilişki vardır. Gelirle ise pozitif ilişki vardır. Engelli bireylerin hijyen ürünleri tüketimi harcaması engelli olmayan bireylere göre daha yüksek olma eğilimindedir.

Tablo 2. EKK Regresyon Sonuçları

Değişken	Katsayı
ortaokul	17,474*** (0,318)
erkek	-17,697*** (0,303)
evli	12,976*** (0,298)
yaş	-1,402*** (0,044)
yaşkare	0,010*** (0,000)
gelir	0,001*** (0,000)
engel	2,322*** (0,378)

*** p<0,01

İVReg sonuçları Tablo 3'de raporlanmıştır. Buna göre ortaokul ve mezunu olanların hijyen ürünleri tüketimi harcaması, EKK sonuçlarının tam aksine, orta okul ve altı mezunlara göre daha düşük olma eğilimindedir.

Tablo 3. İVReg Regresyon Sonuçları

Değişken	Katsayı
ortaokul	-59,420*** (4,446)
erkek	-13,558*** (0,333)
evli	8,055*** (0,386)
yaş	-3,783*** (0,143)
yaşkare	0,023*** (0,001)
gelir	0,001*** (0,000)
engel	-6,625*** (0,740)

*** p<0,01

TARTIŞMA VE SONUÇ

Çalışmamızın amacı hijyen ürünleri tüketimi harcamasına eğitimin etkisini ampirik olarak incelemektir. Çalışmamız eğitim-hijyen ürünleri tüketimi harcaması ilişkisini nedenselliği ortaya koyacak şekilde İVReg yöntemiyle

inceleyerek ve dayanıklılık sınaması için elde edilen sonuçları EKK yöntemi sonuçlarıyla karşılaştırarak literatürde bir ilki temsil etmektedir. EKK yöntemi sonuçları, ortaokul üzeri eğitime sahip olanların hijyen ürünleri tüketimi harcamasının ortaokul ve altı eğitime sahip olanlara göre daha düşük olduğunu gösterirken İVReg sonuçları bunun tam aksine bir sonuç ortaya koymuştur. Elde edilen sonuçlardaki farklılık EKK tahmin edicisiyle erişilecek sonuçlara içsellik problemi dolaysıyla temkinli yaklaşılması gerektiğini göstermiştir.

KAYNAKÇA

Calzolari, G., Ichino, A., Manaresi, F., & Nellas, V. (2018). INELASTIC BUYERS AND COMPETITION. *ECONOMIC JOURNAL*, *128*(615), 2843-2875. https://doi.org/10.1111/ecoj.12558

Ferrario, M. (2014). The impacts on family consumption of the Bolsa Familia subsidy programme. *CEPAL REVIEW*, *112*, 147-163.

Frey, A., & Haucap, J. (2024). VAT pass-through: The case of a large and permanent reduction in the market for menstrual hygiene products. *INTERNATIONAL TAX AND PUBLIC FINANCE*, *31*(1), 160-202. https://doi.org/10.1007/s10797-023-09813-w

Mirza, D., Stancanelli, E., & Verdier, T. (2022). Household expenditure in the wake of terrorism: Evidence from high frequency in-home-scanner data*. *ECONOMICS & HUMAN BIOLOGY*, *46*. https://doi.org/10.1016/j.ehb.2022.101150

7 VE 8. SINIF MEDYA OKURYAZARLIĞI ÖĞRETİM PROGRAMININ İNCELENMESİ

Furkan ALTUNAY
Dr. Öğretim Üyesi, Bayburt Üniversitesi, Bayburt, Türkiye, furkanaltunay@bayburt.edu.tr

ÖZET

Medya okuryazarlığı son yirmi yıldır önemini giderek artıran bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Gelişen teknoloji, iletişim ve medya araçlarının da gelişmesine ciddi oranda katkı sağlamıştır. İletişim araçlarının gelişmesi, internet, akıllı telefon, sosyal medya vb. araçların da yaygınlaşmasına neden olmuştur. Eğitim-öğretimde de bu araçlar sıklıkla kullanılmakta ve her geçen gün biraz daha yaygınlaşmaktadır. Bu durum medya okuryazarlığı kavramının da önemini artırmaktadır. Medya okuryazarlığı tüm medya içeriklerini anlama, kavrama, yorumlama ve analiz edebilmeyi içeren bir kavramdır. Bugün geldiğimiz noktada neredeyse her ülke insanlarına bu beceriyi kazandırmayı amaçlamakta ve bu noktada medya okuryazarlığı eğitimini okul müfredatlarına eklemektedir. Çünkü çağımızın gereği haline gelen medya okuryazarlığı aynı zamanda insanların medya araçlarının kasıtlı veya kasıtsız yanlış yönlendirmelerine karşı bilinçli olmayı esas almaktadır. Bu bilinci sağlamakta erken yaşlarda verilecek olan medya okur yazarlığı eğitimlerine bağlıdır. Bu bağlamda ülkeler eğitim müfredatlarına medya okuryazarlığı ile ilgili dersler koyarak insanlarını daha bilinçli bir medya üreticisi ve tüketicisi haline getirmeyi amaçlamaktadır. Ülkemizde de bu amaca uygun olarak eğitim-öğretim müfredatlarına medya okuryazarlığı dersleri koymuş ve farklı seviyelerde bu eğitimleri vermektedir. Üniversitelerde birçok fakültede medya okuryazarlığı dersleri seçmeli veya zorunlu olarak verilmektedir. Ancak medya okuryazarlığı eğitimlerinin daha erken dönemlerde verilmesi bu becerinin kazanılmasında daha etkili olacaktır. Milli Eğitim, Ortaokul 7. ve 8. sınıf düzeyinde medya okuryazarlığı dersini koymuş ve bu anlamda önemli bir adım atmıştır. Medya okuryazarlığının ayrı bir ders olarak ortaokul düzeyinde verilmesi daha bilinçli bireylerin yetişmesinde ve eğitim hayatlarının ileri seviyelerinde alacakları medya okuryazarlığı derslerini kavramada da önemli bir avantaj sağlayabilir. Bu çalışmanın amacı ortaokul düzeyinde var olan medya okuryazarlığı dersi öğretim programını incelemektir. Her toplumun ihtiyacı ve beklentisi aynı değildir. Ancak medya araçları ve içerikleri büyük oranda diğer ülkelerle benzerlik göstermektedir. Bu nedenle medya okuryazarlığı öğretim programı incelenerek, varsa eksiklikleri ifade edilerek programa katkı sağlamak faydalı olacaktır. Bu çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden doküman analizi kullanılacaktır. Doküman analizi, basılı ve elektronik materyaller olmak üzere tüm belgeleri incelemek ve değerlendirmek için kullanılan sistemli bir yöntemdir. Araştırma sonucunda çeşitli değerlendirme ve önerilere yer verilecektir.

Anahtar kelimeler: ortaokul, öğretim programı, medya okuryazarlığı

EXAMINATION OF THE 7TH AND 8TH GRADE MEDIA LITERACY CURRICULUM

ABSTRACT

Media literacy is a concept that has become increasingly important over the last twenty years. Developing technology has significantly contributed to the development of communication and media tools. The development of communication tools, internet, smartphone, social media, etc. It has also caused vehicles to become widespread. These tools are frequently used in education and training and are becoming more widespread every day. This situation also increases the importance of the concept of media literacy. Media literacy is a concept that includes being able to understand, comprehend, interpret and analyze all media content. At this point today, almost every country aims to provide this skill to its people and adds media literacy education to school curricula. Because media literacy, which has become a necessity of our age, is also based on people being aware of intentional or unintentional misdirection of media tools. Providing this awareness depends on media literacy training given at an early age. In this context, countries aim to make their people more conscious media producers and consumers by including courses on media literacy in their education curricula. In accordance with this purpose, our country has included media literacy courses in the education curriculum and provides these trainings at different levels. Media literacy courses are offered as elective or compulsory in many faculties of universities. However, providing media literacy training at earlier periods will be more effective in acquiring this skill. National Education has introduced media literacy courses at the 7th and 8th grade levels of secondary schools and has taken an important step in this sense. Teaching media literacy as a separate course at the secondary school level can provide a significant advantage in raising more conscious individuals and in understanding the media literacy courses they will take at advanced levels of their education. The purpose of this study is to examine the existing media literacy course curriculum at the secondary school level. The needs and expectations of every society are not the same. However, media tools and contents are largely similar to other countries. For this reason, it would be useful to contribute to the program by examining the media literacy curriculum and expressing its deficiencies, if any. In this study, document analysis, one of the qualitative research methods, will be used. Document analysis is a systematic method used to examine and evaluate all documents, including printed and electronic materials. As a result of the research, various evaluations and suggestions will be made.

Keywords: secondary school, curriculum, media literacy

GİRİŞ

Medya, toplumun bilgi edinmesi, çeşitli kültürel, sosyal ve siyasi içeriklere ulaşması için kullanılan iletişim teknolojileri ve platformlarının genel ismidir. Bu kapsamda televizyon, radyo, basılı yayınlar (gazeteler, dergiler), internet tabanlı platformlar (web siteleri, bloglar), sosyal medya ağları ve diğer dijital yayın araçları medyanın çeşitliliğini ve geniş kapsamını göstermektedir. Medyanın temel amacı, toplumun farklı kesimlerine yönelik bilgilendirme, eğitim, eğlence ve kamuoyu oluşturma gibi birden fazla işlevi yerine getirmektir (Sezer ve Sert, 2019). Özellikle haberler, araştırma ve inceleme yazıları, belgeseller, televizyon dizileri, filmler, müzik parçaları ve canlı spor müsabakaları gibi geniş bir içerik yelpazesi sunarak, her yaştan ve ilgi alanından insanın dikkatini çekebilir ve onlara hitap edebilir.

Medyanın toplumsal etkileşim ve iletişimdeki rolü göz ardı edilemez; bireyler arasında köprüler kurar, farklı kültür ve toplulukları bir araya getirir. Aynı zamanda, medya kuruluşlarının sahip olduğu güç ve etkinin, toplum üzerindeki olumlu ya da olumsuz etkileri sürekli bir tartışma konusudur. İçeriklerin seçimi ve sunumu, toplumun algıları üzerinde derin etkilere sahip olabilir, bu yüzden medyanın sorumluluğu ve etiği, onun toplumsal işlevini yerine getirirken daima göz önünde bulundurulmalıdır (Karaduman, 2019).

Medya, bilgi akışının hızlandığı, erişimin kolaylaştığı ve iletişim teknolojilerinin hızla geliştiği günümüz dünyasında, insanların bilgilendirilmesi, eğitilmesi ve eğlenmesi için vazgeçilmez bir araç haline gelmiştir. Dolayısıyla, medyanın toplum üzerindeki etkisi sadece bilgi ve haber akışıyla sınırlı kalmayıp, aynı zamanda kültürel değerlerin, toplumsal normların ve halkın genel görüşlerinin şekillendirilmesinde de kritik bir role sahiptir. Bu geniş ve etkileyici gücü nedeniyle, medyanın kullanımı ve ürettiği içerikler üzerine dikkatli bir şekilde düşünülmesi ve değerlendirilmesi gerekmektedir (Bilici, 2014; Karaduman, 2019).

Medya kavramının gelişmesi ve genişlemesi beraberinde medya okuryazarlığı kavramının ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Okuryazarlık, kişilerin yazıları okuyup yazma, anlamlandırma ve etkili şekilde iletişim kurma yeteneklerini belirtir. Bu kavram, yazılmış içerikleri kavrama, analiz etme, kritik düşünme yetilerini artırma ve bilgiye ulaşmayı basitleştirme kapasitesini kapsar (Aytaş ve Kaplan, 2017). Son otuz yıl boyunca medya okuryazarlığına olan ilgi artmış olsa da bu konseptin kökleri yaklaşık elli yıl öncesine dayanır. Bu düşünce, medyanın bireyler üzerindeki etkileri ve bu etkilerin nasıl verimli öğrenim deneyimlerine çevrilebileceği üzerine yapılan tartışmalardan doğmuştur. Medya ve medya okuryazarlığı hakkında uzun süredir devam eden bu tartışma, eğitim alanında yenilikçi bir yaklaşımın ortaya çıkmasını sağlamıştır. Bu kavram eğitimin yapısını dönüştürmüştür. Bu bağlamda, medya okuryazarlığı, bireylerin medya içeriklerini eleştirel bir şekilde değerlendirme ve yorumlama yeteneklerini geliştiren önemli bir eğitim aracı olarak ön plana çıkmaktadır (Kubey, 2001).

Birçok ülkede ayrı bir ders olarak verilen medya okuryazarlığı ülkemiz eğitim sisteminde de kendine önemli bir yer edinmiştir. Medya okuryazarlığının önemi her geçen gün artarken eğitim sisteminin ve müfredatların bu duruma kayıtsız kalmaması çok önemlidir. Çünkü içinde bulunduğumuz çağ haberleşmenin, iletişimin ve etkileşimin saniyeler içeresinde gerçekleştiği bir teknoloji çağıdır. Bu sebeple toplumun ve bireylerin iyi birer medya okuryazarı olmaları gerekmektedir. Özellikle sosyal medya ve internette birçok dezenformasyon, mezenformasyon ve çeşitli propaganda içerikleri serbestçe dolaşımdayken, iyi bir medya okuryazarı olmak ve bu içeriklerin olumsuz etkilerinden korunmak toplumun ve bireylerin yararına olduğunu ifade edebiliriz. Bu sebeple 7. ve 8. sınıflar düzeyinde ayrıca bir medya okuryazarlığı öğretim programının olmasının önemli bir gelişme olduğu ifade edilebilir.

Bu çalışmada 7. ve 8. Sınıf medya okuryazarlığı öğretim programı incelenerek bu konuda bazı değerlendirmelerin yapılması amaçlanmaktır.

Araştırmanın Problem Cümlesi

Ortaokul 7. ve 8. sınıf medya okuryazarlığı öğretim programı içerik ve kapsam bakımından nasıldır?

YÖNTEM

Araştırmanın Modeli

Bu çalışmada, araştırmanın yöntemi olarak tarama yöntemi tercih edilmiştir. Araştırma verileri, doküman incelemesi yöntemiyle toplanmıştır. Doküman incelemesi, belirlenen bir hedef doğrultusunda kaynakların belirlenmesi, okunması, not alınması ve seçilen konu üzerine çeşitli yorumlar yapma süreçlerini kapsar (Karasar, 2005). Bu metodoloji, aynı zamanda, incelenen olgu ya da olaylarla ilgili yazılı materyallerin ayrıntılı bir incelemesini de içerir (Yıldırım & Şimşek, 2013).

Verilerin Toplanması

Bu çalışmada, veriler doküman analizi yoluyla elde edilmiştir. Yıldırım ve Şimşek (2011) tarafından belirtildiği üzere, nitel araştırmalarda doğrudan müdahale veya gözlem mümkün olmadığında, doküman incelemesi diğer veri toplama yöntemlerine gerek kalmadan kullanılabilir. Araştırma kapsamında, ortaokul 7. ve 8. sınıf medya okuryazarlığı öğretim programı incelenmiştir.

Verilerin analizi

Araştırmada kullanılan veriler, nitel veri analizi tekniklerinden biri olan doküman incelemesiyle toplanmıştır. Patton (2002)'a göre, dokümanlar, organizasyonların işleyişini ve bu işleyişlerin altında yatan mekanizmaları ortaya koyarak, işlemlerin temel dinamiklerini aydınlatır. Araştırma sorusuna bağlı olarak bu dokümanlar, bazı durumlarda araştırmanın ana veri kaynağı olarak hizmet ederken, diğer zamanlarda ek veya destekleyici bilgiler sağlayarak araştırmaya değerli katkılarda bulunurlar. Bu bakış açısıyla, doküman incelemesi, araştırmacılara detaylı bilgi ve kavrayış sunmanın yanı sıra, özellikle karmaşık yapıdaki organizasyonların ve prosedürlerin ayrıntılı analizini mümkün kılan önemli bir yöntem olarak kabul edilmektedir (Güler, Halıcıoğlu ve Taşğın, 2015). Bu çerçevede, dokümanlar yalnızca bilgi kaynağı olarak değil, aynı zamanda araştırmanın kapsamını genişletip derinleştiren bir araç olarak ön plana çıkmaktadır. Bu bağlamda, toplanan veriler titizlikle incelenmiş ve birtakım sonuçlar elde edilmiştir.

BULGULAR

Ortaokul 7. ve 8. sınıf medya okuryazarlığı öğretim programı içerik ve kapsam bakımından nasıldır? Sorusuna göre elde edilen bulgular;

Ortaokul 7. ve 8. sınıf medya okuryazarlığı öğretim programı incelendiğinde programın ilk aşamasında; programın amaçları, perspektifi, değerler, yetkinlikler, ölçme ve değerlendirme yaklaşımı, bireysel gelişim ve öğretim programları başlıkları yer almaktadır.

Program incelendiğinde, amaçların dört aşamada ele alındığı görülmektedir. Dört aşama Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 2: *Ortaokul 7. ve 8. sınıf medya okuryazarlığı öğretim programı amaçlar*

Adet	Amaçlar
1	Okul öncesi
2	İlkokul
3	Ortaokul
4	Lise

Tablo 1'de belirtilen okul öncesi, ilkokul, ortaokul ve liseye yönelik belirtilen amaçların sadece medya okuryazarlığı öğretim programına özel olmadığını, diğer branşların öğretim programlarında da aynı amaçların yer aldığını söylemek mümkündür.

Amaçlardan hemen sonra perspektif başlığı altında öğretim programlarının genel yaklaşımlarından bahsedilmiştir. Daha sonra ise değerlerimiz başlığı altında öğretim programlarında yer alan kök değerlere yer verilmiştir. Belirtilen kök değerler Tablo 2'de verilmiştir.

Tablo 3: ***Ortaokul 7. ve 8. sınıf medya okuryazarlığı öğretim programı kök değerler***

Adet	Kök değerler
1	Adalet
2	Dostluk
3	Dürüstlük
4	Öz denetim
5	Sabır
6	Saygı
7	Sevgi
8	Sorumluluk
9	Vatanseverlik
10	Yardımseverlik

Tablo 2'de verilen kök değerler öğretim programlarının her birinde öğrenme alanı, konu veya ünite olarak görülmeden ortak bir nokta olarak verilmektedir. Bu durum öğretim programlarının değerlerimiz kısmında da belirtilmişidir.

Kök değerler ve değerlerimiz kısmından sonra yetkinlikler bölümüne yer verilmiştir. 2018 ortaokul 7. ve 8. sınıf medya okuryazarlığı öğretim programında belirtilen yetkinlikler 8 başlıktan oluşmaktadır. Tablo 3'de bu 8 başlık verilmiştir.

Tablo 4: *Ortaokul 7. ve 8. sınıf medya okuryazarlığı öğretim programı yetkinlikler*

Adet	Yetkinlikler
1	Anadilde iletişim
2	Yabancı dillerde iletişim
3	Matematiksel yetkinlik ve bilim/teknolojide temel yetkinlikler
4	Dijital yetkinlik
5	Öğrenmeyi öğrenme
6	Sosyal ve vatandaşlıkla ilgili yetkinlikler
7	İnisiyatif alma ve girişimcilik
8	Kültürel farkındalık ve ifade

Tablo 3'de verilen yetkinliklerde kök değerler gibi tüm öğretim programlarında aynı şekilde verilmektedir. Yetkinliklerden sonra diğer öğretim programlarında da olduğu gibi "öğretim programlarında ölçme değerlendirme yaklaşımı", "bireysel gelişim ve öğretim programları" ve "sonuç" başlıkları bulunmaktadır.

Ortaokul 7. ve 8. sınıf medya okuryazarlığı öğretim programının özel amaçları ise 10 madde olarak belirlenmiş ve programa eklenmiştir. 2018'de yayınlanan medya okuryazarlığı öğretim programının içeriğini oluşturan başlıklar ise beceriler, değerler, programın uygulanmasında dikkat edilecek hususlar, programın yapısı ve kazanımlar olarak belirlenmiştir.

Medya okuryazarlığı programının uygulanmasında dikkat edilecek hususlar başlığı incelendiğinde; medya okuryazarlığının sadece medya ile yürütülen bir süreç olmadığına dikkat çekilmiş ve çocukların özel ilgi alanlarının olması gerektiğine, kitap okumaya, el sanatları ile ilgilenmeye, çocuk oyunları oynamaya vb. etkinliklere de önem verilmesi gerektiğinden bahsedilmiştir. Ayrıca farkındalık, erişim, sorgulama, çevrimiçi güvenlik, çözümleme,

değerlendirme, üretim, paylaşım ve etkincilik gibi beceriler medya okuryazarlığı programının temel yapı taşları olarak verilmiştir. Medya okuryazarlığı öğretim programında altı çizilen bir başka nokta ise öğrencilerin birer medya üreticisi olduğu ve bu kapsamda "eğlendirme, bilgilendirme, ikna etme" özelliklerini kazanarak üretici konumda olmalarının önemi vurgulanmıştır.

Medya okuryazarlığı öğretim programının yapısının ise "Bilgi, Beceri ve Duyuş" kavramları kapsamında ele alındığını görmekteyiz. Medya okuryazarlığı öğretim programının yapısı Tablo 4'de verilmiştir.

Tablo 5: *Ortaokul 7. ve 8. sınıf medya okuryazarlığı öğretim programının yapısı*

Bilgi	Beceri	Duyuş
1-) Birey ve Medya	1-) Yaşam Becerileri	1-) Tutum
2-) Toplum ve Medya	2-) Medya okuryazarlığı becerileri	2-) Motivasyon 3-) Değerler
3-) Medyanın İşlevleri	*a-) Farkındalık*	*a-) Ulusal ve uluslararası kültürel değerler*
a-) Bilgi kaynağı olarak medya	*b-) Erişim*	*b-) Medya Etiği*
b-) Eğlence kaynağı olarak medya	*c-) Çözümleme (analiz)*	*c-) Sorumluluk*
c-) İkna aracı olarak medya	*d-) Değerlendirme*	
d-) Katılım ortamı olarak medya	*e-) Üretim*	
	f-) Paylaşım	
	g-) Eylemcilik	

Medya okuryazarlığı öğretim programının yapısı başlığı altında ayrıca "Medya okuryazarlığının temel ilkeleri" ve "Medya çeşitliliği/biçimleri" başlıkları da yer almaktadır. Bu başlıklar kapsamında da medya okuryazarlığının hangi temel ilkeleri dayanak aldığı ve medya tipleri/çeşitleri/ biçimleri hakkında bilgi verildiği görülmektedir. Bu başlıklara ait bilgiler de Tablo 5'de verilmiştir.

Tablo 6: *Medya okuryazarlığının temel ilkeleri ve Medya çeşitleri*

Medya okuryazarlığının temel ilkeleri	Medya çeşitleri/biçimleri
1 Medya gerçeklik inşası sunar ve bu yüzden tüm medya iletileri kurgulanmıştır.	1 Geleneksel Medya a-) İşitsel (Radyo) b-) Görsel (Televizyon, Sinema) c-) Basılı (Gazete, dergi, kitap)
2 Her medyanın farklı özellikleri, güçlü ve zayıf yanları ve kendine özgü bir dili vardır.	2 İnternet
3 Aynı medya iletisi farklı kullanıcılar tarafından farklı şekillerde anlaşılabilir.	3 Etkileşimli medya a-) Yeni medya b-) Sosyal medya c-) Sosyal ağlar
4 Medya ticari kazanç amaçlayan bir kurumdur.	
5 Medya iletilerine değer ve bakış açıları yerleştirilmiştir.	
6 Her yeni medya yeni diller, yeni görsel-işitsel dil bilgileri ve dilin kullanımında yeni roller önerir.	

Tablo 5 incelendiğinde medya okuryazarlığının temel ilkeleri kapsamında iyi bir medya okuryazarının nasıl olunacağına dair önemli bilgiler verildiği görülmektedir. Medya içeriklerinin ve ürünlerinin kurgudan ibaret

olduğunun, güçlü ve zayıf yönlerinin olduğunun, medya iletilerinin farklı bireyler tarafından farklı şekilde yorumlanabileceğinin, ticari kazanç amacı güdüldüğünün, farklı dil, görsel ve işitsel bilgilerin kullanabileceğinin ve medya iletilerine değerler ve nakış açıları yerleştirildiğinin ortaokul öğrencilerine benimsetilmesi istendiği tespit edilmiştir.

Öğretim programında yer alan temel beceriler "yaşam becerileri" ve "medya okuryazarlığı becerileri" olarak iki kısım halinde verilmiştir. Programda yer alan beceriler Tablo 6'da verilmiştir.

Tablo 7: *Beceriler*

Yaşam Becerileri	Medya okuryazarlığı becerileri
1 Karar verme	1 Farkındalık
2 Problem çözme	2 Erişim
3 Yaratıcı düşünme	3 Sorgulama
4 Eleştirel düşünme	4 Çevrimiçi güvenlik
5 Bilgi okuryazarlığı	5 Çözümleme (analiz)
6 Empati	6 Değerlendirme
7 Kriz yönetimi	7 Üretim
8 Uzlaşma	8 Paylaşım
9 Arabuluculuk	9 Etkincilik
10 İletişim	
11 Araştırma	
12 Zaman yönetimi	
13 Özel hayat yönetimi	
14 Girişimcilik	
15 Teknoloji okuryazarlığı	

Tablo 6 incelendiğinde medya okuryazarlığı öğretim programı kapsamında "yaşam becerileri" ve "medya okuryazarlığı becerileri" başlıkları altında temel becerilere yer verilmiştir. Bu kapsamda "yaşam becerileri" başlığı altında 15 adet beceriye yer verilirken, "medya okuryazarlığı" başlığı altında 9 beceriye toplamda ise 24 beceriye yer verildiği tespit edilmiştir. Verilen becerilere bakıldığında ortaokul 7 ve 8. sınıf öğrencilerinin medya okuryazarı olabilmelerine yardımcı olacak ve gelecekte medya araçları ve iletileri ile ilgili karşılaşacakları problemleri çözmelerini sağlayacak temel becerilerin, öğretim programında yer aldığını söylemek mümkündür.

Medya okuryazarlığı öğretim programında becerilerden sonra değer kısmına yer verilmiştir. Bu kapsamda öğretim programında yer alan değerler Tablo 7'de verilmiştir.

Tablo 8: *Değerler*

Değerler	
1 Aile içi iletişime duyarlık	12 İş birliği
2 Alçakgönüllülük	13 Özel hayata saygı
3 Arkadaşlık	14 Öz kontrol
4 Nesnellik	15 Özsaygı
5 Dostluk	16 Paylaşma
6 Duyarlık	17 Sabır
7 Dürüstlük	18 Sevgi
8 Estetik	19 Sorumluluk
9 Eşitlik	20 Özgürlük
10 Etik	21 Özgüven

11 Farkındalıklara saygı	22 Vatanseverlik 23 Yardımseverlik

Medya okuryazarlığı öğretim programında toplamda 23 adet değere yer verildiği tespit edilmiştir. Medya okuryazarlığı öğretim programı kapsamında kazandırılması amaçlanan değerlerin doğrudan sıralaması Tablo 7'de yapılmıştır.

Ortaokul 7 ve 8. Sınıf medya okuryazarlığı öğretim programında 5 adet öğrenme alanı belirlendiği görülmektedir. Programda yer alan medya okuryazarlığı öğrenme alanlarına dair bilgiler Tablo 6'da verilmiştir.

Tablo 9: *Ortaokul 7 ve 8. Sınıf Medya Okuryazarlığı Öğrenme Alanları*

Öğrenme Alanı numarası	**Öğrenme Alanı**	**Kazanım Sayısı**	**Süre/Ders Saati**	**Oranı (%)**
1	Birey, Toplum ve Medya	4	15	21
2	Katılım Ortamı Olarak Medya	4	15	21
3	Bilgi Kaynağı Olarak Medya	4	15	21
4	Eğlence Kaynağı Olarak Medya	4	14	19
5	İkna Aracı Olarak Medya	4	13	18
Genel Toplam		**20**	**72**	**100**

Tablo 6 incelendiğinde ortaokul 7 ve 8. sınıf medya okuryazarlığı öğretim programında öğrenme beş adet öğrenme alanı belirlendiği görülmektedir. Belirlenen tüm öğrenme alanlarının kazanım sayılarının 4 olduğu, birey, toplum ve medya, katılım ortamı olarak medya ve bilgi kaynağı olarak medya öğrenme alanlarının ders saatinin 15 saat, eğlence kaynağı olarak medya öğrenme alanın 14 sat ve ikna aracı olarak medya öğrenme alanın ise ders saatinin 13 saat olduğu görülmektedir. Yine ilk üç öğrenme alanın toplam saat oranlarında her birinin %21 lik bir zaman dilimini, 4. sırada yer alan eğlence kaynağı olarak medya öğrenme alanın %19 ve son sırada yer alan ikna aracı olarak medya öğrenme alanın ise %18'lik bir zaman dilimini kapladığı tespit edilmiştir. Medya okuryazarlığı öğretim programında yer alan öğrenme alanlarının toplamda 20 kazanıma sahip olduğu ve toplamda 72 saatlik bir ders süresi olduğu da tespit edilen bir diğer bulgudur.

TARTIŞMA VE SONUÇ

2018'de yayınlanmış olan Ortaokul 7. ve 8. sınıf medya okuryazarlığı öğretim programı bütüncül bir yaklaşımla değerlendirildiğinde ulaşılan sonuçlar şu şekildedir: Medya okuryazarlığı öğretim programının amaçları dört aşamadan oluşmaktadır. Bu aşamalar; okul öncesi, ilkokul, ortaokul ve lisedir. Ancak programda yer alan amaçlar medya okuryazarlığı öğretim programına özel bir durum olmayıp diğer öğretim programlarında yer alan amaçlar kısmında da yer almaktadır. Örneğin; Sosyal bilgiler öğretim programı, Türkçe dersi öğretim programı vb. (MEB, 2018). Aynı şekilde programın kapsamında yer alan "programın perspektifi" başlığı altında bulunan değerlerimiz ve yetkinliklerde öğretim programlarının genelinde yer almaktadır.

Medya okuryazarlığı programında bulunan özel amaçlar ise bu programa özel olarak belirlenmiştir. 7. ve 8. sınıf öğrencilerinin görsel, işitsel ve yazılı medyanın yanı sıra yeni, medya, sosyal ağlar ve video oyunları gibi diğer dijital ortamlara erişiminin olması nedeniyle öğrencilerden çeşitli değerlendirmeler, çözümlemeler yapmaları ve kendi

medya içeriklerini üretmeleri beklenmektedir. Bu kapsamda programda on adet özel amaç belirlenmiştir. Diğer öğretim programlarına bakıldığında her branşın kendi kazanım ve hedefleri doğrultusunda özel amaçlarlar belirlediği görülmektedir. Aynı şekilde medya okuryazarlığı programı kapsamında on adet kök değerin yer aldığı tespit edilmiştir. Programda yer alan kök değerler de 2018 yılında yenilenen öğretim programlarında yerini almış ve bu kapsamda medya okuryazarlığı öğretim programına da eklenmiştir. Bu değerler "adalet, dostluk, dürüstlük, özdenetim, sabır, saygı, sevgi, sorumluluk, vatanseverlik, yardımseverlik" olarak belirlenmiştir. Kök değerler dersin branşı ayırt edilmeksizin her öğrenciye kazandırılması hedeflenen değerlerdir (Topal, 2019). Öğretim programında yer alan yetkinliklerde kök değerler gibi öğretim programlarının genelinde yer almaktadır. MEB, eğitim sisteminin çeşitli yetkinliklerle donatılmış öğrenciler yetiştirmeyi amaç edinmiştir. Bu sebeple hem ulusal hem de uluslararası düzeyde kişisel hayatlarında ihtiyaç duyacakları yetkinliklere sahip olmanın önemini vurgulamaktadır (MEB, 2018). Öğretim programında yer alan yetkinlikler de Türkiye Yeterlikler Çerçevesinde belirlenmiştir. Bu yeterlikler ise "ana dilde iletişim, yabancı dillerde iletişim, matematiksel yetkinlik ve bilim/teknolojide temel yetkinlikler, dijital yetkinlik, öğrenmeyi öğrenme, sosyal ve vatandaşlıkla ilgili yetkinlikler, inisiyatif alma ve girişimcilik, kültürel farkındalık ve ifade" olarak verilmiştir.

Ortaokul 7. ve 8. sınıf medya okuryazarlığı öğretim programında ayrı bir başlık olarak da programın uygulanmasında dikkat edilecek hususlar kısmı yer almaktadır. Bu başlık altında ise medya okuryazarlığının sadece medya ile yürütülen bir süreç olmadığına dikkat çekilmiş ve çocukların özel ilgi alanlarının olması gerektiğine, kitap okumaya, el sanatları ile ilgilenmeye, çocuk oyunları oynamaya vb. etkinliklere de önem verilmesi gerektiğinden bahsedilmiştir. Ayrıca farkındalık, erişim, sorgulama, çevrimiçi güvenlik, çözümleme, değerlendirme, üretim, paylaşım ve etkincilik gibi beceriler medya okuryazarlığı programının temel yapı taşları olarak verilmiştir. Medya okuryazarlığı öğretim programında altı çizilen bir başka nokta ise öğrencilerin birer medya üreticisi olduğu ve bu kapsamda "eğlendirme, bilgilendirme, ikna etme" özelliklerini kazanarak üretici konumda olmalarının önemi vurgulanmıştır. Medyanın içeriklerinin olumlu yanları kadar birçok da olumsuz tarafı vardır (Avşar, 2013). Öğrencilerin günümüz teknolojisi ve imkanları düşünüldüğünde olumsuz yönleri ile karşılaşmama gibi bir imkânı ne yazık ki yoktur. Bu sebeple öğrencilerin iyi bir medya okuryazarı olması elzemdir. Medya okuryazarlığı dersleri sayesinde sahip olacakları bilgi, beceri, yetkinlik ve donanımla medyanın olumsuz etkilerini tespit edip kendilerini koruma imkanına sahip olmaları büyük bir öneme sahiptir. Bu noktada medya okuryazarlığı dersi ve öğretim programının müfredata eklenmesi öğrenciler ve aileler için büyük önem arz etmektedir (Sezer ve Sert, 2019).

Medya okuryazarlığı programının yapısına bakıldığında ise "Bilgi, Beceri ve Duyuş" kavramları kapsamında ele alındığı görülmektedir. Medya okuryazarı olabilmek için hem bilgiye hem beceriye hem de zihinsel bir yetkinliğe sahip olmak gerekmektedir. Medya okuryazarlığı kapsamında ortaokul öğrencilerine bu donanımları kazandırmayı amaçlamak programın yapısı açısından olumlu bir gelişmedir. Öyle ki bazı gelişmiş ülkeler bunu yapabilmek için daha erken yaşlarda medya okuryazarlığını ders olarak müfredatlarına uzun yıllar önce almaya başlamıştır (Sezer ve Sert, 2019). Yine bu kapsamda medya okuryazarlığı programı incelendiğinde medya okuryazarlığı ile ilgili temel ilkelerin belirlendiğini görmekteyiz. Programda altı adet olarak ifade edilen temel ilkeler iyi bir medya okuryazarının nasıl olacağı noktasında bir rehber görevini üstlenmişidir. Temel ilkelerin yanında ise medya çeşitleri/biçimleri verilmiştir. Her gün gelişen ve değişen medya araçları göz önüne alındığında ilerideki yıllarda

öğretim programının da kendisini bu değişim ve gelişimlere paralel olarak güncellemesi gerekmektedir. Mevcut programda medya çeşitleri olarak "Geleneksel medya" başlığı altında "işitsel, görsel, basılı" medya, "İnternet" ve "Etkileşimli medya" başlığı altında ise "yeni medya, sosyal medya, sosyal ağlar" medya çeşitleri olarak sunulmuştur.

Medya okuryazarlığı öğretim programı kapsamında yer alan temel beceriler ise iki ayrı başlık altında toplanmıştır. Bu başlıklar "Yaşam becerileri" ve "Medya okuryazarlığı becerileri" olarak verilmiştir. Yaşam becerileri altında 15 ayrı temel beceri yer aldığı, medya okuryazarlığı başlığı altında ise 9 ayrı temel beceri olduğu tespit edilmiştir. Beceri, tüm öğretim programlarında yer almakta ve öğretimin kazandırmayı amaçladığı önemli bir kavramdır. "Beceri: Bilgiyi uygulayabilme, problemleri çözebilme ve görevleri tamamlayabilme yeteneğidir. TYYÇ kapsamında beceriler, bilişsel (mantıksal, sezgisel ve yaratıcı düşünce) ve/ veya uygulamalı (el becerisi ve yöntem, materyal, araç gereç kullanabilme) olarak tanımlanmaktadır." (Güneş, 2012). Birey bir amaca ulaşmak için kendisinde olan veya sonradan kazanacağı çeşitli becerilere sahip olmalıdır. Bu sayede istenilen başarıyı sağlama ya da belirlenen hedefe ulaşmada güçlük çekmeden yoluna devam edebilir (Güneş, 2012).

Ortaokul 7 ve 8. Sınıf medya okuryazarlığı öğretim programında diğer öğretim programlarında olduğu gibi çeşitli değerlere yer verilmiştir. Programda toplamda 23 değer olduğu görülmektedir. Verilen değerlere bakıldığında; "aile içi iletişime duyarlık, alçakgönüllülük, arkadaşlık, nesnellik, dostluk, duyarlık, dürüstlük, estetik, eşitlik, etik, farkındalıklara saygı, 12 iş birliği, özel hayata saygı, öz kontrol, özsaygı, paylaşma, sabır, sevgi, sorumluluk, özgürlük, özgüven, vatanseverlik, yardımseverlik" olduğu görülmektedir. Değerler geçmişimizden gelen ve bugünümüze etki eden, günlük yaşamımızın çerçevesini belirleyen, insani, ahlaki ve etik kuralları meydana getiren önemli öğelerdir. Bireylerin hayatlarını doğru bir şekilde idame ettirebilmeleri için doğru ile yanlış arasındaki farkı belirlemelerine yardımcı olan ölçütler olarak da ifade edilebilir (Harland ve Pickering, 2011). Öztürk ve Kafadar (2019) ise değerlerin, toplum içindeki bireyleri bir araya getiren ve toplumların sürekliliğini sağlayan temel unsurlar olarak tanımlanmışlardır.

Ortaokul 7 ve 8. Sınıf medya okuryazarlığı öğretim programında 5 adet öğrenme alanına yer verildiği görülmektedir. Bu öğrenme alanları; "birey, toplum ve medya, katılım ortamı olarak medya, bilgi kaynağı olarak medya, eğlence kaynağı olarak medya, ikna aracı olarak medya" olarak belirlenmiştir. Belirlenen öğrenme alanlarına bakıldığında, medyanın tüm kapsamının programa dahil edilmeye çalıştığı söylenebilir. Medya hem bireyi hem de kitleleri doğrudan etkileme gücüne sahip bir önemli bir silahtır ve günümüzde etkili şekilde kullanılmaktadır. Bünyesinde barındırdığı araçlar sayesinde çok büyük kitlelerin katılımını da mümkün kılmaktadır. İnternet, sosyal medya, yazılı ve görsel medya aracılığı ile her türlü bilgi (doğru-yanlış-yalan) sürekli dolaşım halindedir. Medya okuryazarı olmayan insanlar yanlış ve yalan bilgilerden, yönlendirme ve dezenformasyondan etkilenebilir. Aynı zamanda medya önemli bir eğlence aracı haline de dönüşmüştür. Çeşitli platformlarda insanlar eğlence için bir araya gelmekte ve etkileşim sağlayabilmektedir. Son olarak da medya çok önemli bir ikna aracı olarak karşımıza çıkmaktadır. Özellikle son otuz yıldır daha da etkili bir şekilde kullanılan medya insanları bir değişime, dönüşüme veya herhangi bir duruma ikna etmek ya da alıştırmak için neredeyse her gün kullanılmaktadır. Bir durum karşısında tepki ve reaksiyon gösteren kitleler medyanın sayesinde her gün bu durumu işleyerek insanları belirli bir noktadan sonra daha az tepki verir hale ya da tepkisiz kalmaya itmektedir (Sezer,

2019). Medya okuryazarlığı öğretim programında yer alan öğrenme alanları yukarıda bahsedilen tüm konu başlıklarını içine almaktadır ve öğrencileri ileride karşılaşacakları bu tip durumlar için hazırlamaya kısaca iyi bir medya okuryazarı olmalarını sağlamayı amaçladıkları söylenebilir. Yer alan öğrenme alanlarının hepsinin kazanım sayılarının 4 olduğu toplamda ise 20 kazanım olduğu görülmektedir. Öğrenme alanlarından "birey, toplum ve medya, katılım ortamı olarak medya, bilgi kaynağı olarak medya"nın ders süresi 15 saat, "eğlence kaynağı olarak medya" öğrenme alanın ders süresi 14 saat ve son öğrenme alanı olan "ikna aracı olarak medya" nın ise ders süresi 13 saat olarak belirlenmiştir. Tüm öğrenme alanlarına toplamda ayrılan sürenin ise 72 saat olduğu görülmektedir.

ÖNERİLER

Medya okuryazarlığı yaşadığımız çağın önemli kavramlarından biri olduğu için öğretim programlarının tümünde bir beceri olarak yer alması bireyler ve toplum için faydalı olabilir.

Medya ve meyda araçları artık hayatlarımızın içine girmiş ve çok küçük yaşlardan itibaren bireylerin karşılaştığı bir olgu haline gelmiştir. Özellikle internet, akıllı telefon ve tabletlerin çoğalması ve yaygınlaşması ile bu durum daha da artmıştır. Bu sebeple ortaokul 4. 5. ve 6 sınıf hatta ilkokul düzeyi içinde ayrı bir medya okuryazarlığı öğretim programlarının yapılması faydalı olabilir.

KAYNAKÇA

Avşar, Z. (2013). Medya okuryazarlığı. İletişim ve Diplomasi, (2), 5-17.

Aytaş, G., & Kaplan, K. (2017). Medya okuryazarlığı bağlamında yeni okuryazarlıklar. Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi, 18(2), 291-310.

Bilici, E. İ. (2014), Medya okuryazarlığı ve eğitimi, Ankara: Nobel, Ankara: Nobel

Güler, A., Halıcıoğlu, M. B., & Taşğın, S. (2015). Sosyal bilimlerde nitel araştırma. Seçkin Yayıncılık.

Güneş, F. (2012). Bologna süreci ile yükseköğretimde öngörülen beceri ve yetkinlikler. Yükseköğretim ve Bilim Dergisi, (1), 1-9.

Harland, T., & Pickering, N. (2011). Values in higher education teaching. New York: Routledge.

Karaduman, S. (2019). Yeni medya okuryazarlığı: Yeni beceriler/olanaklar/riskler. Erciyes İletişim Dergisi, 6 (1), 683-700.

Karasar, N. (2005). Bilimsel araştırma yöntemi. Nobel Yayın Dağıtım.

Kubey, Robert (2001). Media Literacy in the information age, Current Perspectives. New Jersey: Transaction Publishers.

MEB, (2018). Medya okuryazarlığı dersi öğretim programı. https://mufredat.meb.gov.tr/

Patton, M. Q. (2002). Qualitative research and evaluation methods. SAGE Publishing.

Sezer, N., & Sert, N. Y. (2019). Medya okuryazarlığı üzerine. Eğitim Yayınevi.

Topal, Y. (2019). Değerler eğitimi ve on kök değer. Mavi Atlas, 7(1). 245-254.

Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2013). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri. Seçkin Yayıncılık.

SOSYAL BİLGİLERDE MİZAH İLE İLGİLİ YAPILAN ÇALIŞMALARIN DEĞERLENDİRMESİ

Furkan ALTUNAY
Dr. Öğretim Üyesi, Bayburt Üniversitesi, Bayburt, Türkiye, furkanaltunay@bayburt.edu.tr

ÖZET

Her geçen gün eğitimde yeni yaklaşımlar, yöntem-teknikler ve öğretim stratejileri ortaya koyulmaktadır. Mizahta bu yöntemlerden birisi olarak eğitimde kullanılmaktadır. Çünkü mizah sadece insanları güldüren ve eğlendiren bir olgu değildir. Mizah bireylere farklı bakış açıları kazandırabilen, motivasyonu arttıran, strese, kaygıya ve endişeye iyi gelen aynı zamanda öğrenmeyi kolaylaştıran çok yönlü bir kavramdır ve bu konuda eğitim ortamlarındaki etkililiği kanıtlanmıştır. Bu sebeple mizah, eğitimde kullanılan etkili bir yöntem olarak karşımıza çıkmaktadır. Literatüre bakıldığında, eğitimde pek çok alanın mizahı veya mizah unsurlarını kullandığını görmekteyiz. Uluslararası literatür incelendiğinde, mizahın eğitime entegre edilmesi noktasında öncü konumda olduklarını söylemek mümkündür. Mizahın eğitimde kullanılmasına yönelik yapılan birçok çalışma kapsamında olumlu neticeler alınması sonucunda, mizah ve eğitim ilişkisi giderek artış göstermiş, yapılan çalışmaların sayısı her geçen gün artmaya başlamıştır. Ülkemizde de mizah ve mizah unsurları eğitimin birçok alanında kullanılmaya başlanmış ve bu sayı da her geçen gün artmaya devam etmektedir. Sosyal bilgiler dersi de mizahın kullanıldığı alanlardan bir tanesidir. Sosyal bilgiler dersi hem içeriği hem de kapsamı gereği mizahın kullanılmasına çok elverişli bir alan olarak göze çarpmaktadır. Bu noktada ilgili literatür incelendiğinde sosyal bilgilerde mizahın kullanımına yönelik pek çok çalışmada bulunmaktadır. Bu çalışmanın amacı sosyal bilgilerde mizah ile ilgili yapılan çalışmaları inceleyip, değerlendirmektir. Çünkü mizah çok geniş ve çok boyutlu bir kavramdır. Bu sebeple de mizahın kullanım teknikleri, yöntemleri, öğrenci seviyesine uygunluk düzeyi, kullanılan mizah türleri, bu türlerin doğru şekilde kullanılması vb. birçok parametre önem arz etmektedir. Bu bağlamda ülkemizde sosyal bilgiler alanında yapılan çalışmaların incelenmesi, çeşitli değerlendirmelerde ve önerilerde bulunulması amaçlanmıştır. Bu çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden doküman analizi kullanılacaktır. Doküman analizi, basılı ve elektronik materyaller olmak üzere tüm belgeleri incelemek ve değerlendirmek için kullanılan sistemli bir yöntemdir. Çalışmanın neticesinde çeşitli önerilere yer verilecektir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal bilgiler, mizah, mizah unsurları.

EVALUATION OF STUDIES CONDUCTED ON HUMOR IN SOCIAL STUDIES

ABSTRACT

New approaches, methods-techniques and teaching strategies are introduced in education every day. Humor is used in education as one of these methods. Because humor is not just a phenomenon that makes people laugh and have fun. Humor is a versatile concept that can give individuals different perspectives, increases motivation, is good for stress, anxiety and worry, and also facilitates learning, and its effectiveness in educational environments has been proven. For this reason, humor appears as an effective method used in education. When we look at the literature, we see that many fields in education use humor or humor elements. When the international literature is examined, it is possible to say that they are in a pioneering position in integrating humor into education. As a result of obtaining positive results in many studies on the use of humor in education, the relationship between humor and education has gradually increased, and the number of studies has started to increase day by day. In our country, humor and humorous elements have begun to be used in many areas of education and this number continues to increase day by day. Social studies course is one of the areas where humor is used. Social studies course stands out as a very suitable field for the use of humor due to both its content and scope. At this point, when the relevant literature is examined, there are many studies on the use of humor in social studies. The aim of this study is to examine and evaluate studies on humor in social studies. Because humor is a very broad and multidimensional concept. For this reason, the techniques and methods of using humor, the level of suitability for the student level, the types of humor used, the correct use of these types, etc. many parameters are important. In this context, it is aimed to examine the studies carried out in the field of social studies in our country and to make various evaluations and suggestions. In this study, document analysis, one of the qualitative research methods, will be used. Document analysis is a systematic method used to examine and evaluate all documents, including printed and electronic materials. As a result of the study, various suggestions will be given.

Keywords: Social studies, humor, elements of humor.

GİRİŞ

Mizah, bir durum karşısında gülerek ya da gülümseyerek tepki verme şeklinde kavramsallaştırılmıştır. Gülme eylemi, mizahın temelinde yer alan bir tepki olup, insanların memnuniyet seviyelerini ifade eden evrensel bir beden dilidir (Martin, 2007). Mizahın özü, olaylara gülerek yaklaşımın incelikle ifade edilmesiyle ortaya çıkar ve genel olarak mizah, gülme ve güldürme üzerine kurulu durumların tümü olarak tanımlanabilir.

Mizah ve gülme birbirleri sıkı ilişki içerisinde olan iki ayrı kavram olarak görünse de mizah kavramı daha karmaşık, çok yönlü ve çetrefilli bir olgudur. Mizah, nüktecilik, ironiklik, gülmece, şaka yapma, komedi, dalga geçme, takılmak, aptalca davranışlar sergilemek, iğneleme (gizli ve ince alay), taklit, yerme (hicvetme) ve eğlence gibi şeyleri kapsamaktadır. Mizahi durumları betimlemek için ise tuhaf, garip, gülünç, komik, yerici, hicivli, taşlayıcı, eğlenceli, anlamsız, saçma, aptalca, kahkahalık, gülünç, nükteli, alaycı, şaşkın, keyifli, mutlu, neşeli, güldüren, komik, hayali, acayip ve şakacı gibi terimler kullanılmaktadır (Arendt, 2006). Mizah temelde toplumsal bir olgudur ve farklı kültürlerde etkileri büyük ölçüde değişebilen bir kavram olarak da kabul edilmektedir (Spanakaki, 2007).

Mizahın çok boyutlu bir kavram olduğu düşünülürse etki ettiği önemli boyutlardan bir tanesinde hiç şüphesiz eğitimdir. Eğitim genellikle ciddi ve önemli bir faaliyet olarak kabul edilirken, son zamanlarda pedagoji dünyasında daha özgür bir öğrenme ortamının önemi ve öğrenimin daha keyifli hale getirilmesi gibi konular öne çıkmıştır.

Günümüz eğitim anlayışı, neşeli ve keyif alarak öğrenen öğrencilerin bilgiyi daha iyi özümseyip hatırlamada daha yüksek motivasyona sahip olduğunu, aksine, öğrencilerin gergin ve çekingen hissettiği durumlarda ise öğrenmenin olumsuz etkilendiğini vurgulamaktadır (Martin, 2007). Bu yönelime dayanarak, birçok eğitmen günümüzde, derslerini daha akılda kalıcı ve ilgi çekici kılmak için mizah ve mizah unsurlarına başvurmaktadır.

Sosyal bilgiler de bu derslerden bir tanesi olarak göz çarpmaktadır. Çünkü sosyal bilgiler dersi çok disiplinli ve çok boyutlu bir derstir. Öğrencilerin ilgisini çekmek, derse karşı motivasyonu artırmak, akılda kalıcılığı sağlamak ve kolay öğrenmeyi desteklemek sosyal bilgiler dersinin öğretiminde elzemdir. Mizah bunu sağlamak için uygun bir araçtır. Ancak mizahı eğitimde doğru ve uygun koşulları sağlayarak kullanıldığında hedeflenen amaca ulaşmak mümkün olabilir (Güler ve Güler, 2010). Bu kapsamda sosyal bilgiler alanında mizahın kullanımına yönelik pek çok çalışma yapılmış ve yapılmaya da devam etmektedir. Bu çalışmada sosyal bilgiler dersi özelinde mizahla ilgili yapılan çalışmalar incelenerek bu konuda bazı değerlendirmelerin yapılması amaçlanmaktır.

Araştırma sosyal bilgiler alanında 2005-2023 yılları arasında yapılan makaleler ile sınırlandırılmıştır.

Araştırmanın Problem Cümlesi

Araştırmanın problem cümleleri

1-) Sosyal bilgilerde mizah ile ilgili yapılmış çalışmalarda kullanılan yöntem/araştırma desenlerine göre dağılımı nasıldır?

2-) Sosyal bilgilerde mizah ile ilgili yapılmış çalışmalarda örneklem/çalışma gruplarının sınıf düzeylerine göre dağılımı nasıldır?

3-) Sosyal bilgilerde mizah ile ilgili yapılmış çalışmalarda kullanılan mizah unsurlarının dağılımı ve eğilimi nasıldır?

YÖNTEM

Araştırmanın Modeli

Bu araştırmada tarama modeli kullanılmıştır. Çalışmada elde edilen veriler doküman analizi kullanılarak elde edilmiştir. Doküman analizi belirli bir amaca yönelik kaynakları tarama, tespit etme, okuma, notlar alama ve belirlenen konu hakkında çeşitli değerlendirmelerde bulunma işlemlerini içermektedir (Karasar, 2005). Bu süreç, aynı zamanda, incelenmek istenen fenomen veya fenomenlerle ilgili bilgileri içeren yazılı dokümanların detaylı bir şekilde gözden geçirilmesi şeklinde de ifade edilmektedir (Yıldırım & Şimşek, 2013).

Verilerin Toplanması

Araştırma kapsamında veriler, araştırmacı tarafından Ocak 2024 -Mart 2024 arasında toplanmıştır. Çalışmanın amacına uygun olarak “Google Akademik” ve “TR Dizin” sitelerinde “sosyal bilgilerde mizah” “sosyal bilgilerde mizah unsurları” ve “sosyal bilgiler ve mizah” anahtar kelimeleri ile tarama yapılarak 2005-2023 arasında yapılan çalışmalar temel alınmıştır. Yapılan tarama sonucunda araştırmanın amacına uygun olmayan çalışmalar elenmiş ve sonuç olarak çalışmanın amacına uygun olan 18 çalışmaya ulaşılmıştır.

Verilerin analizi

Araştırmanın verileri nitel veri analizi yöntemlerinden doküman analizi ile yapılmıştır. Patton (2002)'ın belirttiği üzere, dokümanlar örgütsel işleyişler ve bu işleyişlerin arkasındaki mekanizmaları açığa çıkararak, süreçlerin iç dinamiklerini aydınlatmaktadır. Araştırma sorununa bağlı olarak, bu dokümanlar zaman zaman araştırmanın temel veri kaynağını oluşturabilirken, diğer durumlarda ise araştırmaya ikincil veya destekleyici bilgiler sunarak önemli bir katkı sağlamaktadırlar. Bu çerçevede, doküman analizi, araştırmacılara derinlemesine bilgi ve anlayış sağlamanın yanı sıra, özellikle karmaşık örgütsel yapıların ve süreçlerin detaylı bir şekilde incelenmesine olanak tanıyan kritik bir yöntem olarak görülmektedir (Güler ve Taşğın, 2015). Bu bağlamda, dokümanlar, sadece bir bilgi kaynağı olmakla kalmayıp, aynı zamanda araştırmanın kapsamını genişleten ve derinleştiren bir araç haline gelmektedir. Bu kapsamda toplanan veriler detaylı şekilde okunup incelenmiş ve bazı sonuçlara ulaşılmıştır.

BULGULAR

Sosyal bilgilerde mizah ile ilgili yapılmış çalışmalarda kullanılan mizah unsurlarının dağılımı ve eğilimi nasıldır? Sorusuna göre elde edilen bulgular;

Araştırmanın birinci alt problemi olan "Sosyal bilgilerde mizah ile ilgili yapılmış çalışmalarda kullanılan yöntem/araştırma desenlerine göre dağılımı nasıldır?" sorusuna yönelik bulgular Tablo 1'de sunulmuştur:

Tablo 1

Yapılan Çalışmalar	Yöntem	Araştırma deseni
Makale 1	Nicel	Deneysel
Makale 2	Nicel	Deneysel-Yarı deneysel
Makale 3	Nitel	Durum çalışması
Makale 4	Karma yöntem	Gömülü desen
Makale 5	Nicel	Öntest-sontest kontrol gruplu desen
Makale 6	Karma yöntem	İç içe karma araştırma desen
Makale 7	Nitel	Olgubilim deseni
Makale 8	Nitel	Yarı yapılandırılmış görüşme
Makale 9	Nicel	Öntest-sontest kontrol gruplu desen
Makale 10	Nicel	Öntest-sontest kontrol gruplu desen
Makale 11	Nitel	Eylem araştırması
Makale 12	Karma yöntem	(Desen belirtilmemiş)
Makale 13	Nicel	Öntest-sontest kontrol gruplu desen
Makale 14	Nicel	Öntest-sontest kontrol gruplu desen
Makale 15	Karma yöntem	Öntest-sontest kontrol gruplu desen – Fenomenolojik desen

Tablo 1 incelendiğinde sosyal bilgilerde mizah ile ilgili yapılmış 15 makalenin 7 tanesinde Nicel, 4 tanesinde Nitel ve kalan 4 tanesinde ise Karma yöntem tercih edilmiştir. Bu veriler göz önüne alındığında sosyal bilgilerde mizahla

ilgili yapılan çalışmalarda en fazla tercih edilen yöntemin nicel yöntemler olduğunu söylemek mümkündür. Bu tercihin sebebini ise mizahın sosyal bilgiler dersinde kullanılan normal anlatıma kıyasla ne gibi bir sonuç vereceğinin deneysel desenler aracılığı ile ortaya çıkarılması ya da belirli bir fikir edinilmesi isteği olduğu ifade edilebilir.

Yine Tablo 1 incelendiğinde sosyal bilgilerde mizahla ilgili yapılan çalışmalarda en çok tercih edilen araştırma desenin ise öntest-sontest kontrol gruplu deneysel ve yarı deneysel desenlerin olduğunu görmekteyiz. Nitel yöntemi tercih eden çalışmalarda ise araştırma deseni olarak durum çalışması, yarı yapılandırılmış görüşme formu, eylem araştırması ve fenomenolojiK desenin tercih edildiğini görmekteyiz. Karma yöntemi tercih eden çalışmalarda ise araştırma deseni olarak nicel verileri nitel verilerle destekleyen gömümü desen, iç içe karma araştırma deseni ve öntest-sontest kontrol gruplu desen – fenomenolojik desenin kullanıldığını görmekteyiz. Yapılan bir çalışmada ise araştırma desenin belirtilmediği tespit edilmiştir. Aynı şekilde nitel çalışmalarda da mizahın sosyal bilgiler dersinde kullanılmasının etkilerini farklı açılardan değerlendirmek ve bir kıyaslama yapmak ya da bir ürün ortaya koymayı amaçladığını söylemek mümkündür. Nitel yöntemlerle eşit sayıda kullanılan yöntem olan karma yöntemler ise hem nicel hem de nitel veriler aracılığı ile daha somut ve rasyonel sonuçlara ulaşmayı hedefleyerek her iki yöntemden de yararlanmak suretiyle mizahın sosyal bilgilerde kullanılmasının sonuçlarını nitel ve nicel verilerle ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır diyebiliriz.

Araştırmanın ikinci alt problemi olan "Sosyal bilgilerde mizah ile ilgili yapılmış çalışmalarda örneklem/çalışma gruplarının sınıf düzeylerine göre dağılımı nasıldır?" sorusuna yönelik bulgular Tablo 2'de sunulmuştur:

Tablo 2

Yapılan Çalışmalar	**(Kişi Sayısı)**	**Örneklem/Çalışma Grubu Türü**
Makale 1	66	7. Sınıf öğrencileri
Makale 2	10	5. Sınıf öğrencileri
Makale 3	15	Öğretmen
Makale 4	56	Ortaokul öğrencileri
Makale 5	65	4. Sınıf öğrencileri
Makale 6	83	7. Sınıf öğrencileri
Makale 7	18	Öğretmen
Makale 8	74	6. Sınıf öğrencileri
Makale 9	150	6. Sınıf öğrencileri
Makale 10	32	7. Sınıf öğrencileri
Makale 11	15	6. Sınıf öğrencileri
Makale 12	37	7. Sınıf öğrencileri
Makale 13	60	6. Sınıf öğrencileri
Makale 14	65	6. Sınıf öğrencileri
Makale 15	266	6. Sınıf öğrencileri

Tablo 2 incelendiğinde sosyal bilgilerde mizahla ilgili yapılan araştırmalarda farklı sayılarda ve türde çalışma grubu/örneklemler olduğunu görmek mümkündür. Mizahın eğitimde kullanımının en önemli şartlarından bir tanesi de hiç şüphesiz seviyeye uygunluk meselesidir. Çünkü mizah her yaş grubundan bireye ya da kitleye göre değişiklik

göstermektedir. Bu yüzden eğitimde kullanılacak mizah türleri, tarzları ve yöntemleri de sınıf düzeylerine ve kişi sayısına göre değişiklik göstermelidir. Sosyal bilgiler alanında yapılan çalışmalar incelendiğinde de bu durumu görmekteyiz. Örneklem sayısının farklılık göstermesine sebep olan bir diğer faktör ise kullanılan yöntem ve araştırma desenidir. Nicel yöntemin kullanıldığı deneysel araştırmalarda örneklem sayılarının nitel yöntemle yapılan çalışmalara göre daha yüksek olduğunu söylemek mümkündür.

Verilen tablo incelendiğinde sosyal bilgilerde mizahla ilgili yapılan çalışmalarda en çok tercih edilen sınıf düzeyinin yapılan 6 çalışmada 6. Sınıflar olduğu, sonrasında ise 4 çalışmada tercih edilen 7. Sınıflar olduğunu görmekteyiz. Sosyal bilgilerde mizahla yapılan 1 çalışmada 4. Sınıf düzeyinin yine yapılan 1 çalışmada 5. Sınıf düzeyinin tercih edildiğini, yapılan farklı bir çalışmada ise sınıf düzeyinin belirtilmediğini ancak ortaokul öğrencileri olarak ifade edildiğini, yapılan diğer 2 çalışmada ise sosyal bilgiler öğretmenlerinin örneklem gruplarını oluşturduğunu söyleyebiliriz.

Sosyal bilgilerde mizahla ilgili yapılan çalışmalarda 6. ve 7. Sınıfların daha fazla tercih edilme sebebi olarak çocukluk ve ergenlik dönemi arasında geçiş sürecinde olmaları ve mizah algılarının 4. ve 5. Sınıf öğrencilerine kıyasla daha ileri düzeyde olduğu söylenebilir. Çünkü sınıfta yapılan mizahın hem öğrencileri güldürmesi, güdülemesi, ilgilerini çekmesi hem de hedef kazanımları etkili şekilde öğretebilmesi gerekmektedir. Bu yüzden sınıf düzeyi ne kadar düşük olursa öğrencilerin mizahın sadece eğlence kısmını dikkate almaları ve amaçtan uzaklaşmaları olasıdır (Martin, 2007).

Araştırmanın üçüncü alt problemi olan "Sosyal bilgilerde mizah ile ilgili yapılmış çalışmalarda kullanılan mizah unsurlarının dağılımı ve eğilimi nasıldır?" sorusuna yönelik bulgular Tablo 3'de sunulmuştur:

Tablo 3

Yapılan Çalışmalar	**Kullanılan Mizah Unsurları/Türleri**
Makale 1	Karikatür
Makale 2	Karikatür
Makale 3	Çizgi Roman
Makale 4	Mizah türü belirtilmemiş
Makale 5	Karikatür
Makale 6	Çizgi Roman
Makale 7	Çizgi Film
Makale 8	Karikatür
Makale 9	Karikatür
Makale 10	Karikatür
Makale 11	Karikatür
Makale 12	Karikatür
Makale 13	Karikatür
Makale 14	Karikatür
Makale 15	Çizgi Roman ve Karikatür

Tablo 3 incelendiğinde sosyal bilgilerde mizahla ilgili yapılan çalışmalarda kullanılan mizah türlerinin de farklılık gösterdiğini söylemek mümkündür. Ancak yapılan çalışmalarda büyük oranda mizah türlerinden bir tanesi olan "Karikatür" 'ün tercih edildiğini görmekteyiz. Yapılan 11 çalışmada karikatürlerin kullanıldığı, 3 çalışmada "Çizgi Roman ", 1 çalışmada "Çizgi Film" kullanıldığı, yapılan bir çalışmada ise kullanılan mizah türünün belirtilmediği sadece "Mizah" kullanıldığı görülmektedir.

Karikatürler özelliği itibari ile hem güldüren hem düşündüren mizah unsurlarıdır (Oruç, 2007). Genel anlamda kullanımı kolay ve kazanımlara uyarlanabilir olmaları da diğer bir avantajıdır. Özellikle öğrencilere sadece ham bilgi vermek yerine aynı zamanda öğrencilerin verilen bilgiyi ya da konuyu sorgulamalarını ve eleştirel düşünmelerini geliştirmeye de yardımcı olduğu söylenebilir. Uslu (2007), karikatürde gülmeceden önce eleştiri gelir diyerek bu durumu desteklemektedir. Karikatürlerin başka bir tercih sebebi de her yaş düzeyine hitap edecek mizah tarzını içinde barındırabilmesidir. Bu sayede eğitime entegre edilmesi ve derslerde kullanılması çok daha kolay hale getirilebilmektedir. Bu sebepler doğrultusunda sosyal bilgilerde yapılan çalışmalarda ağırlıklı olarak karikatürlerin tercih edildiği söylenebilir.

Verilen tablo incelendiğinde kullanılan mizah türlerinin sayısındaki azlık ve aynılık dikkate değer bir başka bulgu olarak göz çarpmaktadır. Sadece yapılan bir çalışmada Çizgi Roman ve Karikatür 'ün iki farklı mizah unsuru olarak kullanıldığı görülmektedir. Mizah unsurlarının/türlerinin çok sayıda olduğu düşünülürse kullanılan mizah türlerinin az olduğu ve tekdüzeliğe sebep olduğu yorumu yapılabilir. Bu konuya Tartışma ve Sonuç kısmında daha detaylı değinilecektir.

TARTIŞMA VE SONUÇ

Bu çalışmada sosyal bilgilerde mizah ile ilgili yapılan çalışmaların bazı açılardan değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Bu noktada sosyal bilgilerde mizah ile ilgili yapılan çalışmaların yöntem/araştırma desenleri, örneklem/çalışma grupları ve kullanılan mizah unsurları/türleri temel alınmıştır. Elde edilen sonuçlar aşağıda sunulmuştur.

Öncelikle sosyal bilgilerde mizah temelli yapılan çalışmalar kapsamında 2005-2024 arasında yapılan 15 makale incelenmiştir. Mizah unsurları kullanılarak yapılan bu makalelerde ilk alt problem kapsamında kullanılan yöntem/araştırma desenleri incelenmiştir. Elde edilen sonuçlarda 15 makalenin 7'sinde Nicel yöntemlerin tercih edildiği saptanmıştır. Bu tercihin öncelikli sebebinin mizahın bir dış etken olarak kullanılmasının etkilerini deneysel bir yolla kanıtlamaya çalışmak olduğu söylenebilir. Çünkü deneysel yöntemde her bir katılımcıya verilen deneysel etki kontrollü ve eşittir. Bu sebeple katılımcıların birbirleri arasında ayırt edilmeleri veya devre dışı bırakılmaları söz konusu değildir (Erişen, 2013). Deneysel yöntemin bu yönü elde edilecek sonuçların genellenebilirliği ve rasyonelliğine de olumlu etkide bulunacaktır. Yapılan çalışmalarda en çok tercih edilen araştırma deseni ise öntest-sontest kontrol gruplu desen olduğu tespit edilmiştir. Bu durumun sebebi ise araştırmacıların bir karşılaştırma ve kıyaslama yapmak istemesinden kaynaklandığı söylenebilir. Bir durumun başka bir durumdan daha iyi, kötü ya da nötr olduğunu anlamanın en etkili yollarından biri deneysel yöntemlerle karşılaştırmalar yapmaktır (Karakuş, 2006). Araştırmacılar da sosyal bilgiler dersinde mizahın normal anlatıma göre etkili olup olmadığını belirledikleri

deney ve kontrol grupları ile test etmiştir. Her iki gruba da uygulama öncesinde aynı maddeleri içeren testler yaparak mevcut durumları hakkında bilgi sahibi olmayı, uygulama sonrasında yaptıkları aynı maddeleri içeren testlerle de kullanılan yöntemin ya da tekniğin herhangi bir etkisinin olup olmadığını ölçmeyi hedeflemektedirler. İncelenen çalışmalarda en çok tercih edilen öntest-sontest deney ve kontrol grubu deseni de bu noktada araştırmacıların amacına en uygun araştırma deseni olarak ifade edilebilir.

Araştırmanın ikinci problem durumu olan "Sosyal bilgilerde mizah ile ilgili yapılmış çalışmalarda örneklem/çalışma gruplarının sınıf düzeylerine göre dağılımı nasıldır?" sorusuna dair bazı sonuçlara ulaşılmıştır.

İncelenen 15 çalışmada örneklem/çalışma gruplarının, 6 çalışmada 6. Sınıf düzeyinde olduğu, 4 çalışmada 7. Sınıf düzeyinde, 1 çalışmada 4. Sınıf, 1 çalışmada ise 5. Sınıf düzeyinde olduğu tespit edilmiştir. Yapılan diğer 2 çalışmada örneklem olarak sosyal bilgiler öğretmenlerinin seçildiği tespit edilmiştir. Yine yapılan 1 çalışmada ise örneklem grubu olarak detay belirtilmemiş olup çalışmanın ortaokul öğrencileri ile yapıldığı ifade edilmiştir. Örneklem/çalışma grubu bir araştırmanın şüphesiz en önemli kilit taşlarından biridir. Çünkü iddia edilen hipotezlerin sınırlı olsa da kanıtlanabilirliği çalışma gruplarına bağlıdır. Sosyal bilgiler dersi bir ortaokul dersidir. Bu sebeple incelenen çalışmalarda seçilen örneklemler ortaokul öğrencileri ya da sosyal bilgiler öğretmenleridir. Ancak sosyal bilgiler dersi 4, 5, 6, 7 ve 8. Sınıf düzeyinde verilmesine rağmen en çok tercih edilen çalışma grubunun 6. Sınıf olduğunu görmekteyiz. Araştırmacıların sosyal bilgilerde mizahla ilgili yapılan çalışmalarda 6. Sınıf düzeyini daha çok tercih etme sebebini katılımcıların yaş düzeyi ile ilişkilendirmek mümkündür. Mizah ile ilgili yapılan çalışmalarda hemen her yaş grubu ve sınıf düzeyine rastlamak mümkündür. Ancak yetişkin düzeyde bireylerle ve ortaokul düzeyindeki çocuklarla yapılan mizah çalışmalarının arasında bazı temel farklılıklar vardır. Belirli bir yaş üzerinin mizah algısı veya mizah tarzları daha üst düzey ve gelişkindir. Ancak çocuklarla yapılan mizahta her şey çok daha ince ayrıntılı ve kapsamlı düşünülmelidir. Çünkü aksi bir durumda olumlu ve verimli sonuçlar yerine tamamen faydasız sonuçların ortaya çıkması olasıdır (Berk, 2001; Özkan, 2008). Ortaokulda öğrenim gören öğrenciler 10 ile 15 yaş arasında değişmektedir. Bu yaş grubunda derslerde dikkat dağınıklığı, ilginin başka yerlere kayması, oyun, eğlence ve gülme eğilimi daha yüksektir (Hill, 1988). Bu nedenle mizahla yapılan öğretim ortaokul öğrencileri için daha verimli ve uygun bir ortam sağlamaktadır (Özkan, 2008). İncelenen çalışmalarda da en çok tercih edilen sınıf düzeyinin 6. Sınıf sosyal bilgiler öğrencileri olmaları bu durumu destekler niteliktedir.

Araştırmanın ikinci problem durumu olan "Sosyal bilgilerde mizah ile ilgili yapılmış çalışmalarda kullanılan mizah unsurlarının dağılımı ve eğilimi nasıldır?" sorusuna dair bazı sonuçlara ulaşılmıştır.

İncelenen 15 çalışma özelinde, mizah unsuru/türü olarak 11 çalışmada "karikatür", 3 çalışmada "çizgi roman" ve 1 çalışmada ise "çizgi film" kullanıldığı, yapılan bir çalışmada ise mizah türünün belirtilmediği sonucu ortaya çıkmıştır. Araştırma kapsamında sosyal bilgilerde mizah ile ilgili yapılan 15 çalışma da en çok kullanılan mizah unsuru/türünün karikatür olduğu tespit edilmiştir.

Mizah çok geniş bir kavramdır ve kapsamında çok fazla tür/çeşit/unsur bulunmaktadır (Şaka, espri, komedi, nükte, ironi, alay, hiciv, iğneleme, tahkir, halt, fıkra, karikatür, bilmece, mâni, mizahi hikâye, tekerleme, atasözleri vb.) (Altunay, 2022). İncelenen çalışmalara bakıldığında kullanılan mizah türlerinin çok büyük bir kısmını karikatürlerin

oluşturduğu görülmektedir. Bu yönelimin karikatürün ders ve kazanımlara kolay uyarlanabilir olması, maliyetsiz olması hem güldürüp hem düşündüren bir yapıya sahip olması gibi sebeplere dayandırmak mümkündür. Ancak ifade etmek gerekir ki mizahın kapsamı ve içeriği göz önüne alındığında bu sınırlı ve dar bir yaklaşımdır. Çünkü mizah çok farklı türlerle ve farklı yöntemlerle de eğitime entegre edilebilir. Bu çalışma kapsamında sadece yurtiçinde 2005-2023 arasında yapılan makaleler ele alınmıştır. Ancak yurtdışı literatürde ki makale, tez ve yurtiçinde yapılan tez çalışmalarında daha farklı mizah türlerinin işe koşulduğunu görmek mümkündür (Abraham ve Dundes, 2007; Altunay, 2022; Asan, 2020; Balta, 2013; Boratav, 2000; Dedebağı, 2007; Gevenç, 2014).

Sonuç olarak sosyal bilgilerde mizahla yapılan çalışmalarda kullanılan mizah türlerinin sayısının ve çeşidinin artırılması hem öğrencilerin mizahın tek düze bir olgu olmadığını anlamasına hem de yapılan uygulamalara ilgilerinin artmasını sağlaması yardımcı olabilir.

ÖNERİLER

Sosyal bilgilerde mizahla yapılan çalışmaların ağırlıklı olarak nicel çalışmalar olduğu göz önüne alınırsa ileride yapılacak mizah çalışmalarının yöntem ve desen açısında zenginleştirilmesi, nitel ve karma boyutta daha kapsamlı olarak ele alınması önerilebilir. Ayını şekilde sosyal bilgiler alanında mizah kullanmayı planlayan araştırmacıların tek bir mizah türü yerine farklı mizah türlerini kullanmaları ve mizah içeriklerini zenginleştirmeleri, kazanımların ve hedeflerin aktarımında faydalı olabilir.

KAYNAKÇA

Abrahams, R., & Dundes, A. (2007). Bilmeceler. Milli Folklor, 19(73), 129-145. https://www.millifolklor.com/

Altunay, F. (2022). *Sosyal Bilgiler Öğretiminde Mizah Unsurlarının Kullanımının Akademik Başarıya, Düşünme Eğilimlerine Etkisi ve Öğrenci Görüşlerine Göre Değerlendirilmesi* (Tez No. 755397) [Doktora tezi, Atatürk Üniversitesi-Erzurum]. Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi.

Arendt, L. A. (2006). *Leaders' use of positive humor: Effects on followers' self-efficacy and creative performance.* Unpublished [Dissertation of Doctor of Philosopy]. The University o f Wisconsin-Milwaukee, USA.

Asan, T. (2020). Mizah içerikli illüstrasyonlarda espri yaratma yöntemlerinin incelenmesi (Tez No. 627452) [Sanatta yeterlik tezi, İstanbul Arel Üniversitesi-İstanbul]. Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi.

Balta, E. E. (2013). Bilmecelerin dil-düşünme bağlamında eğitimdeki yeri ve önemi. Turkish Studies, 8(1). 891-899. http://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.4301

Berk, R. A. (2001). The active ingredients in humor: Psycho-physiological benefits and risks for older adults. Educational Gerontology, 27(3-4), 323–339. https://doi.org/10.1080/036012701750195021

Boratav, P. N. (2000). Tekerlemeler. Tarih Vakfı Yayınları.

Dedebağı, H. (2007). Nasreddin hoca fıkralarının eğitim yönünden değerlendirilmesi (Tez No. 206669) [Yüksek lisans tezi, Dicle Üniversitesi-Diyarbakır]. Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi.

Erişen, C. (2013). Deneysel Yöntem. Farklı Pencereler, Farklı Manzaralar: Sosyal Bilimlerde Yöntem Tartışmaları, edited by Pınar Uyan Semerci and Emre Erdoğan, 121-146.

Gevenç, S. (2014). *Sosyal bilimler öğretiminde fıkraların kullanımı* (Tez No. 357544) [Yüksek lisans tezi, Ömer Halisdemir Üniversitesi-Niğde]. Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi.

Güler, A., Halıcıoğlu, M. B., & Taşğın, S. (2015). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma*. Seçkin Yayıncılık.

Güler, Ç. ve Güler, B. U. (2010). *Mizah, gülme ve gülme bilimi*. Yazıt Yayıncılık.

Hill, D. J. (1988). H*umor in theclassroom: a handbook for teachers and other entertainers.* Charles C Thomas Pub Ltd.

Karakuş, U. (2007). Deney yöntemi ve coğrafya öğretiminde kullanılması.

Karasar, N. (2005). *Bilimsel araştırma yöntemi.* Nobel Yayın Dağıtım.

Martin, R. A. (2007). The psychology of humor: An integrative approach. Elsevier Academic Press.

Oruç, Ş. (2006). *Sosyal bilgiler öğretiminde mizah* (Tez No. 221596) [Doktora tezi, Gazi Üniversitesi-Ankara]. Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi.

Özkan, H. İ. (2008). Öğretmen ve öğrencideki mizah anlayışının sınıf atmosferine etkisi (Tez No. 211367) [Yüksek lisans tezi, Selçuk Üniversitesi-Konya]. Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi.

Patton, M. Q. (2002). *Qualitative research and evaluation methods.* SAGE Publishing.

Spanakaki, K. (2007). Translating humor for subtitling. Translation Journal, 11(2), 1-24.

Uslu, A. (2007). Karikatürün eğitim kaygısı. *Bilim ve Aklın Aydınlığında Eğitim Dergisi*, *7*(84), 35-37. http://dhgm.meb.gov.tr/

Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2013). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Seçkin Yayıncılık.

DUYGU DÜZENLEME BECERİLERİNE İLİŞKİN TEZLERİN ÇEŞİTLİ DEĞİŞKENLER AÇISINDAN İNCELENMESİ

Dr. Bahattin ERKUŞ
MEB, bahattinerkus@gmail.com

ÖZET

Bu çalışmanın amacı duygu düzenleme becerilerine ilişkin yapılan tezleri çeşitli değişkenler açısından incelemektir. Çalışmanın evrenini Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi'nde duygu düzenleme becerileri ile ilgili yayınlanmış tezler oluşturmaktadır. Örneklem grubu, 2015-2023 yılları arasında duygu düzenleme becerileri ile ilgili eğitim öğretim alanında yapılmış olan Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi'nden erişilebilen 29 tez çalışmasından oluşmaktadır. Çalışma kapsamında elde edilen verilerin analiz edilmesinde doküman analizi tekniğinden yararlanılmıştır. Çalışma sonucunda elde edilen verilere bakıldığında duygu düzenleme becerileri ile ilgili tezlerin en çok 2023 yılında yazıldığı, yıl geçtikçe duygu düzenleme becerileri ilgili yazılan tezlerin sayısının arttığı, duygu düzenleme becerileri ile ilgili tezlerin en çok Gazi Üniversitesinde yazıldığı, duygu düzenleme becerileri ile ilgili tezlerin tamamına yakınının yüksek lisans düzeyinde olduğu, tezlerin örneklemini çoğunlukla öğrencilerin oluşturduğu, örneklem sayısının genellikle 300 ve üzeri katılımcıdan oluştuğu görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Duygu düzenleme becerileri, Duygu, Döküman analizi.

THE EXAMINATION OF THESES ON EMOTION REGULATION SKILLS IN TERMS OF VARIOUS VARIABLES

ABSTRACT

The aim of this study is to examine theses related to emotion regulation skills in terms of various variables. The population of the study consists of theses published on emotion regulation skills in the National Thesis Center of the Council of Higher Education. The sample group consists of 29 thesis studies related to emotion regulation skills in the field of education, accessible from the National Thesis Center of the Council of Higher Education, conducted between 2015-2023. The document analysis technique was used to analyze the data obtained within the scope of the study. The findings revealed that the highest number of theses on emotion regulation skills were written in 2023, and the number of theses on this subject has increased over the years. The majority of these theses were written at Gazi University, and almost all were at the master's level. The sample groups of the theses mostly consisted of students, with sample sizes generally comprising 300 or more participants.

Keywords: Emotion regulation skills, Emotion, Document analysis.

GİRİŞ

Duygu düzenleme becerilerinin, bireylerin duygusal tepkilerini tanımlama, anlama ve yönetme yeteneğini ifade ettiği söylenebilir. Kişinin kendisi ve çevresiyle ilişkilerinde önemli rolü olan duygular hayatın ilk anlarından itibaren ortaya çıkar (Sigelman ve Rider, 2018). Duygular, kişinin nasıl hissettiğini başkalarına iletmede, kendi davranışlarını düzenlemede ve sosyal etkileşimlerde önemli bir rol oynar (Santrock, 2014). Çocukların duygularının farkında olmaları ve bu duyguları düzenleyebilme yetisi, akranları tarafından kabul edilmelerinin önemli bir belirleyicisidir (Hyson ve Douglass, 2019). Meltzoff ve Kuhl'a (2016) göre duygusal öğrenme, çocukların erken yaşlarda etrafındaki yetişkinlerle kurdukları etkileşimler sonucunda gelişir. Bu süreçte, çocuklar kendi davranışlarını nasıl yönlendireceklerini öğrenirler.

Duygular genelde faydalı olsa da, olumsuz duyguların etkilerini azaltmaya ve olumlu duyguları sürdürüp artırmaya yönelik çabalar, duygu düzenleme kavramını ortaya çıkarmıştır (Bozkurt Yükçü, 2017, s. 1). Duygu düzenleme, bireyin duygularının farkında olmasını, yeni bir duygusal tepki başlatmayı ve mevcut duygusal duruma ilişkin tepkileri kontrol altında değiştirerek yönetmeyi içerir. Bu kavram, bir uyaran karşısında ortaya çıkan duygu, bu duygunun dışavurumu olan davranış ve bilişsel süreçlerde, duyguların baskın olma eğilimini dengelemeyi ifade eder (Tekin, 2017, s. 2). Thompson (1994, akt. Şahin ve Arı, 2016) duygu düzenlemeyi, amaçlara ulaşmada duygusal tepkilerin özellikle yoğun ve geçici niteliklerini gözlemleme, değerlendirme ve değiştirmeden sorumlu olan içsel ve dışsal süreçler olarak tanımlamıştır. Eisenberg, Hofer ve Vaughan'a göre (2007) duygu düzenleme, kişinin duygularını, bunlara bağlı motivasyonel ve fizyolojik durumları ne zaman ve hangi yoğunlukta yaşadığını; ayrıca duygularını davranışsal olarak nasıl ifade ettiğini yönetme ve değiştirme süreçlerini kapsar.

Duygu düzenleme şu adımlardan oluşur:

- Duyguların farkında olmak ve onları anlamak,
- Duyguları kabul etmek,
- Dürtüsel davranışları kontrol edebilmek ve olumsuz duygular yaşanırken bile hedeflere yönelik hareket etme yeteneği,
- Duruma uygun duygu düzenleme stratejilerinin kullanılması (Gratz ve Roemer, 2004).

Gelişimsel yaklaşımlar, duygu düzenleme becerisinin gelişiminde özellikle sosyal süreçlerin önemine dikkat çeker. Sosyal etkiler, çocukların duyguları yorumlama ve değerlendirme, duygu yönetimi stratejilerini öğrenme, duygularını kontrol etme becerisi kazanma, kendine güven geliştirme ve duygu düzenleme konusunda kültürel ve toplumsal cinsiyet beklentilerini benimseme açısından kritik görülmektedir (Thompson ve Meyer, 2007).

Bireyin sosyalleşmeye başladığı ilk yer ailedir. Çocuğun doğumundan itibaren, sosyal yetkinlik ve duygu düzenleme becerileri de dahil olmak üzere tüm gelişim alanlarında ailenin büyük bir etkisi vardır (Linver,

Brooks-Gunn ve Kohen, 2002). Bu dönemde, çocukların duygusal yaşantılarının karmaşıklığı ve sosyal çevreleriyle etkileşimleri artar (Denham ve Burton, 2003). Ebeveyn ile çocuk arasındaki karşılıklı ilişkinin niteliği, çocuğun sağlıklı gelişimi ve toplumsal uyumu açısından büyük önem taşır (Ural, vd. 2015). Erken çocukluk yılları, bilişsel, duygusal ve davranışsal düzenlemeyi kapsayan öz düzenlemenin gelişimi açısından kritik bir dönemdir (Berk, Mann ve Ogan, 2006). Erken yaşlardan itibaren davranışsal öz düzenleme becerileri desteklenen bireyler, sağlıklı sosyal ilişkiler ve dengeli bir yaşam için gerekli olan duygusal düzenleme yetilerini de geliştirerek, huzurlu ve mutlu bir yaşam sürdürebilirler (Vardi ve Demiriz, 2021). Duygu düzenleme becerisi düşük olan okul öncesi çocukların, akranlarıyla etkileşimlerinde sosyal sorunlar yaşadığı ve yoğun olumsuz duygulara sahip çocukların daha fazla davranış problemi gösterme eğiliminde olduğu düşünülmektedir. Ayrıca, duygu düzenlemede yaşanan güçlüklerin, artan kızgınlık-saldırganlık ve anksiyete-içe dönüklük özelliklerinin, çocukların oyun becerilerinin azalmasına yol açtığı belirtilmektedir (Koçyiğit vd., 2015). Eisenberg ve Fabes'e (1992) göre Erken çocukluk döneminde, duygu düzenleme becerisindeki herhangi bir kusur veya eksiklik, davranış problemleri ve saldırganlık gibi sorunların ortaya çıkmasına yol açabilir. Ayrıca, duygu düzenlemekte zorlanan çocuklar, okula uyum sağlama sürecinde ve öğretmen-akran ilişkilerinde de zorluklar yaşayabilirler (Hyson ve Douglass, 2019).

Duygu düzenleme becerileri ile ilgili açıklamalar bireyin okul, aile ve çevresiyle iletişiminde duygu düzenleme becerilerinin ne kadar önemli olduğunu ortaya koymaktadır. Bu alanla ilgili çalışmalara bakıldığında ise son yıllarda niceliksel olarak arttığı görülmektedir. Bu çalışmada eğitim öğretim alanında duygu düzenleme becerilerine ilişkin tezlerin çeşitli değişkenler açısından incelenmesi amaçlanmıştır.

Amaç

Bu çalışmada 2015-2023 yılları arasında duygu düzenleme becerilerine ilişkin eğitim öğretim alanında çalışmaların çeşitli değişkenler açısından incelenmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda aşağıdaki sorulara cevap aranmıştır:

1) Duygu düzenleme becerileri ile ilgili tezlerin yıllara göre dağılımı nasıldır?

2) Duygu düzenleme becerileri ile ilgili tezlerin üniversitelere göre dağılımı nasıldır?

3) Duygu düzenleme becerileri ile ilgili tezlerin lisansüstü düzeyine göre dağılımı nasıldır?

4) Duygu düzenleme becerileri ile ilgili tezlerin yöntemine göre dağılımı nasıldır?

5) Duygu düzenleme becerileri ile ilgili tezlerin evren örneklem/çalışma grubunun özelliklerine göre dağılımı nasıldır?

6) Duygu düzenleme becerileri ile ilgili tezlerin örneklem sayısına göre dağılımı nasıldır?

YÖNTEM

Araştırmanın Deseni

Bu araştırmada duygu düzenleme becerileri ile ilgili yapılan araştırmalara bütüncül bir gözle bakılmaya çalışılmıştır. Bu noktadan hareketle araştırmada nitel araştırma yönteminde yer alan desenlerden

durum çalışması benimsenmiştir. Durum çalışması nitel veya nicel yaklaşımla yapılabilir. Her iki yaklaşımda da amaç belirli bir duruma ilişkin sonuçlar ortaya koymaktır. Nitel durum çalışmasının en temel özelliği bir ya da birkaç durumun derinliğine araştırılmasıdır (Yıldırım ve Şimşek, 2013).

Evren ve Örneklem

Çalışmanın evrenini 2015-2023 yılları arasında yapılmış olan Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi'nde duygu düzenleme becerileri ile ilgili yayınlanmış tezler oluşturmaktadır. Örneklem grubu, 2015-2023 yılları arasında duygu düzenleme becerileri ile ilgili eğitim öğretim alanında yapılmış olan Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi'nden erişilebilen 29 tez çalışmasından oluşmaktadır. Çalışmaya dahil edilen araştırmalar için YÖK tez veri tabanına duygu düzenleme becerileri yazılarak elde edilen çalışmalar biriktirilmiştir. Biriktirilen bu çalışmalar incelenmiş olup veri toplama araçları, evren örneklem, yöntem, analiz vb ilişkin bilgilere yer vermesi ölçüt olarak belirlenerek 29 çalışma araştırma kapsamına dahil edilmiştir.

Verilerin Analizi

Çalışma kapsamında elde edilen verilerin analiz edilmesinde doküman analizi tekniğinden yararlanılmıştır. Doküman incelemesi, araştırılması hedeflenen olgu veya olgular hakkında bilgi içeren yazılı materyallerin analizini kapsar (Yıldırım ve Şimşek, 2013). Doküman incelemesinin 5 aşaması vardır: dökümanlara ulaşma, orijinalliğini kontrol etme, dökümanları anlama, veriyi analiz etme ve veriyi kullanma (Forster, 1995; Akt. Yıldırım ve Şimşek, 2013).

BULGULAR

Araştırma kapsamında elde edilen bulgular aşağıda sunulmuştur:

Tablo 1. Duygu Düzenleme Becerileri İle İlgili Tezlerin Yıllara Göre Dağılımı

2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
1	0	1	0	3	3	5	7	9

Tablo 1 incelendiğinde 2015 yılında 1, 2017 yılında 1, 2019 yılında 3, 2020 yılında 3, 2021 yılında 5, 2022 yılında 7, 2023 yılında 9 tez yazıldığı görülmektedir. Tablo 1 incelendiğinde duygu düzenleme becerileri ile ilgili yazılan tez sayılarının arttığı ve en çok tezin 2023 yılında yazıldığı görülmektedir.

Tablo 2. Duygu Düzenleme Becerileri İle İlgili Tezlerin Üniversitelere Göre Dağılımı

Üniversite Adı	Tez Sayısı
Gazi Üniversitesi	8
Ankara Üniversitesi	1
Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi	2
Balıkesir Üniversitesi	1
Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi	2
Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi	1
Anadolu Üniversitesi	1
Ege Üniversitesi	1
Çukurova Üniversitesi	2
Trabzon Üniversitesi	1
İstanbul Üniversitesi	2

Bursa Uludağ Üniversitesi	2
Necmettin Erbakan Üniversitesi	2
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi	1
Marmara Üniversitesi	2

Tablo 2 incelendiğine duygu düzenleme becerileri ile ilgili tezlerin en çok Gazi Üniversitesinde (8) yazıldığı görülmektedir. Diğer üniversitelerde yazılan tez sayıları şu şekildedir: Ankara Üniversitesi 1, Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi 2, Balıkesir Üniversitesi 1, Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi 2, Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi 1, Anadolu Üniversitesi 1, Ege Üniversitesi 1, Çukurova Üniversitesi 2, Trabzon Üniversitesi 1, İstanbul Üniversitesi 2, Bursa Uludağ Üniversitesi 2, Necmettin Erbakan Üniversitesi 2, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi 1, Marmara Üniversitesi 2.

Tablo 3. Duygu Düzenleme Becerileri İle İlgili Tezlerin Lisansüstü Düzeyine Göre Dağılımı

Yüksek Lisans	Doktora
28	1

Duygu düzenleme becerileri ile ilgili tezlerin lisansüstü düzeyine göre dağılımına bakıldığında tamamına yakınının (28) yüksek lisans düzeyinde olduğu görülmektedir. Doktora düzeyinde ise 1 tez yazılmıştır.

Tablo 4. Duygu Düzenleme Becerileri İle İlgili Tezlerin Yöntemine Göre Dağılımı

Nitel	Nicel	Karma
0	28	1

Duygu düzenleme becerileri ile ilgili tezlerin yöntemine göre dağılımına bakıldığında tamamına yakınının (28) nicel yöntem olduğu görülmektedir. Nitel yönteme rastlanmazken 1 tezde karma yöntem kullanılmıştır.

Tablo 5. Duygu Düzenleme Becerileri İle İlgili Tezlerin Örneklem/Çalışma Grubunun Özelliklerine Göre Dağılımı

Örneklem/Çalışma Grubu	**Tez sayısı**
Öğrenci	14
Öğrenci ve Veli	7
Öğrenci -öğretmen	2
öğretmen	2
Öğretmen, veli ve öğrenci	2
Öğretmen ve veli	1
veli	1

Duygu düzenleme becerileri ile ilgili tezlerin özelliklerine göre dağılımına bakıldığında tezlerin örneklem/çalışma grubunun daha çok öğrencilerden (14) oluştuğu görülmektedir. Tabloya göre örneklemin öğrenci ve veli olduğu 7, öğrenci öğretmen olduğu 2, öğretmen olduğu 2, öğretmen-öğrenci-veli olduğu 2, öğretmen ve veli olduğu 1, veli olduğu 1 teze rastlanmıştır.

Tablo 6. Duygu Düzenleme Becerileri İle İlgili Tezlerin Örneklem Sayısına Göre Dağılımı

1-100 arası	**101-200 arası**	**201-300 arası**	**301 ve üzeri**
1	6	3	19

Duygu düzenleme becerileri ile ilgili tezlerin örneklem sayısına göre dağılımına bakıldığında örneklem

sayısı 1-100 arası olan 1, 101-200 arası olan 6, 201-300 arası olan 3, 301 ve üzeri olan 19 çalışma yer almaktadır.

SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Çalışma sonucunda elde edilen sonuçlara bakıldığında duygu düzenleme becerileri ile ilgili tezler en çok 2023 yılında yazıldığı görülmektedir. Yıl geçtikçe duygu düzenleme becerileri ilgili yazılan tezlerin sayısı artmaktadır. Işık (2022) bu alanda yapılan araştırmaların 2019 yılıyla birlikte arttığı bulgusuna ulaşılmıştır. Duygu düzenleme becerileri alanında yapılan çalışmalarda artış olması alandaki araştırmacıların bu konuya ilgisinin arttığını göstermektedir.

Duygu düzenleme becerileri ile ilgili tezler en çok Gazi Üniversitesinde yazılmıştır. Ahi ve Kıldan'ın (2013) benzer şekilde yaptığı çalışmada tezlerin büyük çoğunluğunun ODTÜ, Çukurova Üniversitesi, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Gazi Üniversitesi ve Marmara Üniversitesi bünyesinde gerçekleştirildiği belirlenmiştir. Bu araştırmanın sonuçlarıyla Ahi ve Kıldan'ın (2013) yaptığı araştırmanın sonuçları benzerlik göstermektedir.

Duygu düzenleme becerileri ile ilgili tezler daha çok yüksek lisans düzeyindedir. Işık'ın (2022) okul öncesi dönem çocuklarında duygu düzenleme becerileri ile ilgili yapılan çalışmaları incelediği araştırmada duygu düzenlemeye ilişkin yapılan çalışmaların çoğunlukla yüksek lisans tezi olduğu görülmektedir. Işık'ın çalışması ile bu çalışma arasında benzerlik görülmektedir. Araştırma kapsamında yüksek lisans yapanların çok olmasının nedeninin yüksek lisans yapanların sayısının doktora yapanların sayısına göre daha fazla olduğu söylenebilir.

Tezlerin tamamına yakınında nicel yöntem kullanılmıştır. Nitel ve karma yöntem ise çok az kullanılmıştır. Ahi ve Kıldan'ın (2013) yaptığı çalışmada alanda en çok kullanılan veri toplama aracının anketler olduğu ve kullanılan anketlerin çoğunluğunun araştırmacılar tarafından hazırlanmış olduğu görülmüştür. En çok kullanılan bir diğer veri toplama aracı da ölçektir. Işık'ın (2022) çalışmasında en az kullanılan yöntem karma araştırma yöntemi olduğu belirtilmiştir. Bu araştırmanın sonuçları ile Ahi ve Kıldan'ın (2013) ve Işık'ın araştırma sonuçları benzerlik göstermektedir.

Tezlerin örneklem grubuna çoğunlukla öğrenciler oluşturmaktadır. Bu araştırmanın sonucuyla literatürde yer alan çalışma sonuçları (Ahi ve Kıldan, 2013; Işık, 2022) örtüşmektedir.

Tezlerde örneklem genellikle 300 ve üzeri katılımcıdan oluşmaktadır. Işık'ın (2022) yaptığı çalışmada örneklemin en çok 101-200 aralığında olduğu görülmektedir. Bu çalışmanın sonucu ile ışık'ın yaptığı çalışmanın sonucu örtüşmemektedir.

Çalışma sonucunda doktora düzeyinde daha çok çalışmalara yer verilmesi, araştırmanın niteliğine göre derinlemesine çalışmalara da yer vermek amacıyla nitel ve karma çalışmalara da yer verilmesi, örneklem olarak veli ve öğretmenlere de yeterli oranda yer vererek alana bu anlamda katkı sağlanması önerilmektedir.

KAYNAKÇA

Ahi, B., & Kıldan, A. O. (2013). Türkiye'de okul öncesi eğitimi alanında yapılan lisansüstü tezlerin incelenmesi (2002-2011). *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, *1*(27), 23-46.

Alkan, E. (2020). 60-78 *Aylık Çocukların Duygu Düzenleme Becerileri İle Okula Hazır Bulunuşlukları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.

Başaran, B. İ. (2022). *Kadın Üniversite Öğrencilerinde Psikolojik Flört Şiddetinin Akılcı Olmayan İnançlar Ve Duygu Düzenleme Becerileri İle İlişkisi*, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi, Ankara.

Başeğmez, B. İ. (2023). *Annelerin Bekçilik Davranışları İle Çocuklarının Sosyal Yetkinlik, Problemli Davranış Ve Duygu Düzenleme Becerileri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir.

Bayram, S. (2023). *Psikolojik Danışman Adaylarının Duygu Düzenleme Becerileri ile Bilişsel Esneklik Düzeylerinin İncelenmesi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi. Erzincan.

Berk, L. E., Mann, T. D., ve Ogan, A. T. (2006). Make-believe play: wellspring for development of self-regulation. *play= learning: how play motivates and enhances Children's Cognitive and Social-Emotional Growth, 74*. http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/summary?doi=10.1.1.728.6244

Bozkurt Yükçü, Ş., ve Demircioğlu, H. (2017). Okul Öncesi Dönem Çocuklarının Duygu Düzenleme Becerilerinin Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, (44), 442-466. doi.org/10.21764/maeuefd.336085

Ceylan, M. (2022). *Okul Öncesi Öğretmenlerinin Duygusal Yeterlilikleri Ve Duygu Sosyalleştirme Stratejileri İle Çocukların Duygu Düzenleme Becerileri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi.* Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.

Cılız, C. (2023). *Okul Öncesi Dönem Çocuklarının Duygu Düzenleme Becerileri Ve Saldırgan Davranışları: Bir Boylamsal Desen Araştırması*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi, Antalya.

Civil, F. (2022). *3-6 Yaş Grubu Çocukların Duygu Düzenleme Becerileri İle Annelerinin Duygu Düzenleme Becerileri Ve Yaşam Doyumu Arasındaki İlişkinin incelenmesi*. Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi. Burdur.

Coşkun Kaymak, M. (2023). *Annelerin Kaygı Düzeyleri İle Çocukların Duygu İfade Etme Ve Duygu Düzenleme Becerileri Arasındaki ilişki*. Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi. Burdur.

Çelen, Ş. (2022). *36-72 Aylık Çocukların Duygu Düzenleme Becerileri İle Mizaç Özellikleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.

Çolak Yılmaz, G. (2023). *Özel Eğitim Anaokuluna Devam Eden Çocuklar Ve Annelerinin Duygu Düzenleme Becerileri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Trabzon

Üniversitesi, Trabzon.

Demiral Tetik, Z. E. (2022). *Okul Öncesi Dönem Çocuklarının Bakış Açısı Alma Becerileri ile Duygu Düzenleme Becerileri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi.* Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.

Denham, S. A., & Burton, R. (2003*). Social and emotional prevention and intervention programming for preschoolers*. New York: Kluwer Academic/Plenum.

Eisenberg, N. ve Fabes, R. A. (1992). *Emotion and its regulation in early development: New directions for child development*. San Francisco: Jossey-Bass.

Eisenberg, N., Hofer, C., & Vaughan, J. (2007). Effortful control and its socioemotional consequences. *Handbook of Emotion Regulation, 2, 287-288.*

Er, B. (2023). *Okul Psikolojik Danışmanlarının Şefkat Yorgunluğu Düzeylerinin Duygu Düzenleme Becerileri Ve Ruminasyon Düzeylerine Göre Yordanması*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ege Üniversitesi, İzmir.

Gökpınar, G. (2022). *3-6 Yaş Arasında Çocuğu Olan Babaların Duygu Düzenleme Becerileri Ve Babalık Rolü Algısı İle Çocuğun Duygu Düzenleme Becerileri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Çukurova Üniversitesi, Adana.

Gratz, K. L. & Roemer, L. (2004). Multidimensional Assessment of Emotion Regulation and Dysregulation: Development, Factor Structure, and Initial Validation of The Difficulties in Emotion Regulation Scale. *Journal of Psychopathology and Behavioral Assessment*, 26, (1), 41-54.

Hyson, M. & Douglass, A.L. (2019). *More than academics: Supporting the whole child. In C.P. Brown, M.B. McMullen & N. File (Eds.),* The Wiley handbook of early childhood care and education (pp. 279-300). USA: Wıley. https://doi.org/10.1002/9781119148104.ch13

Işık, B. (2022). *Okul Öncesi Dönem Çocuklarında Duygu Düzenleme Becerileri İle İlgili Yapılan Çalışmaların İncelenmesi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İnönü Üniversitesi. Malatya.

İnce, S. (2020). *Okul Öncesi Dönem Çocuklarının Duygu Düzenleme Becerileri İle Anne, Baba Ve Öğretmenlerinin Duygu Sosyalleştirme Davranışlarının İncelenmesi.* Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.

Kara, İ. (2021). *Çocukların Duygu Düzenleme Becerileri Ve Problem Davranışları İle Öğretmen Ve Ebeveynlerinin Duygu Düzenleme Ve Öğretmenlerin Sınıf Yönetimi Becerilerinin İncelenmesi*. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Çukurova Üniversitesi, Adana.

Karaduman, S. (2021). *4-5 Yaş Çocuğu Olan Anne ve Babaların Kabul Red Düzeyleri, Çocukların Duygu Düzenleme Becerileri ve Duygusal Davranışsal Problemleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi.* Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Bursa Uludağ Üniversitesi, Bursa.

Kayhan Aktürk, Ş. (2015). *Okul Öncesi Dönem Çocuklarında Duygu Düzenleme Becerileri İle Akran*

İlişkilerinin İncelenmesi. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, İstanbul.

Kesen, N. (2023). *Duygu Koçluğu Temelli Eğitim Etkinliklerinin Okul Öncesi Dönem Çocuklarının Öz Düzenleme Ve Duygu Düzenleme Becerileri Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi.* Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Bursa Uludağ Üniversitesi, Bursa.

Keskinkılıç, B. B. (2023). *Üniversite Öğrencilerinin Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Düzeyleri İle Sosyal Ağ Bağımlılığı, Bağlanma Stilleri Ve Duygu Düzenleme Becerileri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi. Erzincan.

Kır, Ö. (2021). *Ortaokul Öğrencilerinin Psikolojik Sağlamlık Düzeylerinin Bağlanma Stilleri Ve Duygu Düzenleme Becerileri Açısından İncelenmesi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Necmettin Erbakan Üniversitesi. Konya.

Koca, A. (2020). *60-72 Aylık Okul Öncesi Çocukların Duygu Düzenleme Becerileri İle Empati Becerileri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi.* Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.

Koçyiğit, S., Sezer, T., ve Yılmaz, E. (2015). 60-72 aylık çocukların sosyal yetkinlik ve duygu düzenleme becerileri ile oyun becerileri arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Hasan Ali Yücel Eğitim Fakültesi Dergisi,* 12-1(23), 209-218.

Linver, M. R., Brooks-Gunn, J. ve Kohen, D. E. (2002). Family processes as pathways from income to young children's development. *Developmental psychology*, 38(5), 719-734.

Meltzoff, A. N., & Kuhl, P. K. (2016). Exploring the infant social brain: What's going on in there*? Zero to Three,* 36(3), 2-9

Önay, D. (2023). *Okul Öncesi Öğretmenlerinin Sınıf Yönetimi Becerileri İle Duygu Düzenleme Becerileri Arasındaki İlişki.* Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, İstanbul.

Özcan, A. (2017*). Okul Öncesi Eğitim Kurumuna Devam Eden 60-72 Aylık Çocukların Ahlaki Ve Sosyal Kural Algıları Prososyal Davranışları İle Duygu Düzenleme Becerileri Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi.* Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.

Özkan, S. (2019). *Okul Öncesi Dönemdeki Çocukların Duygu Düzenleme Becerileri İle Ebeveynlerinin Sosyal Sorun Çözme Ve Çocuklarının Olumsuz Duygularıyla Başetme Becerileri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi.* Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.

Santrock, J.W. (2014). *Child development*. New York: McGraw Hill Education.

Sezgin Acar, Ş. (2021). *5-6 Yaş Grubu Çocukların Okula Hazırlık Becerileri İle Sosyal Yetkinlik Ve Duygu Düzenleme Becerileri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi. Bolu.

Sigelman, C.K. & Rider, E.A. (2018). *Life-span human development*. Boston: Cengage

Şahin, G., & Arı, R. (2019). Okul Öncesi Çocukların Yürütücü İşlevleri ve Duygu Düzenleme Becerileri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Uluslararası Eğitim Bilimleri Dergisi*, (6), 1-9.

Şahin, K. (2019). *Okul Öncesi Dönem Çocukların Duygu Düzenleme Becerileri İle Davranış Sorunları*

Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.

Tekin, H. H. (2017). *Adölesan gebelerde çocukluk çağı istismarı, duygu düzenleme ve evlilik doyumu.* (Yayımlanmamış doktora tezi). Selçuk Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Konya.

Thompson, R. A., & Meyer, S. (2007). Socialization of emotion regulation in the family. *In J. J. Gross (Ed.), Handbook of emotion regulation (pp. 249–268*). New York: Guilford Press.

Ural, O., Güven, G., Sezer, T., Azkeskin, K., & Yılmaz, E. (2015). Okul öncesi dönemdeki çocukların bağlanma biçimleri ile sosyal yetkinlik ve duygu düzenleme becerileri arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Hacettepe University Faculty of Health Sciences Journal*.

Vardi, Ö., & Demiriz, S. (2021). 5-6 Yaş çocuklarının davranışsal öz düzenleme ve duygu düzenleme becerileri arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, *41*(3), 1993-2029.

Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2013). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri* (9. baskı). Seçkin Yayınevi.

Yılmaz, H. B. (2019). *48-72 Aylık Çocukların Bilişsel Stilleri İle Duygu Düzenleme Becerileri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi.* Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.

Yirik, E. (2022). *Ebeveynlerin Riskli Oyunlara İzin Verme Düzeyleri İle 48-72 Aylık Çocukların Duygu Düzenleme Becerileri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.

Yönet Demirhan, C. (2021). *Ortaokul Öğrencilerinin Bağlanma Stilleri, Duygu Düzenleme Becerileri Ve Narsisizm Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Necmettin Erbakan Üniversitesi. Konya.

BÜYÜKANNE PROJESİ ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME

Sibel AYDIN
Dr., Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi, Zonguldak, Türkiye, sibelaydin@beun.edu.tr

ÖZET

Sanayi devriminden sonra artan kentleşme ve değişen çalışma hayatı, gündelik pratikleri değiştirmiştir. Bu bağlamda kadının istihdam da yer almaya başlaması ve geleneksel aile bağları içinde bakılamayan çocukların gün yüzüne çıkması sonucu, çocuk bakımı meselesi gündeme taşınmıştır. Çocuk bakımı, kadının 'doğal' olarak vermesi gereken bir hizmet olarak algılanması, kreş hakkının günümüzde tam sağlanamamasına sebep olmuştur. Çalışma kapsamında çocuk bakımına ihtiyaç duyan kesimleri hak sahibi bir topluluk olarak görmek yerine, aile bağları üzerinden dolaylı olarak bakım hizmetinin verilmesini desteklemek çeşitli açılardan eleştirilmiştir. Bakım veren rolünü bir kadın grubundan alıp diğer bir kadın grubuna devretmek çocuk bakımına geçici bir ara çözümdür. Kadınların kendi içinde birbirleriyle değiştirdikleri bakım veren rolü, cinsiyete dayalı iş bölümü kemikleşmesine hizmet eder. Oysa kadın katı toplumsal cinsiyete dayalı rollerden bağımsızlaşıp özgürleştirmesi ile güçlenir. Bu fikre dayanarak, büyükanne projesi kapsamında verilen aylık yardımları irdelenmiş olup çocuk bakımının hak temeli bir yaklaşımla kurumsal yapılaşma sürecine girmesi savunulmuştur. Çalışmada tarihsel yöntem kullanılmıştır. Tarihsel yöntem "geçmiş zaman içinde meydana gelmiş olay ve olguların araştırılmasında ya da bir problemin geçmişle olan ilişkisi yönünden incelenmesinde kullanılan yönteme" denilmektedir (Kaptan, 1998). Bu çalışmada veriler dokuman analizi ile elde edilmiştir. Veri toplama sürecinde bakanlık politikaları, alanyazındaki çalışmaların ve kamu kurumlarının internet sitelerinden yararlanılmıştır. Çalışma sonucunda; çocuk bakımının geçici projelerle yürütülememesi gerektiği tartışılmıştır. Nüfusun sürdürülebilir artışı ülkelerin planlarında önemli bir yere sahiptir. Çocuk bakımında sarf edilen emeğin görünmezliğinin altı uzun yıllardır çizilir. Kadınlar çocuk doğurduğu için eve bağlıdır anlayışını günümüzde kadın olduğu için toruna da baksın eksenine doğru bir geçiş vardır. Tüm bu noktalar, büyükannelerin emek sömürüsünün yapılmaması gerekliği üzerinden tartışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Büyükanne projesi, çocuk bakımı, kadın emeği.

AN EVALUATION ON THE GRANDMOTHER PROJECT

ABSTRACT

Increasing urbanization and changing working life after the industrial revolution have changed daily practices. In this context, as women started to take part in employment and children who could not be taken care of within traditional family ties came to light, the issue of childcare was brought to the agenda. The fact that childcare is perceived as a service that women should 'naturally' provide has caused the right to daycare centers to not be fully provided today. Taking the role of caregiver from one group of women and transferring it to another group of women is a temporary interim solution to childcare. Based on this idea, the monthly aids provided within the scope of the grandmother project are analyzed and it is argued that childcare should be institutionalized with a rights-based approach. Historical method was used in the study. Historical method is defined as "the method used in the investigation of events and phenomena that occurred in the past or in the examination of a problem in terms of its relationship with the past" (Kaptan, 1998). In this study, data were obtained through document analysis. Ministry policies, studies in the literature and websites of public institutions were utilized in the data collection process. As a result of the study, it was discussed that childcare should not be carried out with temporary projects. There has been a shift from the understanding that women are tied to the home because they give birth to children to the axis that women should take care of their grandchildren because they are women. All these points are discussed in terms of the necessity of not exploiting the labor of grandmothers.

Keywords: Grandmother project, childcare, women's labor.

GİRİŞ

Bireyler ait olduğu toplumsal gruplara bağlı olarak ayrıcalıklara sahip olur ya da dezavantajlı grubun üyesi olarak atfedilip, bir takım olumsuz uygulamalara maruz kalabilirler. Toplumlarda 'normal' olanın tanımlanması baskın kültür tarafından yapılmaktadır. Sosyal sorunlarda heteroseksist, yaşa dayalı yaklaşımlar baskılar arasında yer almaktadır. Bu nedenle cinsiyetçilik toplumun her alanında problemlerin temel kaynağı haline gelmektedir. Kadınları çeşitli kaynaklara erişimi engellendiğinde; ekonomik, sosyal ve yasal olarak ayrımcılıkla karşılaşır ve bu sebeple kadınlar çeşitli sorunlarla karşılaşmaktadır.

Kadınların ortak paydası biyolojik olarak hemcins olmalarından kaynaklanmaz, kadınların maruz kaldıkları ortak baskı deneyimi ortak paydalarını oluşturur. Bununla birlikte baskıya maruz kalmanın kadınlar tarafından yaşanması aynı deneyimin yaşandığı anlamını içermez. Stanley ve Wise'ın belirttiği gibi, farklı kadınların yaşadığı, mücadele ettiği, toplumsal bağlamlar hem dünyanın değişik bölgelerinde hem de farklı kadın grupları arasında geniş ölçüde farklılaşmaktadır (akt. Tong, 2018: 68). Kadınlar homojen olmayan ve aynı zamanda patriyarkal kapitalist sistem içinde sömüren taraf olmuş kadınların da olduğu heterojen bir gruptur. Toplumlarda tüm baskıları sona erdirmek için insanların toplumsallaşmalarında ve temel sosyal kurumların tümünde feminist duyarlılığın yerleşik olduğu bir perspektifle değişikliklerin yapılması gerekmektedir.

YÖNTEM

Çalışmada tarihsel yöntem kullanılmıştır. Tarihsel yöntem "geçmiş zaman içinde meydana gelmiş olay ve olguların araştırılmasında ya da bir problemin geçmişle olan ilişkisi yönünden incelenmesinde kullanılan yönteme" denilmektedir (Kaptan, 1998). Bu çalışmada veriler dokuman analizi ile elde edilmiştir. Veri toplama sürecinde bakanlık politikaları, alanyazındaki çalışmaların ve kamu kurumlarının internet sitelerinden yararlanılmıştır.

BULGULAR

Aile ve Sosyal politikalar Bakanlığın Kadının Statüsü Daire Başkanlığın politikalarından olan ve ilk 2017 yılında Büyükanne Projesi adıyla çıkan uygulama 10 ilde 6 bin 500 aile ile uygulamaya konulmuştur. Proje daha sonra "Torun Bakım Aylığı" vb. isim değişiklikleri ile devam etti.

Projeden yararlanmak isteyenler için belirli şartlar söz konusu olup geriye dönük asgari bir yıllık sigortalı annenin (boşanmış ve dul anneler hariç) iki asgari ücretten az geliri olması, ailenin toplam gelirinin üç asgari ücreti geçmemesi, aynı ilde yaşadığı sağlıklı 65 yaşı geçmemiş annesi ya da eşinin annesinin bulunması ve 3 yaşını doldurmamış çocuğa sahip olması projenin şartları arasında yer almaktadır. Bu şartları sağlayan ailelere, 12 ay süre ile yardım yapılmaktadır.

Proje şartlarında yaşamını sürdüren aile sayısının çokluğu, projeye olan başvuru sayısını etkilemiştir. Dönemin Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanı Mehmet Müezzinoğlu, projeye 48 saatte 30 bin başvuru gerçekleştiğini belirtmiştir (Hürriyet Gazatesi , 2018), total de 100.000'e ulaşan başvuru sayısı bulunmaktadır. Nitekim proje 1000 aileye uygulanması planlanmış olmasına rağmen talep yoğunluğundan sayı 6500 aileye çıkarılmıştır. Başvuru sayıları görmezden gelinen sosyal gerçeği yeniden ortaya koymaktadır. Bu gerçek; düşük gelirli ailelerin çokluğu, yoksul ailelerin çocuk bakım hizmetleri konusunda ne kadar yalnız oldukları ve çocuk bakan büyükannelerin sayısının çokluğudur.

Büyükanne projesinin benzeri bir pilot uygulama Nisan 2015 ÇSGB, Avrupa Birliği hibesiyle finanse edilen Antalya, Bursa ve İzmir illerinde gerçekleştirilmiştir. Bahsi geçen illerde, iki yıl boyunca aylık 300 Euro bakıcı yardımı sağlanmıştır. Projeden yararlanmak isteyen annelerin 0-3 yaş arasında çocuğu olması gerekmektedir. Projenin koşulları arasında annenin azami aylık kazancının aylık asgari ücretin iki katı olması ve çocuk bakıcısı kişinin sosyal güvenlik kapsamında çalıştırılması yer almaktadır (İlkkaracan, Kim, & Kaya, 2015: 25). Her iki projenin ortak amacı küçük çocuğu olan kadınların istihdamdan çekilmelerini önlemek amacıyla geçici formüller üretmesidir. Son yıllarda uygulanan geçici pilot uygulamalar, çocuk bakım hizmetlerine olan bakış açısını ortaya koymaktadır. Geçici ara formüller, kalıcı sosyal politikalara dönüştürülmeye çalışılmaktadır.

Büyükanne Projesinin çeşitli kültürel, politik ve siyasi amaçları bulunmaktadır. 24 Mayıs 2016 tarihinden itibaren 65. Türkiye Hükümeti'nde Türkiye Cumhuriyeti Aile ve Sosyal Politikalar Bakanı olarak görev yapmakta olan Fatma Betül Sayan Kaya, Büyükanne projesinin kadın istihdamını desteklemek, geleneksel aile bağlarını kuvvetlendirmek, nesiller arası iletişimi ve etkileşimi arttırarak aile kurumunu daha da güçlendirmek gibi hedeflerin yer aldığını belirtmektedir (Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği, 2018). Kültür aktarımına destek olmayı büyükanneler ile birlikte

büyüyen çocuklarda bulan ve bu yolla çocuk bakımına sağlanan destekle kadınların çalışma hayatından çekilmelerini önlenmeyi amaçlayan Büyükanne Projesi kadının toplumsal cinsiyet rolleri noktasında birçok açıdan problematiktir. Projenin uygulama rehberinde kullanılan sloganda[4] büyükanne ile çocukların güvenle, sevgiyle, şefkatle büyüyeceği ifade edilir. Kültürel ve tarihsel olarak duygular (özellikle sevgi, şefkat), çocuk bakımı, beden kadınla ilişkilendirilmiştir. Bu bağlamda, annelik duygularla ilişkilendirilerek kurgulanır. Projenin sloganın da annelik kadınlık ve duygular ilişkilendirilmiştir. En temelde olduğu gibi cinsiyet farkı üzerinden iktidarını kuran eril zihniyet, anneliği, kadınlığı ve duyguları birbiri ile bağdaştırıp çocuk bakım sorumluluğunu kadına vermiştir.

Şartları sağlayan düşük gelirli ailelere yapılacak olan yardım, evde torununa halihazırda bakan kadınlara gelir desteği sağlanması bakımından önemli bir uygulamadır. Ancak, çocuk bakımı sosyal bir hak olarak inşa edilmemiş ve yardım başlığı altında düzenlenmiştir. Projenin finansmanını yarısı İşsizlik Sigortası Fonundan diğer yarısı ise projeye katkı sağlayan çalışma hayatındaki işçi ve işveren kesimini temsil eden paydaşların katkılarından oluşmaktadır. Proje kapsamında ödenen tutarın yardım adı altında yapılmasının siyasi nedeni bulunmaktadır.

Sosyal politika, özellikle de sosyal yardımlar, neo-liberalizmin yoksul toplumsal kesimleri piyasaya yeniden entegre etmesinin bir aracı haline getirilmiştir. Aynı zamanda, Ak Parti iktidarı döneminde zirve noktasına ulaşan sosyal yardımlar, bir yandan uluslararası çaptaki bir neo-liberal dönüşümden izler taşırken, diğer yandan sözü geçen dönüşümü Türkiye özelinde sürdürülebilir kılan birtakım ulusal özgünlüklere sahiptir. Büyükanne projesi özelinde düşünüldüğünde, kurumsal yapılanma yerine çocuk bakımının büyükanneler üzerinden sürdürülmesi, harcanacak gider miktarını ciddi oranda aşağı çekecektir. Diğer yandan yerelden baktığımızda, projenin referandum sürecinde ortaya çıkması ve projenin uygulanmakta olduğu illerin Türkiye'nin 4 büyük oy potansiyeline sahip olan İstanbul Ankara, İzmir ve Antalya ve ağırlıklı olarak muhafazakar kesimin yaşadığı Sakarya, Konya, Kayseri, Gaziantep ve Bursa projenin uygulandığı iller arasında yer alması, projenin bir seçim yatırımı olduğunu da göstermektedir.

Muhafazakar kültürel kodlarla sunulan yardım adı altındaki büyükanne projesi emekçi ve yoksul kesimlerin gündelik yaşamının muhafazakarlaşmasına hizmet eden ideolojik bir propaganda aracıdır. Diğer yandan projede yatırım adı altında verilen miktar, sosyal devlet faaliyeti olmamaktan öte arka planında muhafazakar değerlerin yeniden normalleştirildiği, siyasi yatırım niteliği taşıyan kalıntı yardımlardır. Mevcut iktidarın ekonomik, ideolojik ve politik yeniden inşa edilişinin bir aracı olarak muhafazakar kodlar taşıyan sosyal politikaları başarı ile kullanmaktadır. Özetle Koray'ın ifade ettiği gibi özellikle gelişmekte olan ülkelerde sosyal devlet ve bu düşünceye bağlanacak sosyal politika anlayışı, uygulamalar ve bu uygulamaların gerisindeki ideoloji açısından da 'haktan himmete doğru' bir dönüşüm geçirmektedir (Koray, 2007: 31).

Kurumsal refah devletlerinde, kreş, süt izni, çocuk bakım yardımlarının kurumsal sağlanması yurttaşın lehine hak olan kamu önlemleridir. Kamusal anlayıştan piyasacı anlayışa geçisin savunucusu olan kalıntı refah devletlerinde ise parası sınırlı projeler üzerinden geçici sosyal politika yürütülür. Bu anlayış neo-liberalizmin uygulama halidir. Kalıntı refah rejimi yaklaşımına göre refah sağlaması gereken kurumlar olan aile ve piyasadır. Aile ve piyasa işlevini yerine getiremediğinde, refah sağlama rolü devlete düşmektedir. Kurumsal refah rejimi yaklaşımına göre ise refah sağlama işlevi devletin görev ve sorumluluğundadır.

[4] Büyükanne Projesi ile güvenle, sevgiyle, şefkatle büyü Türkiye!,

Liberalizmin devletin küçülmesini destekleyen temel sayıltısı neticesinde artan çocuk bakım masrafları liberal düşüncenin hakim olduğu ülkeler için gider artışı anlamı taşır netice olarak tedbir almak bu sebeple gerekli görülmüştür. Çocuk bakımında dikkat edilmesi gereken psikolojik ve biyolojik süreçler yerine çocuk bakımında harcanacak tutar bazlı bakılmaktadır. Kadının duygusal emeği üzerinden sürekli değişik formlarda inşa edilen çocuk bakımına dair sosyal politikalar, sosyal politika ve refah devletinin hem kuruluşunda hem de kurumsallaşmasında toplumsal cinsiyet eşitsizliği olduğunu ortaya çıkarmaktadır (Topcuoğlu, 2016: 38).

Annelik; içi kültürel olarak farklı niteliklerle doldurulan bir kavramdır, annelerin çocuk bakması ise evrensel sorumluluk halini almıştır. Yirminci yüz yılda literatürde kadının yaptığı onca ev işinin iş olarak kabul edilmediği tartışılmaya başlamıştır. Kadınların erkeklerle eşit haklara sahip olma mücadelesi Batıda on sekizinci yüzyılda başlayıp liberal görüş olarak yirminci yüzyıla kadar bir hayli yol almıştır. Erkekle kadın arasındaki hiyerarşik ilişkinin toplumsal kaynağı nedir sorusuna Freud gibi 'anatomi kaderdir' anlayışı ile yaklaşmayan bir tavır sergileyen düşünce son iki yüzyılda bir takım kazanımlar elde etmiştir. Elde edilen kazanımlar ülkelerin tercih ettikleri refah politikalarına, hakim siyasi düşünceye göre işlevsellik kazanıp ya da kazanamamıştır.

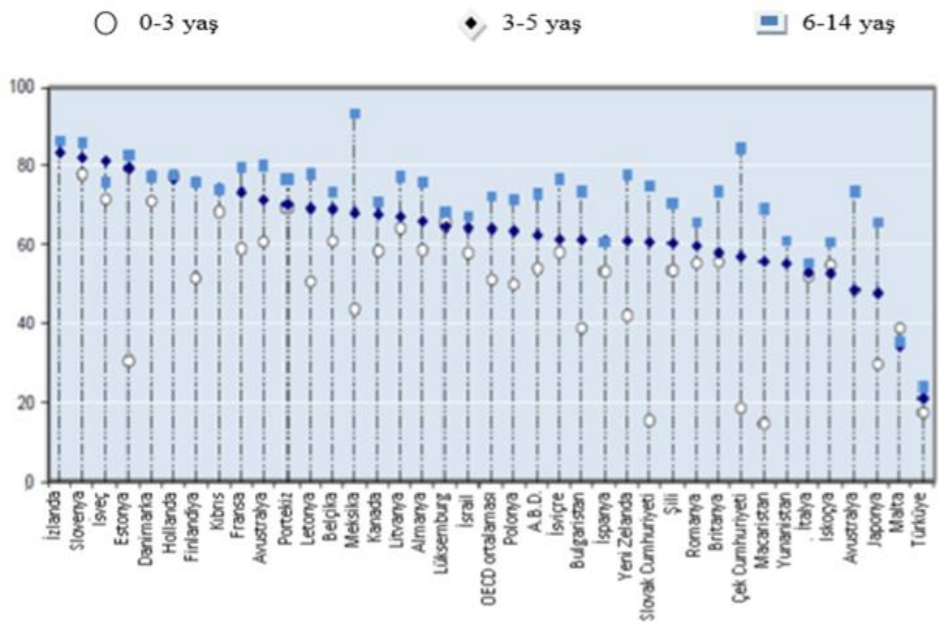
Bireyin toplumsal konumunu; bireyin eylemleri ve seçimlerinin belirlemesi gerekirken, cinsiyet kimliğimiz, toplumsal konumumuzu belirlemektedir. Kadınlar; çocuk bakımı, ev işleri, temizlik, yemek yapmak gibi ev içi alanda emeklerinin görünmediği, değersiz olduğu bir sistem içinde bulunurlar. Kadının emeği, bedeni, tıpkı doğanın sınırsızca kullanıldığı gibi, eril zihniyetin bedava olarak gördüğü, istediği gibi kullandığı bir durum haline getirilmiştir. Bu bağlamda üreme, doğurma, besleme, çocuk bakımı gibi faaliyetler doğal faaliyetler olarak görülmüştür. Bu anlayış, en başından beri, eril zihniyetin kadına kurduğu tahakküm ilişkisini, cinsel iş bölümünü ve hiyerarşik ilişkinin toplumsal kaynağını açıklar.

Çocuk bakımının ve ev işlerinin ücretsiz oluşunu piyasa için ürün üretmediği savına dayandıran kapitalizm, bireyi de piyasa ürünlerini üretecek aracı olarak gördüğünden, iş gücünün en iyi şekilde yetiştirilmesine önem verir. Kapitalizm, piyasa için yetişecek sınıfı kadının en iyi şekilde yetiştireceği savına dayanarak çocuk büyütme görevini kadına dayatmıştır. Değişen ekonomik ve politik düzende, sistem kendi menfaati için kısmi değişikliklere gitmek durumunda kalmıştır. Kadının çalışma hayatında yer alması, üretimin artmasına katkı sunacağı ve bu yolla kar artışına gidileceği için bakım verme sorumluluğunu paylaşacak hamleler atılmaya ve annelik/babalık izinleri gibi düzenlemeler yapılmaya başlanmıştır. Kapitalizm dönemin şartlarına göre kendisi ve araçları gibi kadını ve anneyi yeniden şekillendirmektedir. Young'ın belirttiği gibi; evlilik kapitalizm öncesi ekonomik ortaklık iken kapitalizm sonrası kadınlar yedek emekçi ordusu olmuşlardı (akt. Tong 2014: 113).

Sistemin ihtiyaçları noktasında kadının ev içi hizmette ve çocuk bakımını üstlenmesinin yanında piyasaya da aktif katılması sistem için daha karlı olan bir hale gelmiştir. Bu bağlamda bakım hizmetleri de çeşitlenip ve anne dışı bakım hizmetleri de normalleşme sürecine girmiştir. Öz itibariyle, bakım hizmetleri, enformel ve formel bakım olarak ayrılır. Formel bakım, bakım hizmeti kurumsal bir bağlamda yürütülürken, enformel bakım ise aile, akrabalık ya da komşuluk ilişkileri üzerinden sağlanan bakımdır. Formel bakım çerçevesinde; 2002 yılında yapılmış Barselona Zirvesi kadının iş hayatına katılmasını desteklemek için 2 yaşa kadar olan bebeklerin en az % 33 ve 3 yaşından okul

çağına kadarki çocukların % 90 oranlarında çocuk bakım merkezlerine devam etme hedefini belirlemiştir (Büyükçoşkun, 2014: 112).

Aşağıda yer alan tablo 2012 yılında OECD ülkelerinde en küçük çocuğun yaşına göre kadın istihdam oranları gösterilmektedir.



Kaynak: OECD, Family Database, 2014, www.oecd.org/els/family/LMF1_2, p. 3; akt. Büyükçoşkun, 2014, s. 92.

Formel bakımın sağlandığı ülkelerde kadın istihdam oranları OECD ortalamasının üzerinde görülmektedir. Analık izninin 52 hafta olduğu Danimarka'da çocuk bakım hizmetlerinin% 70'i kamu tarafından işletilir ve bağımsız kar amacı gütmeyen kuruluşlar (ortalama % 30) tarafından sunulan hizmetler ebeveynler için alternatif olarak yer almaktadır (Bütün, 2010: 59). Betül Urhan Türkiye'de ise 0-3 yaş aralığındaki çocukların neredeyse tamamının evde bakıldığını belirtilmektedir (Urhan, 2015: 39; akt. Büyükçoşkun, 2014: 194). Literatürde büyükannelerin yaklaşık %43'ü düzenli olarak torunlarının bakımını üstlenmekte olduğu ifade edilmiştir (Turan vd. 2010: 16).

Sanayi devriminden sonra artan kentleşme ve hızla büyüyen kentlerin keşmekeşi ve zorluklarına eklenen çalışma yaşamı güçlükleri ve düşük ücretler, ailelerin çocuk bakımı sorunlarını daha da artırmıştır. Konunun ataerkil bakışla ve hak temelli olmayan bir yaklaşımla ele alınışı, yoksul veya düşük gelirle çalışan ailelere ve kadınlara kamusal olanaklar, kreş ve gündüz bakım hizmetleri sağlamak yerine, çocuk bakımının ailenin geleneksel işlevlerine bırakılmasına diğer bir tanımlama ile enformel bakım hizmetlerini tek seçenek olarak bırakmıştır. Çocuk bakımına ihtiyaç duyan kesimleri hak sahibi bir topluluk olarak görmektense, aile üzerinden dolaylı olarak hizmet verilmesi anlayışını desteklemek toplumun sürekli üretimi ve yeniden üretimi sürecinde, köşesinde oturan edilgin devlet anlayışının hakim olduğunu gösterir.

Batılı refah devletleri ve kadınlar arasında nüfusun artması ve iyi vatandaşların yetişmesi noktasında, annelik üzerinden pazarlık vardır (Topcuoğlu, 2016: 43). Büyükanne ve benzeri projelerle yapılmakta olan sistem kendisi için fayda/zarar tablosunda, genç anneyi istihdama alıp, çocuk bakımı için birincil emek kaynağı olarak görülen büyükanneye torun bakma rolünü verirken, bir yandan, piyasaya iyi bireyler yetişecek, diğer yandan kadın istihdamdaki devamı sağlanmış olacaktır. Ancak bakıma muhtaç çocuk sayısı geleneksel aile bağları ile çözülebilecek bir popülasyon da değildir. 0-4 yaş aralığında yer alan çocuk sayısı göz önünde bulundurulduğunda, hem büyükanne projesi, hem de Antalya Bursa ve İzmir illerinde sigortalı bakıcı çalıştıran anneye 300 Euro'luk geçici bakıcı parasıyla, çocuk bakımı sorunu çözülemez. Meselesinin cinsiyetçi değerler üzerinden temellendirilmesinden öte, kadın ve erkek arasındaki güç dengesizliğinin giderilmesini sağlayacak, kadının çalışma hayatında, sosyal hayatta ve kendi hayatında özgürleşmesine yol açacak hak temelli kurumsal sosyal politikalar ile süreci şekillendirmektir. Aksi halde, kadınları değersizleştiren, ekonomik ve sosyal olarak ayrımdan kaynaklanan sorunlar yaşatan toplumda yaşamak, kadınların problem yaşamasına neden olmakta ve sorunların yaşanmasının devamını yeniden çeşitli formlarda inşa edilmektedir.

Bakım veren rolünü bir kadın grubundan alıp diğer kadın grubuna devretmek sorunu çözmez, bu durumdan çıkan sonuç; bakım vermeyi yeniden etiketleme yoluyla kadına yüklenmesi sonucu cinsiyete dayalı iş bölümü kemikleşir. Büyükannenin torununa bakması annenin bakım vermesinin 'normalliğini' bireysellikten toplumsal odağa yöneltip, kadınların yaşadığı bireysel zorluklar ile yapısal baskılar arasında bağlantı normalleştirmesine hizmet eder. Diğer yandan, büyükannelerden bedenin yaşlandığı bir çağda torun sevmek yerine 0-3 yaş torunların bakım sorumluluğunun ciddi yükünü üstlenmelerine teşvik etmek bir yandan büyükannelerin duygusal emeğinin istismarıdır. Devletin gözünde çocuğun annenin sorumluluğu olmaya devam ettiğini ve aile odaklılığın kadınlar üzerinden kurgulandığının da bir kanıtıdır.

Yaşlı bireylerin başarılı bir yaşlanma evresi geçirmesi fiziksel, ruhsal ve sosyal yönden tam bir iyilik hali içinde bulunmasıyla paraleldir. Yaşlı istismarı, psikolojik şiddet gibi bir insan hakkı ihlalidir. İstismara uğrayan birey için telafisi olmayan durumlar yaşanır.

TARTIŞMA VE SONUÇ

Nüfusun sürdürülebilir artışı ülkelerin planlarında önemli bir yere sahiptir. Bu bağlamda, kadın ve erkeğin iş olanaklarının ve ücretlerinin eşit olduğu, kreş hakkının, sağlık hizmetleri ve sosyal güvenlik sisteminin yeterli olduğu koşullara sahip olmaları gerekmektedir. Toplumsal cinsiyete duyarlı iş yeri ortamını oluşturmak önemli olan diğer bir noktadır. Yerleşik toplumsal cinsiyet rollerini pekiştirecek geçici sosyal politikalar yapmak yerine toplumsal cinsiyet eşitliği konusunda bilinç düzeyini artırmak hedefiyle her düzeyde farkındalık seminerleri ve sosyal sorumluluk çalışmaları düzenlemek, her mahallede kreş açmak ve istihdam artırmak, ülkelerin planlarında önemli yere sahip olan nüfusun sürdürülebilirliğine kalıcı olumlu katkı sunacaktır.

Yukarıda tartışılan tüm bağlamlar sonucunda kadın istihdamını desteklemeye yönelik uyguladığı Büyükanne Projesi, Torun Bakım Parası altında bir yandan yaşlı kadınları geçici ve düşük ücret çalıştırdığı, diğer bir tabirle güvencesiz istihdama mahkûm etme anlayışı ortaya çıkmaktadır. Diğer yandan da büyükannenin gönüllü yaptığı bir

işten para almaya başlaması, kadının bakım için verdiği emeğinin metalaşması söz konusu olmaktadır. Proje bu yönüyle geleneksel aileyi diğer bir tanımlamayla 'kutsal aileyi' güçlendirmek yerine kapitalist pazara açmaktadır. Proje bir kadının ailenin ekonomik işlerine hizmetine diğer kadının biyo-toplumsal işlevlerine hizmet etmesini sağlar. Büyükannelik annelik üzerinden ölçülmemeli ve bakım rolünden yeniden var olmamalıdır. Büyükanneye torun baktırmak kreş açmaktan daha az masraflı olması da bir diğer noktadır. Topcuoğlu'nun belirttiği gibi 'kadınlar yine kadınlık tanımları üzerinden ucuz, uyumlu, kolay manipule edilebilir "evcil" işçiler olarak tam da ulusötesi sermayenin küresel birikim sürecinde aradığı işgücüdür' (2009: 100).

Projenin hedef kitlesinde ki büyükanne açısından baktığımızda bir taraftan hâlihazırda kızları, gelinleri fabrikada, ofiste çalışırken evde onların çocuklarına bakıyorken, gönüllü yaptıkları bir işe bu tür bir mali destek iyi gelebilir. Çocuk bakımında sarf edilen emeğin görünmezliği uzun yıllar vurgulanan bir eksiktir. Büyükanne projesinde verilen tutar ile çocuk bakımında harcanan emeğin varlığı kabul edilmiştir. Ancak, proje de büyükbabaların olmayışı, projede kadının bakım veren rolüne olan vurgu; açık cinsiyetçiliğin ve örtük erkek merkezciliği pekiştirir. Kadınlar çocuk doğurduğu için eve bağlıdır anlayışını günümüzde kadın olduğu için toruna da baksın eksenine doğru geçiş vardır. Çocuk bakımı geçici projelerle yürütülemeyecek kadar duygusal psikolojik boyutları da olan, yaşamın diğer evrelerinde bireyde etkisi devam eden öneli bir dönemdir. Büyükannenin ilişkilerini kuran ya da bozan, ailesi ile birleştiren, varoluşunu yineleyen aktiviteler arasında çocuk bakımı aracı olmamalıdır. Ek olarak Türkiye'de yaşlıların sosyal güvence ve ekonomik gelir bakımdan durumları göz önünde tutulduğunda büyükannelerin emek sömürüsü de gündeme gelmektedir.

Diğer yandan, bakım vermek istemeyen büyükanneler için baskı mekanizması oluşmuştur, bu bağlamda kültürel farkındalık lensine sahip olmayan bir uygulamadır. Kadın olmanın zor olduğu ataerkil toplumumuzda, yaşlanmanın getirdiği ek dezavantaj düşünüldüğünde hak odaklı sosyal politikalar geliştirmek gereği yeniden kendini göstermektedir. Ek olarak anne ya da babası hayatta olmayan veya boşanmış çiftlerin çocuklarının projeden yararlanamaması eşitlik ilkesi ile bağdaşmaz. Çocuklar arasında ayrım yapılan diğer bir nokta, büyükanneleri ile aynı ilde yaşama ve büyükannenin 65 yaşı geçmemiş olma zorunluluğudur. Projenin koşulları arasında yer alan annenin asgari 2 yıllık sigortalı olma şartı da içinde bulunduğumuz çalışma hayatının realitesi ile çakışmaktadır. TÜİK 2017 verilerine kadar işsizlik %10,6, kayıt dışı çalışan oranı %34,8 (TÜİK, 2017), 2023 yılı Kasım ayında kadınlarda işsizlik oranı %11,8 olarak tahmin edildi (TÜİK, 2023).

ÖNERİLER

Annelik izninden ziyade ebeveyn izninin uzun tutulması hem çocuk hem ana-babalar için olumlu katkı sunacaktır. İş kaybı olmadan ve gelir güvencesi altında verilecek olan bakım izni, beklenen düzenlemelerdir. Almanya ve İsveç'te kadın hareketi temsilcilerinin protestolarıyla çocukların büyütülmesindeki kamu sorumluluğu kabul ettirilmiştir (Büyükçoşkun, 2014: 195). Yine Danimarka bu bağlam da önde gelen ülkeler arasındadır. Bahsi geçen üç ülkenin ekonomik durumu ve gelişmişlik düzeyi göz önünde tutulduğunda çocuk bakımının geleneksel aile bağları üzerinden sürdürülmesi yerine kurumsal yapılanma ile çözüme kavuşması, kadının istihdamda daha özgür yer almasına sağlayacaktır. Bu durum uzun vadede ülke ekonomisine de olumlu ve nitelikli katkı sunacaktır. Kadın

özelinde baktığımızda ise ev içi işlerin ve çocukların gözetiminin toplumlaştırılması, kadınlara yönelik baskıyı azaltacak ve az da olsa her bir kadına hak ettiği saygıyı teslim edilmesine yardımcı olacaktır.

KAYNAKÇA

Bütün, M. (2010). *Toplumsal cinsiyet eşitliği perspektifinden çocuk bakım hizmetleri: farklı ülke uygulamaları: uzmanlık tez*i. TC Başbakanlık Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü.

Büyükcoşkun, S. (2014). *Kadın istihdamının ortaya çıkardığı sosyal politika sorunları: Anne-dışı bakım sorunu ve Türkiye'nin kadın istihdamı politikasına etkisi* [Yayımlanmamış Doktora Tezi]. İstanbul Üniversitesi.

Hürriyet Gazetesi, Erişim Tarihi: 01.03.2024, https://www.hurriyet.com.tr/ekonomi/iki-gunde-30-bin-basvuru-geldi-40363905

Ilkkaracan, I., Kijong K., & Tolga K. (2015). *The impact of public investment in social care services on employment, gender equality, and poverty: The Turkish case*. Research Report.

Kaptan, S. (1998). *Bilimsel Araştırma ve İstatistik Teknikleri.* Tekışık.

Koray, M. (2007). Sosyal politikanın anlamı ve işlevini tartışmak. *Çalışma ve Toplum*, 4(15), 19-56.

Turan, T., Kurban K. N., & Zencir M. (2010). *Büyükanne ve büyükbabalarda torun bakmanın depresyon ve yaşam kalitesine etkisi*. Araştırma Raporu.

Tong, R. (2014). *Feminist thought: A more comprehensive introduction*. Routledge.

Topçuoğlu, A. R. (2009). *Kadın Emeği Nasıl Değersizleşir? Enformel Alan ve Ataerkilliğin Eklemlenme Mekanizmaları: Bilinçli Saklama ve Saklayarak Değersizleştirme.* Praksis.

Topçuoğlu, A. R. (2016). Feminizmin refah devleti ve sosyal politika alanına eleştiri ve katkıları. *Amme İdaresi Dergisi,* 49(4), 37-63.

Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği, Erişim Tarihi: 05.03.2024. *https://tobb.org.tr/Sayfalar/Detay.php?rid=7436&Ist=Haberler*

TÜİK, Erişim Tarihi: 10.03.2024, https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Isgucu-Istatistikleri-Kasim-2023-49378#:~:text=T%C3%9C%C4%B0K%20Kurumsal&text=Hanehalk%C4%B1%20%C4%B0%C5%9Fg%C3%BCc%C3%BC%20Ara%C5%9Ft%C4%B1rmas%C4%B1%20sonu%C3%A7lar%C4%B1na%20g%C3%B6re,%259%2C0%20seviyesinde%20ger%C3%A7ekle%C5%9Fti.

Urhan, B. (2015). Toplumsal cinsiyete dayalı iş bölümünün işçi sendikalarındaki izdüşümü, *TTB Mesleki Sağlık ve Güvenlik Dergisi*, (15)56, 22-29.

VAHİD MEMMEDLİ'NİN ESERLERİNDE GERÇEK OLAYLAR VE FOLKLOR GELENEKLERİ

Prof. Dr. Merziyye Necefova

Azerbaycan Milli Bilimler Akademisi Edebiyat Bölümü

Özet

Vahid Memmed oğlu Memmedli, 6 Ocak 1965'te Azerbaycan SSC'nin Gazah şehrinde doğdu. Azerbaycan'a ermeğanlar vermiş Şuşa soyluları Hagverdiyev ve Galabeyov'ların soyundan gelmektedir. Vahid Memmedli edebi yaratıcılığına ilk kez Rus Kültür Vakfı'nın "Gryphon" yayınevinde basılan "Tunç Allah'ın Yolu" adlı eseriyle başladı. Eserin Rus kültür fonu tarafından yayımlanması ve kısa sürede en çok satanlar arasına girmesi, eserin dünya edebiyatında tamamen yeni bir tür olan kansız savaş romanı türünde yazılmış olmasından kaynaklanmaktadır. Eserin hızla tanınması, Rusya ve Avrupa'nın en büyük yayınevi olan "Eksmo" yayınevinin dikkatini çekti. 2006 yılında "Bronz Melek" adlı eserini "Cellat acele etmekten hoşlanmaz" adı altında "Rusya'nın bestselleri" serisinde yayınladı, 2007 yılında yayınevi tarafından "çok satanların ustası" seçildi ve üçlemenin yazarı Azerbaycan'ın ilk fantastik destanı "Atropatena destanı". Uluslararası Mahmud Kaşkari Vakfı olarak "Türk Dünyasının San Yalargı" ödülüne layık görüldü. Yazımda Vahid Memmedli'nin yaratıcılığından bahsedeceğim.

Anahtar Kelimeler: Ünite, roman, yaratıcılık, tür

Real events and folklore traditions in the works of Vahid Mammadli

Abstract

Vahid Mammad oglu Mammadli was born on January 6, 1965 in Gazakh, Azerbaijan SSR. He is a descendant of Shusha nobles Hagverdiyevs and Galabeyovs, who have given many thinkers to Azerbaijan. Vahid Mammadli started his literary creativity with the work "Tunc Allah's Way", which was first published in the "Gryphon" publishing house of the Russian Culture Foundation. The fact that the work was published by the Russian cultural fund and quickly became a bestseller was due to the fact that the work was written in a completely new genre in world literature, the bloodless war novel genre. The quick recognition of the work attracted the attention of the largest publishing house in Russia and Europe, "Eksmo" publishing house. , published his "Bronze Angel" in 2006 in the "Russian bestseller" series under the name "The executioner does not like to rush", in 2007 he was named "master of bestsellers" by the publishing house, and the author of the trilogy "Atropatena saga", the first fantasy epic in Azerbaijan. as the International Mahmud Kashkari Foundation was awarded the "San Yalarg of the Turkish World" award. In my article, I will talk about Vahid Mammadli's creativity.
Keywords: Unit, novel, creativity, genre

Vahid Memmedli'nin eserlerinde gerçek olaylar ve folklor gelenekleri.

Vahid Memmed oğlu Memmedli, 6 Ocak 1965'te Azerbaycan SSC'nin Gazah kentinde doğdu. Azerbaycan'a pek çok düşünür vermiş olan Şuşa soyluları Hagverdiyevlerin ve Galabayovların torunlarıdır. Çocukluk yıllarını babasının görev yaptığı bölgelerde - Gazah, İmişli, Berde, Haçmaz ve Bakü'de geçirdi. Liseyi bitirdikten sonra İçişleri Bakanlığı iç birliklerinin özel maksat taburunda (kırmızı bereliler) görev yaptı. SSCB'ye üye oldu ve yetenekleri nedeniyle Rusya'nın Tver Devlet Üniversitesi'nin hukuk fakültesine girdi, üniversitenin 3. yılında tam zamanlı eğitim almış olmasına rağmen Tver Eyaleti Maksatikha bölge savcısının kıdemli yardımcılığına atandı ve iki yıl sonra üniversiteden onur diplomasıyla mezun oldu. 1992 yılından itibaren Azerbaycan Cumhuriyeti savcılığında görev yapmakta olup, 2011 yılından bu yana Yardımlı ilçesi savcısıdır.

Vahid Memmedli edebi yaratıcılığına ilk kez Rus Kültür Vakfı'nın "Gryphon" yayınevinde basılan "Tunç Allah'ın Yolu" adlı eseriyle başladı. Eserin Rus kültür fonu tarafından yayımlanması ve kısa sürede en çok satanlar arasına girmesi, eserin dünya edebiyatında yepyeni bir tür olan kansız savaş romanı türünde yazılmış olmasından kaynaklanmaktadır. Rusya ve Avrupa'nın en büyük yayınevi Eksmo'nun ilgi odağı olan "Bronz Melek" adlı eserini 2006 yılında "Cellat Acele Etmeyi Sevmez" başlığıyla "Rusya Çok Satanlar" serisinde yayımladı, 2007 yılında ise ün kazandı. yayınevi tarafından "çok satanlar" arasında yer alan, Uluslararası Mahmud Kaşkari Vakfı'nın "Türk Dünyasının San Yalargısı" ödülüne layık görülen, Azerbaycan'ın ilk fantastik destanı olan "Atropatena Destanı" üçlemesinin yazarıdır.

Eserleri Rusya'da en çok satanlar listesine giren Atropatena Destanı, Türkiye'de de iki yıl boyunca kendi türünde en çok satan on kitap arasında yer aldı ve eserleri İngilizce, İspanyolca, İtalyanca, Portekizce, Arapça kitap olarak yayımlandı. , Bulgarca, Yunanca ve Hırvatça."Tunç Melek" romanının ana özelliği ve okuyucuya sevdirilmesi, eserin kahramanının birçok ülkenin toplarının, tüfeklerinin ve özel servislerinin başaramadığı entelektüel seviyesi,

hayırseverliği ve irade gücüyle insanları kurtarmasıdır. Bunu savaşın harap ettiği Irak'ta yapın. Bir Azerbaycanlının insani vasıflarını dünya okurlarına aktaran ilk Azerbaycan romanıdır. Kitabın Rusya'da 2010 yılında "Gruppa anti-terör. Spetsnaz" serisinde yayınlanması ve özel kuvvetlerin herhangi bir operasyona çıkmadan önce okuduğu kitaplardan biri olması tesadüf değil.Yazarın 2010 yılında yazdığı "Atropatena" adlı romanı özgünlüğüyle dikkat çekti. Azerbaycan'ın ilk fantastik romanı olan "Atropatena destanı"nın avantajlarından biri ve eserin karakteristik özelliği, üç romandan oluşan üçlemenin, günümüze nadiren yansıyan tarihimizin en önemli dönemini kapsamasıdır. Edebiyat dönemi Medya, Atropatena ve Arnavutluk'un bir başka özelliği de kan hafızamızı cesaret ve yiğitliğe dayandıran bir şövalyelik destanıdır. Tolkien'in "Yüzüklerin Efendisi" ve Rowling'in "Harry Potter" adlı eserlerinde büyünün gücünün yönettiği dünyalar, arka planda beyaz büyünün ustası Eliseil ile kara büyünün temsilcisi Nadovar'ın kara büyüsü tarafından kontrol edilmektedir. "Atropatena"da Albaner ve Atropate şövalyelerinin kahramanlıklarını, Arnavutluk ve Atropatena'daki düzenlemelerini, onların nüfuzunu ve o dönemden itibaren artık Azerbaycan olarak adlandırılan topraklardaki halkların bir ulus olarak oluşumunu anlatıyor. Eserin en büyük gücü, gerçek Azerbaycancılık düşüncesinin taşıyıcısı olarak, Türklerle birlikte tüm milletlerden, halklardan ve etnik kökenlerden Arnavutlar, Medler, Atropatenyalılar gibi günümüz Azerbaycanlılarının oluşumunu yansıtmasıdır. Antik çağlardan beri etnik kökenlere dayanan ve büyük çok kültürlülüğümüzün ve tarihimizin en gerçek konseptine hizmet eden bu eserin, ünlü Amerikan web sitesi "Amazon.com"da satılan kitaplardan biri olduğu söylenemez.Eser, eleştirmenlerin ve edebiyatçıların dikkatinden kaçmadı. 2016 yılında "Kurtuluş Dönemi Azerbaycan Edebiyatı" kitabının ikinci cildinde eleştirmen Tahran Alişanoğlu eser hakkında yazılar yazdı ve eseri değerlendirdi."Romanda epik üslup açıkça seçilmiştir, ancak bu okuyucunun bildiği bir destan üslubu değildir. "Dade Korkut" da dahil olmak üzere bizim destan üslubumuz 1300 yıl öncesinden beri olgun orta çağlarla ilgilidir. "Atropatena Destanı"nın konu planı Antik Çağ ve Orta Çağ'a göre hesaplanmıştır. Burada büyülü masallarımızda atmosferin daha fazlasını görüyoruz. Bir tarafta ejderhalar, devler, uçan-yürüyen-yüzen devler, çok başlı olanlar, yaprak bitlerinin bulunduğu bir ortam - isimlere dikkat edin, örneğin: Şahin, Xombard, tambukanlar, yırtıcı atlar, timsah kafaları; ellerinde, onları evcilleştiren ve onlara rehberlik eden bir grup sihirbaz ve büyücü: Kara büyünün ve onun "Kara Gece" tarikatının başı Nadovar: Cadı, Nersun, Vazar, Shahlab ve bu dönüşümlü kara büyüye karşı çıkan beyaz büyünün ustası Elisey - modern zamanlar için garip isimler. Ayrıca kahramanların ve karakterlerin isimleri: Albaner, Çar Vache, Şamon, Şah Artaban, İglasion, Mehrijan, Kesira, Oğuz, Harun, Çarkhan, Ktaro, tüccar Agaband, Atropat, İsmail, Asmiralla, Asena, Valmon, Maktum vb. - Ufak istisnalar dışında baktığımızda, bugün yabancı geldiği kadar kadim destanın ortamına da uyan isimlerdir." (Bu arada yazarın kadim ve güzel isimler yaratması da eserinde göze çarpmaktadır. Yazarın eserlerinde İmayil ismini severek kullandığı, "Şehrizad" romanında da İmayil imgesini severek kullandığı eserlerinden görülmektedir. En sadık kişi olarak anılır.) Teharan Alişanoğlu, "Atropatena" destanını modern dünya okurunun ilgisine sunarak fantastik türün gereklerine göre yazılmış ilk eser olarak nitelendirdi.

Edebi bir olay olan V. Memmedli'nin bir diğer eseri ise yirmili yaşlarında yazdığı "Meşeye Sarılmış Üzüm" adlı romanıdır. Yazarın, ünlü "Ali ve Nino" eserinin yazarı Gurban Said'in Azerbaycanlı olduğunu kanıtlamak için eseri yurtdışında takma adla yayınladığı doğrudur, ancak Azerbaycanlı okuyucular da dikkate alınarak eser "" dergisinde de yayınlanmaktadır. Çaylar Press" yayınevi. Hayatın en acımasız zorluklarını gören Vasıf ve Ünal bir gün tanışıp ortak iş kurarlar. Hayatları boyunca pek çok kadınla karşılaşırlar. Her biri benzersiz bir yaşam öyküsüne yol açar.

Ancak arkadaşlar ilk aşklarına geri dönemezler. Hala o kızlarla ilgileniyorlar. Hayatın girdabında izlerini nerede kaybettiler? Bir milyonerin kızı olan Vasıf, kendisini delicesine seven sevgilisinin isteği üzerine Londra'ya kadar gitmiş, kızın kendisinden kaçıp saklandığını görünce onunla bir daha karşılaşabileceğine inanmamaktadır.

...Bir zamanlar Ünal'ın sevgilisine verdiği sarı kırmızı sonbahar yaprağı, kurnaz Bechakhor tarafından çalınıp kenevir yaprağına dönüştürülmüştür...

Bir araba kazasında ikisi de ağır yaralanır ancak bu kaza hayatlarını tamamen değiştirir. Hastaneden çıkıp dinlenmeye gittikleri bölgede bir mucize gerçekleşir... Meşe ağacına sarılı bir üzüm asması, Vasıf'ın hayatı boyunca hayalini kurduğu kıza dönüşür. Aynı zamanda hayatının amacını da gerçekleştirecektir: Bir ağaca dönüşecek ve yavru kuşların yuvalarından düşmesine, yırtıcı hayvanlara yem olmasına, aç kalmasına izin vermeyecek, onları yalnız kaldıklarında şarkı fısıldayan yaprakların altına saklayacak ve korkmuş...Ünal aynı sarı-kırmızı yaprağı bulur. Bu ona bir işarettir... O yaprağı bulduğu gibi, kaybettiği aşkını da bulacaktır. Sevdiği kızın uyuşturucu mafyasının elinde olduğu ortaya çıkar... Kız arkadaşını mafyanın eli kanlı katilinin pençesinden kurtarmak için acele etmektedir. Bu mafyaya patronluk taslayan gizemli bir avukat kadınla karşılaşır. O kadının kimliği Ünal'ı şok ediyor...

Bu eserin analizi başka bir kapsamlı çalışmanın konusu olsa da birçok Rus eleştirmenin "Meşeye Sarılmış Üzümler" eserini modernliği ve okunabilirliği açısından Selinger'in "Çavdardaki uçurumdan korumak" eseriyle karşılaştırdığını söylemek yeterlidir. Kadınların tanrılaştırılmasıyla karakterize edilen diğer eserlerinde de yer alan birçok karakterin kapsamlı yaşam hikayelerini yakından bağdaştırabilme yeteneği. Muhtemelen eser Azerbaycanlı okuyuculara sunulduktan sonra edebiyat uzmanlarımız tarafından daha geniş bir şekilde incelenip tartışılacaktır...Dünyadaki pek çok alıntı, aforizma ve hikmetli söz sitelerinde Vahid Memmedli'nin "Bronz Melek" eserinin epigrafı "Bu dünyada hiç kimse melek değildir. Herkesin kendi koruyucu meleği vardır. Başkaları için kendilerini feda edenler, meleklerden daha hayırlıdır..." ve eserlerinden diğer alıntılar. Evet Aslında yazar" bu dünyada kimse melek değil. Herkesin kendi koruyucu meleği vardır. Kendini başkaları için feda eden, meleklerden daha hayırlıdır..." "Tunç Melak" eserine epigraf vermiş olsa da aslında bütün eserlerinde kendini feda edip melek olan insanlardan bahseder. "Şehrizad" romanında Karabağlı bir kızın bilgeliği, şerefi ve cömertliği sayesinde kazandığı, Azerbaycan dışında - Kazakistan'da saygı kazandığı görülmektedir.

Yukarıda bahsettiğimiz eserleriyle Azerbaycan okurlarının ve edebiyat camiasının yakından tanıdığı Vahid Memmedli, 2019 yılının değerli romanı "Şehrizad" ile okurlarının anısına yazıldı. Yazar, eserleriyle dikkat çekmenin yanı sıra farklı düşünceleri, ilginç yargı ve gözlemleriyle de ilgi uyandırmaktadır. Belki de yazarın mesleği, romanlarındaki karakterlerin iç dünyasının zenginliğini ve mükemmel düşünce biçimini etkilemektedir. Son zamanlarda insanların sabırsızlığı ve hayatları hiçbir romanı okumalarına izin vermemektedir. Böyle bir dönemde okuyucunun karşısına bir romanla çıkabilmek, aynı zamanda büyük ölçekli bir romanı büyük bir ustalıkla bitirebilmek de yazardan cesaret ister. Ve bu cesareti gösterebilen yazar, 1937 olaylarını yansıtarak büyük bir yükün altına girmektedir. Yani bu konu aslında edebiyatımızda yeterince tartışılan bir konudur. Bu husus da yazarın işini biraz zorlaştırıyor. Okuyucunun zaten aşina olduğu olayları okuyucuda ilgi ve istek yaratacak şekilde konuşmak gerekir. Yazar, Bey neslinden Şehrizad ve Talib isimli iki gencin aşklarını ve bu aşklarında gösterdikleri acı dolu ve aynı zamanda vefayı ön plana çıkararak, bazen sosyo-politik durumu, gerçek olay ve tecrübeleri de ortaya koyuyor.

Geçen yüzyılın 20'li ve 30'lu yıllarında Azerbaycan'da arka planda. Olaylar Şuşa şehrinde yaşanıyor. Eserde olayların başlangıcı ise "Kızıl Trajedi'nin Bakü'ye Yaklaşması" haberiyle daha ilk cümleden itibaren trajedilerin başlangıcına dikkat çekiyor. Daha sonra eserin ana karakteriyle tanışıyoruz. Romanda kısaca adı geçen Amiraslan Bey Hagverdiyev olayların gidişatına zemin hazırlar ve bu karakter romandan çabuk ayrılsa da romanın temsilcisi olarak (adı anılmasa da) eser boyunca unutulmaz. Azerbaycan erkeğinin genelleştirilmiş imajı.

"Ülkenin yapısı değişiyor, proleter sistem kendi diktatörlüğünü kuruyordu. Bazı tüccarlar dışında kimse ülkesinden ayrılmadı" diyerek, yaşanan olaylara rağmen insanların ve beylerin, sıkıntılı zamanlarda da olsa vatanlarını, ailelerini ve çocuklarını korumak zorunda kaldıklarını ifade etti.Amiraslan Bey'in altı oğlu ve dünya güzeli kızı Şahrizad'ın Amanbeyli'deki hayatları diğer bey çocuklarından farklı değildi. Şuşa'dan bahsediyorduk, Karabağ'ın kültürünün beşiği sayılan Şuşa deyince burada yaşayan gençlerin örf ve adetlerine bağlı olduklarını hatırlıyoruz. Aynı zamanda bu ülkenin evlatlarının genç olduğu da ortadadır. Eserde Bolşeviklerin gelin ve damatlara kötü muamelesi dikkat çekiyor ve böyle bir olayın trajik sonucunun Bolşeviklerin Azerbaycan gelenek ve göreneklerini ihlal etmesinden kaynaklandığı belirtiliyor. Bey'in kızı ve kuzeni Taliba ile nişanlı olan Bolşevik komutan Şehririzad tarafından, "Bu kız kim?" Ne kadar güzel" cümlesi trajedilere sebep oluyor.Aslında yazarın Şehrizad'ı güzel bir at üzerinde sunması Azerbaycan ailesindeki kızlarımıza gösterilen sevgi ve ilginin bir örneğidir. Aynı zamanda Karabağ atının güzelliğinin kutlanması da eserin fikir planına dahil edilerek Azerbaycan'ın vazgeçilmez bölgesi olan Karabağ - Şuşa'nın genel imajını oluşturmaktadır. Karabağ atının ne kadar kutsal olduğu ve Şuşalı Bey'in kızının şeref ve gayretinin temsilcisi olan Şehrizâd'ın eserin genelinde dikkat çekilmektedir. Görsellerin seçimi ve Şuşalı Amiraslan Bey Hakverdiyev'in kızına Şehrizad isminin verilmesi meselesi okuyucuyu bizim folklorumuza, masallar diyarına götürüyor, eser boyunca bazı folklor kökenlerinin hatırlatılması, okuyucuyu folklorumuza, masallar diyarına götürüyor. Eserin etkisi, gerçeklik ile kurgu dünya arasındaki bağlantıyı kurarak, 1937 yılında yaşanan olayları diğer yazarlardan farklı bir şekilde ele almakta ve iki gencin aşkının zaferi okuyucuya sunulmaktadır. Eserde damat, ailesi ve özellikle damadın kızına dikkat edilirken Mehter İsmail, eserin başından sonuna kadar sadakati ve bağlılığıyla anılmaktadır. Her ne kadar kalbinde Şehrizad sevgisi olsa da bunu kendisine ve ekmek yediği aileye ilan etmek istemez. Genel olarak eserde Azerbaycan geleneklerine göre olayların vurgulanması iyi bir fikirdir. Eserde bazı durumlarda Ermenilerden gelen ihanet sahneleri de konuyla alakalıdır. Romanda NKVD'nin siyasi daire başkanı Stepan Sevyan karakteri aslında Ermeni yüzünü bütünüyle göstermektedir. Stepan, Talib'i ve ailesini yok etmek için genç şair Malik Maftun'u kullanır. Aynı zamanda özgür düşünceli Malik, Maftun'u ortadan kaldırmak için bir oyun oynuyor. Dağlarda ve taşlarda saklanmak zorunda kaldığı için babasını ve beş erkek kardeşini kaybeden ve bir erkek kardeşini göremeyen damadın kızı Şehrizad, küçük bir şiirinde Şehrizad'ın çalışkanlığını öven Malik Maftun, pamuk toplama işine aktif olarak katılıyor. Aslında bir Azerbaycanlı olmasına rağmen kandırılan ve ertesi gün şiirini yazan Stepan'ın kararı gerçekleşir. Yazar, Stepan gibi insanları iktidara getiren ve onların oyunlarına kurban giden, sapı bizim olan baltanın, yaşadığımız trajedilerin de nedeni olduğunu savunuyor. İki bölümden oluşan eserin başlangıcında Amiraslan Bey Hagverdiyev ile altı oğlu ve bir kızının Bolşevikler tarafından vurulma sahnesi, küçük oğlu Memmedresul'un ormanlarda ve dağlarda saklanıp savaşarak sürgüne gönderilmesi sahnesi öne çıkıyor. Köyünden ayrılması ve Şahrizad'ın acı kaderi, ancak Bolşeviklerle yaşanan bu olaylarda, Bey ailesinden özgür kalan Şehrizad ve Talib'i sürgüne göndermek için ortak bir Ermeni elinin varlığı meselesi gündeme gelir. Köylülerin Amiraslan Bey'e olan saygısı ve hürmeti onları uzun süre korumuştur. Köylüler Talib'i yakalamamaya çalışınca

Bolşevikler ve Ermeni Stepan, Talib ve Şehrizad'ı sınır dışı etmeyi başardılar.Talib Sibirya'ya, Şehrizad ise Kazakistan'a sürgüne gönderildi ve çoğunluğu İranlı sürgünleri taşıyan bir trende yalnız ve çaresiz kaldı. Erkekler bu güzel ve tek kadını gözleriyle yediler. Şu anda Şehrizad oradaki kadınlardan daha çaresiz olduğunu hissetti. Eserde iki askerin ona karşı tavırları, boş bir arabaya bindirerek tecavüz etme arzuları ve yorgun ve bitkin bir Şehrizad'ın yarı uykulu bir halde gördüğü rüya oldukça etkili olup, bunun yanı sıra Eserin etkisi, aynı zamanda yazarın folklor geleneklerine bağlılığını da göstermektedir. Yazar, bu sahneyi - olayın baba Amiraslan Bey Hagverdiyev'in başına nasıl geldiğini ustaca anlatıyor. Rüyasında bir Karabağ beyefendisinin bakhara şapkasını kızının başına taktığı da dikkat çekicidir. Gayret ve namusa önem veren damadı endişelendiren asıl sebep, kimsenin Şahrizad'ın namusu aleyhinde konuşmamasıdır. Kızı için endişelenen bir baba, at sırtında uyuyakalır ve ona "Kızım, hayatım boyunca tek bir kişinin bile namusuna dokunmadım" der. Karabağ beylerinin büyüklüğü ve gayreti, "Ruhum ve şerefim seni korusun kızım" diyor. Ve tam o sırada kocası Talib uykuya daldı ve Şehririzada karısının etrafında döndü: "Bil ki sana zarar vermeye çalışan herkesi parçalara ayırırım. Ölsem bile ruhum seni koruyacaktır. Ama ölmeyeceğim. Seni tekrar görecek kadar yaşayacağım Şehrizad.

Bu rüyalar Şehriza'ya cesaret ve güç verir. Bir sonraki durumda Şehrizad, iki askerin eline bağırarak namusunu korumayı başarır. Bu an bana Ahmet Cevad'ın Şükrüiyye'sini hatırlatıyor. 1937 olaylarında Azerbaycanlı kadınların namusu için neler yapabileceğini bize bir kez daha hatırlatıyor. Eserde yer alan folklor unsurları eserin sonuna kadar devam etmektedir. Babası Amiraslan Bey'in ruhu ve kocası Talib'in sevgisinin yanı sıra, zor zamanlarda Şehrizad'ı her zaman bir güç ve bir imajın koruduğuna tanık oluyoruz. Bu gibi durumlar romanı 1937 olaylarını yansıtan eserlerden farklı kılmaktadır. Sonraki olaylarda, Akshora'ya yarın gelip Aybarsha'yı sakinleştirmeye söz veren Şehririzada, ileri görüşlülüğü sayesinde özgürlüğe kavuşur. Akshora, Kazakistan'ın tanınmış ve seçkin kolektif çiftlik başkanlarından biridir. Eşini tedavi için hastaneye kaldırdı. Aybarşan, sürekli Akşora'nın gelip onu götürmesini beklemektedir. Aybarşan'ı sakinleştirmek için aklına gelen ilk şey "Yarın Akşora gelecek" demek olur ve onun gelişi Şehrizad ile Talib'in barışmasını sağlar. Talib'in yaşama umudu olmamasına rağmen bir saatliğine Şehrizada'yla buluşabilmek için Sibirya topraklarından kaçar. 1937'li yıllarda yollarda çektiği acılar, her yerde yaşanan yiğitliklerin yanı sıra yaşanan olaylar da romana yansır. Şehrizad'ın çalışkanlığının yanı sıra zekası, becerileri ve yetenekleri de bu işte rol oynuyor.

Sürgünde olan Şehrizad, özlemiyle çocuklarının ve Talib'in portresine hayat veriyor. Bu portrede Talib'in tüm karakterini gösteren Şehrizad hem hünerlerini sergiliyor hem de kocasına olan bağlılığını halıya aktarıyor. Yetiştirdiği, yetiştirdiği ve yarattığı Azerbaycan kızı karakterini vererek eseri daha okunaklı hale getirerek romanı millileştirerek olaylara ışık tutabilmektedir. Şehrizad, halıya Stalin'in portresini çizerek kocası Talib'i ve kendisini sürgünden kurtardı. Yazarın eserde aktarmak istediği düşüncelerden biri de "Dünyayı güzellik kurtaracak" sözüydü Vahid Öğretmen, bunca çatışma ve gerilimin ortasında bir güzellik tanrıçası yaratıyor, bu güzellik tanrıçasının yarattığı portre, değerli bir sanat eseri. , Stalin'i evcilleştiriyor. Aslında eser sürgündeki iki kişiyi değil, Azerbaycan halkının, Karabağlı-Şuşalı Hanımın kültür ve sanata olan ateşini ve sevgisini konu alıyor. Sonuçta "Şuşa bir kültür merkezidir" sözü yerini almıştır.

Bu eser aynı zamanda geçmişimizle günümüz arasında bir köprü, Karabağ topraklarımızın bugünkü özgürlüğüne dair bir umuttur. Bu umut, Şuşalı Amiraslan Bey Hagverdiev'in gayretinden, halkın ona olan sevgisinden, oğlu

Memmedresul Bey'in mücadelesinden, İsmail'in sadakatinden, Melik Maftu'nun adalet ve vatanseverliğinden doğan umuttur.

“Şehrizad" romanı, yazarın kendi çevirisiyle Rus "Eksmo" yayınevinde yayına hazırlanıyor. Bu çok önemli şartlardan biridir. Yazar, "Şehrizad" romanını Rusçaya çevirerek gerekli noktaları açıklığa kavuşturacaktır.

KAYNAKÇA

Vahid Memmedli. “Meşeye sarılmış yüzüm”, “Elm ve tahsil neşriyyatı, 2021 cı yıl, 240 səh.

Vahid memmedli “Tunc melek”. “ bakı” kitab Klubu, 2008. 300 səh.

Vahid Memmedli, “Şehrizad” “ Bakı”, “Kanun”, 2019, 322 səh.

CAVANŞİR FEYZİYEVİN TÜRK DÜNYASI ESERİNDE TÜRK BİRLİĞİ VE GERÇEKLİGİ

Prof.Dr Merziyye Necefova

Azerbaycan Milli Bilimler Akademisi Edebiyat Bölümü

Özet

Türk dünyası ile ilğili tedqiqat eserlerinin, makalelerin yazılması gnümüzde önemli bir haldir. Bu gibi eserler türk dünyasının kovuşmasına, birlik ve beraberlik kazanmasına yardımçı olur. Son zamanlarda Azerbaycanda Cavanşir feyziyevin bu seppkide eserleri ve kitabları basılmışdır. 2013 ylılında onun "türk devletleri birliği: qlobal inteqrasiyanın Avrasiya modeli" isimli kitabı basılmışdır. Cavanşir Feyziyevin 2017 -ci yılında daha kiymetli bir kitabı basıldı. Şu kitab 5 cild eeks edilib. % kitab Türk dünyasının coğrafiyasın, tarixin, edebiyyatın, ünlü şairlerin ve şehsiyyetlerinden bahs edilmişdir. Türk birliyine gözel töhfe veren aydını, millet vekilini ve ünlü tedqiqatçını şu uğuru ve deyerli eseri ile tabrik ederiz, işlerinde başarılar dileriz.

Anahtar kelimeler: Türkiye,eser,Cavanşir.

TURKISH UNITY AND REALITY IN "TURKISH WORLD" BY JAVANSHİR FEYZİYEV

Abstract

Writing scientific works and articles about the Turkish world is an important situation today. Such works help the Turkish world to prosecute and gain unity and solidarity. Recently, the works and books of Cavanşir Feyziyev in this field have been published in Azerbaijan. In 2013, his book titled "Union of Turkish States: The Eurasia Model of Global Integration" was published. A more valuable book of Cavanşir Feyziyev was published in 2017. This book has been compiled into 5 volumes. % book The geography, history, literature, famous poets and personalities of the Turkish world are mentioned. We congratulate the intellectual, parliamentarian and famous researcher who gave great credit to the Turkish Union with this good luck and valuable work, and wish him success in his work.

Key words: Türkiye, work, Cavanşir.

INTRODUCTION

The research works, scientific publications, and articles discussing the Turkic world, as well as conducting investigations, are among the most significant aspects of today. Despite numerous works being written about the Turkic world, there will always be a continuous need for new words and fresh presentations concerning the vast Turkic world. Javanshir Feyziyev is one of our scholars who consistently brings new perspectives and ideas when presenting the Turkic world, always finding innovative ways to introduce it. For many years, Javanshir Feyziyev has devoted his creative efforts to the Turkic world, focusing extensively on topics related to Turkic identity. As early as 2013, his book titled "Union of Turkic States: The Eurasian Model of Global Integration" was published with a significant circulation. This work has been translated not only into the author's native language but also into Turkish spoken in Turkey, as well as Kazakh, Kyrgyz, Russian, Bosnian, and other languages, making it a valuable contribution to the Turkic world. The author once again approaches the subject of the Turkic world with even greater affection and enthusiasm, resulting in a remarkable masterpiece presented in five volumes.

The work titled "Turk Dünyası" by Javanshir Ayub oglu Feyziyev, consisting of five volumes, is centered on history and the contemporary state of the Turkic world, reflecting its grandeur and entirety. The author professionally delves into the concept of the Turkic world, its fundamental values, and the holistic understanding of Turkic civilization. Javanshir Feyziyev has meticulously explored and presented valuable aspects of the Turkic world in each book, basing his findings on significant facts. In the first book, "The Fundamental Values of Turkic Civilization," the author primarily focuses on the unity and reality of the global Turkic community, incorporating real facts and essential concepts. The initial part of the work is enriched by a wide range of sources and literary materials to provide a rich understanding of the concept of "Turkic civilization." Through an analysis of Turkic ethnonym issues, the author highlights the functional qualities inherent in the understanding of Turkic civilization within the context of intercultural relationships and processes of existing civilizations worldwide. Javanshir Feyziyev's ideas are thoroughly embedded throughout the work. The greatness, antiquity, relationship to homeland, linguistic development, and linguistic preservation laws of Turkic peoples are discussed. The inclusion of loanwords in the Turkic language from various cultures, despite their abundance, without compromising the language's integrity and overall quality is also addressed. The book delves into the modernization of Turkic cultures, both socially and politically, highlighting the unity of the Turkic world and the indivisibility of Turkic

civilization. It is emphasized that the Turkic world not only shines in terms of socio-political dynamics but also boasts a diverse and appealing cultural aesthetic that engages with other civilizations in a positive and harmonious manner. The first book extensively covers a range of important topics, including the ancient Turkic people and their way of life, the historical geopolitics of Turks, the Turkic language family, Turks and the Silk Road, Turks and Islam, Turkic modernization, Turkish literature, art, music, carpet weaving, miniatures, architecture, science, philosophy, customs and traditions, national holidays, and more. The included sections provide a comprehensive overview and presentation of the Turkic peoples in their entirety. The section on Turkish literature discusses the history and antiquity of Turkic literary heritage, particularly focusing on epic narratives and their magnificence. These epics not only reveal the essence of Turkic life and values but also serve as a treasure trove of heroism and irreplaceable cultural assets. Throughout the work, the author skillfully employs a wealth of global sources to offer comprehensive, extensive, and multidimensional information about Turkic peoples, showcasing the full potential of their civilization for a complete representation of the Turkic world.

The second book is titled "Türk Xalqları" (Turkic Peoples). In this book, Javanshir Feyziyev provides commentary in four sections. In the first section, the author offers rich and comprehensive information about Turkic ethnography, contemporary Turkic peoples and societies, creating a detailed and extensive understanding of various ancient Turkic nations and tribes, including the Huns, Göktürks, Saka, Avars, Khazars, Oghuz Turks, and many other ancient Turkic tribes. In the second section, the author considers it his goal to provide information about contemporary Turkic peoples and societies. With a solid foundation in scientific databases and sources, Javanshir Feyziyev imparts a thorough understanding of modern Turkic peoples and societies. This section includes detailed information about various modern Turkic peoples and societies, such as Ahıska, Altai, Azerbaijanis, Bashkirs, Chuvashes, Afshars, Crimean Tatars, Uzbeks, Caucasus peoples, Karakalpaks, Kazakhs, Qumuqs, Romanian Turks, Salars, Saxons, Shors, Tatars, Tuvals, and more. Each of these modern Turkic peoples and societies is presented with rich details and information.

In the third section, we obtain sufficient information about the Turkic diaspora, thereby enriching our knowledge. Javanshir Feyziyev delves extensively into the topic of the Turkic diaspora in this section, discussing various aspects in a rich, comprehensive, and multidimensional manner. The author covers articles with headings like "Turk Diaspora Organizations in Europe, America, Asia, Australia, Africa, and the Russian Federation," providing detailed insights into the Turkic diaspora.

The fourth section includes a comprehensive commentary on pan-Turkic organizations, shedding light on the extensive roles of these organizations. Organizations such as the Parliamentary Assembly of Turkic-Speaking Countries (Türkpa), International Organization of Turkic Culture (Türksoy), Turkic World Research Foundation (TDAV), Turkish Cooperation and Coordination Agency (TİKA), Cooperation Council of Turkic-Speaking States (TDƏŞ), International Turkic Academy (BTA), Union of Academies of Sciences of the Turkic World (TDEAİ), and more are extensively discussed, providing in-depth and broad information about these pan-Turkic institutions.

The third book covers the history and genealogy of the Turks, ancient Turkic states and empires, modern independent Turkic republics, and their relationships, among other topics. The author provides detailed information in a comprehensive manner. In the third book, as the title suggests, Javanshir Feyziyev addresses the

issue of Turkic states and empires. The book is divided into four sections. The first section focuses on 22 Turkic states and empires, highlighting their sizes and activities. Notable Turkic states and empires such as the Great Hun, Western and Eastern Huns, White Hun Empire, Göktürk Empire, Uyghur Empire, Avar Empire, Khazar Empire, and more are thoroughly examined. Each state and empire is meticulously presented by the author. The second section, titled "Independent Turkic Republics," provides information about seven republics: Turkey, Azerbaijan, Kazakhstan, Uzbekistan, Kyrgyzstan, Turkmenistan, and Northern Cyprus. The author offers a comprehensive and detailed understanding of these republics, including their historical context. Regarding Azerbaijan, the author emphasizes the significance of the Azerbaijan Democratic Republic, which was proclaimed in 1918 as the first democratic, legal, and secular state in the entire East, including the Turkic-Islamic world. Javanshir Feyziyev proudly notes Azerbaijan's important role during World War II (1941-1945) and mentions its democratic achievements under the leadership of "Great Leader Heydar Aliyev" in 1969. Furthermore, the author discusses the challenges and successes faced by Azerbaijan, including the events of the 1990s, the Nagorno-Karabakh conflict, and the tragic Khojaly events. The author eloquently expresses his perspective on these events, highlighting their impact on Azerbaijan's stability. Throughout this section, the author provides insights into the lives of Turkic peoples, the difficulties they have faced, and their achievements, all from his valuable perspective.

The third and fourth sections touch upon the history and genealogy of the Independent Turkic Republics and Territories, as well as the history of Turkic statehood.

In the fourth book, the author addresses contemporary issues of Turkology, the ideology of Turkism and its representatives, critical analysis of distortions and theories that misrepresent Turkism, perspectives on the Turkic identity, and the developmental potentials of the modern Turkic world. This book is explored in three sections:

Turkism, Turkology, and Turkists,

Views on the Turks,

Development Perspectives of the Turkic World: Foundations and Possibilities of a Grand Union.

In the "Views on the Turks" section, Javanshir Feyziyev provides extensive information about scholars who have left a profound mark on Turkic history. He presents academics from the Turkic world, including Matin Aydoğan, Rüstəm Rəhmanəliyev, Ziya Bünyadov, Övliya Çelebi, Yaşar Qarayev, and Ramiz Əsgər. Additionally, he mentions foreign scholars who have written about the Turks. The thoughts of figures like Karl Brokelman (German orientalist), Y.S. Hamilton (British general), Peter Golden (American specialist), and Bernard Lewis (British historian) are included, which sheds light on the enduring influence of the Turks in the world

The fifth and final book provides comprehensive information about the great personalities of the Turkic world, delving into their contributions to statecraft, science, culture, and literature. As a Turkic people, we take pride in the lives, achievements, struggles, and creativity of Turkic-speaking nations. This book offers a unique opportunity not only to recognize but also to introduce the immortal and distinguished figures of the Turkic world, evoking a profound sense of respect and admiration. The recognition of 40 prominent Turkic figures in the book holds significant importance. While we may have read and been knowledgeable about these figures individually, presenting them collectively in one place holds immense value. The presence of these esteemed figures, who are

our source of pride, forms a rare treasure for the entire Turkic world. The likes of Oghuz Khan, Attila, Bilge Khan, Sultan Mahmud Ghaznavi, Alp Arslan, Ahmed Yesevi, Avicenna, Mahmud Kashgari, Nizami Ganjavi, Rumi, Yunus Emre, Molla Nasreddin, Tamerlane, Ali-Shir Nava'i, Shah Ismail Khatai, Makhmud Guba, Mustafa Kemal Atatürk, Mammad Amin Rasulzade, Heydar Aliyev, Nursultan Nazarbayev, Lutfizade, Chingiz Aitmatov, Bakhtiyar Vahabzade, Roald Sagdeyev, and others form an indispensable part of Turkic history. The writings about these brilliant personalities constitute the most valuable source for Turkic history. To encapsulate the activities and achievements of these exceptional individuals, spanning from ancient to modern times, in a single work is a testament to great skill, as well as deep respect and love for the Turkic world. This remarkable five-volume masterpiece, encompassing various aspects of Turkic history, is undoubtedly considered the most precious treasure of the contemporary Turkic world. It deserves to be proudly displayed on our bookshelves. For our students, this work holds great value and significance. And, it is safe to say that this reliable source of information will be embraced by future generations and young scholars with great enthusiasm. The book has already garnered significant attention from scholars and researchers, who have expressed serious and positive opinions about its five volumes. The media reviews written by our intellectuals attest to the excellence of this work. Notably, articles by prominent figures like Eflatun Amashov, a president of the Azerbaijani Press Council, Natiq Mammadli, a doctor of philosophy in history, Elxan Zal, Vaqif Aslan, and many other scholars and intellectuals, have captured the attention of the readers.

As a scholar and a Member of Parliament, it is both an honor and a privilege to contribute to the exploration of the greatness and wisdom of the Turkic world. This honorable, challenging, and delicate endeavor is a source of pride. These scholarly thoughts are our most valuable companions on the sacred path to Turan. Our path is illuminated, and our aspirations are fulfilled.

To Javanshir Feyziyev, we say, "May your destiny be to write about Turan!"

SOURCE

Cavanşir Feyziyev, “Turkish World”, 5volumes,skience and education”- bakı-2017.

RESEARCH OF QUSHAYRİ'S PHİLOSOPHİCAL AND SCİENTİFİC HERİTAGE

Davronbek Kodirov
Bukhara State University, deviekhan@mail.ru

ABSTRACT

When studying the history of Sufism, the first necessary step is to research this issue from a historical and philosophical point of view. After all, historical analysis helps to understand the extent to which the subject under study has been researched in foreign and domestic science, and also provides the necessary primary data for future research. The encyclopedic information about Abulqasim Qushayri and his scientific heritage gives a general idea of the fact that this topic has been developed in addition to special studies devoted to the study of Sufism. In this sense, it is appropriate to distinguish between Western and Arabic and Persian language sources on Islamic thought, especially Sufism philosophy. Due to the lack of specific research on the life and legacy of the thinker, it is necessary to use the works of Qushayri themselves and the comments, articles and information written on them for the historical-philosophical analysis. Therefore, it is important to study Qushayri's life, the period in which he lived, and his scientific-philosophical heritage by dividing the sources into three parts. Qushayri is also said to be a famous Sufi who tried to harmonize the teachings of Sufism with the basic principles of Ash'ari theology in the "Treatise". The most complete information about him is given in "The Encyclopaedia of Islam", where Qushayri is described as a great Ash'ari theologian and scholar of Shafi'i school of jurisprudence, then a famous mystic and the author of a famous treatise on Sufism. The article contains biographical information about the main stages of Qushayri's life and work, as well as a detailed bibliography containing the published works of the thinker, the works of his contemporaries and followers.

Keywords: Sufism, teaching, research.

INTRODUCTION

Qushayri is also said to be a famous Sufi who tried to harmonize the teachings of Sufism with the basic principles of Ash'ari theology in the "Treatise". The most complete information about him is given in "The Encyclopaedia of Islam", where Qushayri is described as a great Ash'ari theologian and scholar of Shafi'i school of jurisprudence, then a famous mystic and the author of a famous treatise on Sufism. The article contains biographical information about the main stages of Qushayri's life and work, as well as a detailed bibliography containing the published works of the thinker, the works of his contemporaries and followers.

Another Islamic encyclopedia, E.J. Brill's First Encyclopaedia of Islam 1913-1936, has a shorter article on Qushayri than the Encyclopaedia of Islam. . It provides brief biographical information about Abul Qasim Qushayri and also highlights his main services as Sufism theoretician and theological scholar. At the same time, two works of the thinker - "Risola fit-Tasawwuf" and "Shikayat ahli-s-Sunna" (complaint about the misfortune that befell the Sunnis) were mentioned as the main works of the thinker. However, the second work was not a specific religious work, but a treatise expressing the views of the Khorasan Ash'ari who fought against the existing authorities of that time. This treatise was written in 1045 to defend the views of the Ash'arites and was sent to Muslim scholars in different regions of the caliphate.

METHOD

Sources on the history of mystical philosophy:

a) Western studies

According to many orientalists, Qushayri's main contribution was his "Treatise", which entered Sufism philosophy as a textbook with the most scientific approach to Sufism.

A. J. Arberry in his "Sufism. In his work "Islamic Mystics", he emphasizes the classification of statuses described by Abulqasim Qushayri and their explanation. According to him, the most valuable aspect of the "Treatise" is that the author clearly answers questions about the meaning of each mystical term. According to Arberry, the analysis carried out by Qushayri is "precise and clear, and is probably the highest level of Sufism theory on this issue."

R. Nicolson in his work "Islamic Mystics" cites Qushayri's thoughts on the essence of guardianship and exemplifies the thinker's point of view that the saint shows grace consciously.

A. M. Schimmel also mentions Qushayri in his work on Sufism, showing him as a famous scientist who systematized Sufism, the author of a great treatise on Sufism, and also points out that he defined a number of Sufism terms in his work.

A.D. Knish in his work "Muslim mysticism" provides some information from the biography of the mystic, and also shows that he was a teacher of Khurasan Sufis and the main stages of his creative activity.

b) Arabic and Persian sources:

One of the main sources of information about the biography of Abulqasim Qushayri is Tajiddin Subki's work "The Greatest Degrees of the Shafi'is".

Also, in studying the complete biography of the thinker, Jamaluddin Asnavi's "Levels of the Shafi'is" and Abu Bakr al-Baghdadi's "History of Baghdad or the Prosperous City" are of great importance. Khatib al-Baghdadi speaks highly of Qusayri, although he is not typical of the Sufis as a scholar of traditional Sunni theology.

RESULTS

Among the sources containing information about the life and work of Abul Qasim Qushayri, Nuriddin Abdurrahman Jami's work "Nafahot ul-uns min hazarot il-quds" (Breeze of friendship from His Holiness) should be noted. Also, Abulhasan Hujwiri's work "Kashf ul-mahjub li-arbab qulub" (Revelation of the hidden things behind the veil for those who know the secrets of the heart) also expressed thoughts about the Allama.

Modern Iranian researcher Mohammad Istilami made a great contribution to the study of Qusayri's scientific heritage, he published Fariduddin Attar Nishopuri's Tazkirat ul-Avliya (Lives of the Saints), and also studied the Persian sources mentioned in the famous Kufi. He relied mainly on the researches of the Iranian scholar Badiuzzamon Faruzanfar (1906-1970), as well as on much earlier Persian sources.

In 1972, the Egyptian researcher Ibrahim Basyuni wrote a monograph dedicated to Qushayri, "Imam al-Qushayri", his biography, the main stages of his activity and his unique qualities as a Sufi sheikh, as well as his path and views as a prominent theological scholar.

Based on this work, the Egyptian researcher al-Jundi writes a significant commentary containing historical and biographical information on the treatise "Nahv ul-Qulub al-Saghir" (Rule of Small Hearts), published in 1977, and analyzes Qushayri's scientific method in it.

v) Articles and comments on translations of Qushayri's works:

Abul Qasim Qushayri's Risola Fit-Tasawwuf (Treatise on Sufism) was fully translated into English in 2007 by Professor A.D. Knish of the University of Michigan. This work is distinguished by its highly scientific character. Apart from the translation of the work, A.D. Knish also comments on the complex mystical terms used by Qushayri. This translation includes a thirty-page commentary and a brief summary of Qushayri's life and scientific work. At the same time, he also provides biographical information about the representatives of Sufism and theological scholars mentioned in the treatise. Taking into account that Qushayri often refers to isnad, which is widespread in the literary traditions of Sufism, in the treatise the thinker mentions the names of all representatives of Sufism, jurists and theologians who lived before him, as well as his contemporaries. Although most of them did not leave important works, they played an important role in the development of Islamic thought. At the same time, he was the treasurer and keeper of the thoughts of the great predecessors, which were passed down from generation to generation.

It is known that isnad is considered an important basis of the Muslim educational system, according to which it is assumed that religious knowledge is transmitted personally from a teacher to a student over centuries. Isnad also plays an important role in Sufism, that is, the shaykh transmits his spiritual knowledge to the murid. In this sense, this method is the strongest factor of traditionalism in Islamic culture.

One of the scientists who worked on this research and made a great contribution is R. Hartmann, who in 1914 translated a part of the "Treatise" into German. His translation included chapters on maqams, status, and detailed terms used by Sufis. According to the researcher, he translated only the most important chapters of the treatise and provided the text with many historical and philosophical comments.

R. Hartmann divides the translated material into sections according to his analysis and places them in the following order:

- basics of Sufism;
- the practice of Sufis;
- the purpose of Sufi practice;

- the theory of Islamic mysticism;
- spiritual path;
- mystical psychology.

Commentaries and comments in R. Hartmann's translation constitute his research on the history and theoretical foundations of Sufism.

Qusayri's treatise was also translated into German by the Swiss scholar Richard Gramlich, who had manuscript copies of the treatise at his disposal, which makes his translation even more significant and valuable, especially for further research. This work became the basis for the above-mentioned research of A.D. Knish, who in the preface of his work gives special thanks to the Swiss scientist for the accuracy of the translation. This will undoubtedly make the work of the next researchers who want to work on this issue much easier.

This treatise was translated into Persian in 1967 by the Iranian scholar Badiuzzamon Faruzanfar, who used earlier Persian translations of the work to correct and systematize it.

Most of the "Treatise" work was translated into English by the researcher B.R. Von Schlegel. According to the translator, he focused on the mystical terms - maqam and khal - which he considered to be the most important. At the same time, his translation does not contain a biographical chapter devoted to the figures of Sufism mentioned in the treatise, or chapters describing the rules of mutual relations between the murshids and their disciples of the sect.

A.D. Knish does not comment on the translated chapters, but provides detailed biographical information about the Sufis mentioned in the translated passages.

Along with the above translations of the treatise, the contribution of Arab thinkers should also be noted. Egyptian researcher Abu Yahya Zakariyya ibn Muhammad al-Ansari (1520 CE) wrote a commentary on Qusayri's "Risalah" in the 16th century called "Ihkom ud-dalala ala tahrir ar-Risola" (A reliable guide to what is stated in the treatise). This commentary was so popular that in the 19th century, the Egyptian scholar Mustafa al-Arusi (1876 AD) called Ansari's commentary "Natoij ul-afkor ul-qudsiya fi bayan ma'ani sharh ar-Risola al-Qushayriyya" (Commentary on Qushayri's treatise he wrote a commentary entitled "Inferences from Pure Thoughts in Explaining Their Meanings". A.D. Knish refers to these reviews as unscientific and monotonous research in his work.

In the 15th century, Sheikh Abu al-Fath Bandenawu (1422 AD) of the Chishtiyya sect wrote a commentary on the "Treatise" in Persian.

The research of V. A. Drozdov, a Russian orientalist dealing with the problems of Sufism, is particularly noteworthy. In his article entitled "Abul-Qasim al-Qushayri and his treatise on Sufism", along with the life of the scholar, he describes in detail the historical situation of that time and the influence of representatives of various Islamic movements on Qushayri's worldview. In the article, he pays close attention to his predecessors who studied the legacy of Qusayri, and also provides a comprehensive list of Sufi works based on a series of bibliographies compiled earlier. The researcher mainly uses the sources of the Shafi'i sect to which Qusayri, the leader of the Shafi'i-Ash'ari community in Nishapur, belonged.

Qushayri's status and reputation were very high among the Shafi'i-Ash'ari scholars, that's why he is often mentioned in the works of representatives of the mentioned sect and school. In addition to the Shafi'i and Ash'ari communities, Qushayri was popular among representatives of Sufism, especially Iraqi Sufism. This network is

based on the Prophet s.a.w. It was continued by the successors of his companions and goes back to the famous Junayd Baghdadi, the founder of the largest Sufism school of that time.

In Russia, the research dedicated to Qushayri's "Treatise" was carried out by Muhammad al-Mug'tabo, and his scientific work was called "The human problem in Qushayri's work". The work contains a brief biographical material about Alloma, an overview of the socio-political situation, in addition, an important part of the work is devoted to the description of the history of Sufism, which shows that it has deviated a little from the main topic of the research. Also, in this study, based on Qushayri's "Treatise", the analysis of mystical terms is superficially performed, and is limited to a few general sentences about each concept. In the terminological analysis, emphasis is mainly placed on the anthropological factor, that is, the change of the human personality by following the path of mysticism is considered.

Qushayri's treatise "The Rule of Hearts" was studied by European scientists such as Hungarian Tamash Ivani and Italian Francesco Chiabotti, and their research results were announced at international conferences on Islamic issues.

In 1995, T. Ivani spoke about Qushayri's treatise "The Rule of Hearts" at the international conference in Budapest, and drew attention to the main idea of this work, that is, the division of knowledge into intellectual and mystical. At the same time, the researcher publishes the work "The Little Rule of Hearts" in Arabic in the collection devoted to the results of the conference.

Brockelmann, one of the German scholars, singled out twenty works from Qushayri's works, and Ritter made several corrections to this list and made it much shorter.

DISCUSSION AND CONCLUSION

In addition to Qushayri's Risola fit-Tasawwuf, the following works have been translated from Arabic:

- "Tartib us-suluk fi tariqillah" (Procedure of Sufi walking in the path of Allah) and "Ahkom us-samo" (Rules of Samo) - translated into Urdu by F.M. Hasan, "Ar-rasail ul-Qushayriya" in Karachi in 1964 made in the form of a collection named;
- "Al-fusul fil-usul" (Chapters on Method) - translated into French by R. M. Frank in 1982 and published in the collection "Melanges de l'Institut Dominicain d'Etudes Orientales du Caire";
- "Luma' fil-itiqod" (Bright flash of faith) - this work was also translated into French by R. M. Frank and published in the collection "Melanges de l'Institut Dominicain d'Etudes Orientales du Caire".

In our country, some parts of the work "Treatment" and information on Qushayri's life were carried out by Mubashshir Ahmed, Fatima Mominjonova. T.D. Kadirov and U.B. Muhammadiev's articles on Qushayri's mystical-ethical views and manuscript on interpretation were published in the magazine and on the websites of Imam Bukhari International Research Center. The manuscript of Qushayri's work "Latoif ul-isharot bi-tafsari-l-Qur'an" (Subtle hints in the interpretation of the Qur'an) is in the manuscript fund of Imam Bukhari International Scientific Research Center No. inv. Stored under number MR 227.

As mentioned above, despite the importance of this person in the history of the development of Sufism, as well as the fact that the thinker's works are very popular among both Sufis and Sufism researchers, there are no separate monographs dedicated to Qushayri in foreign and local literature. At the same time, "The Treatise" has been partially or completely translated into English, Russian, German, Persian and Uzbek languages, and its repeated publication indicates the popularity of the treatise among researchers.

The information about Qushayri is very little and consists mainly of general information about the thinker's life, work and scientific research, and can be found in almost all textbooks and collections on the history of Sufism and Islamic thought, as well as in appendices and separate articles in the translation of his works.

To conclude from the above, Qusayri's legacy is undoubtedly of interest to researchers of Islamic thought. This applies to the work "Treatise on Sufism", which tried to rationalize Sufism, as well as religious and mystical works that had a significant impact on the further development of Sufism.

BIBLIOGRAPHY

The Encyclopaedia of Islam. (1986) Ed R Krammer and others. -Leiden. - P526-527.

Арберри А.Дж. Суфизм. (2002) Мистики ислама. - Москва. - С. 126-127.

Nicholson R. A. (1914) The Mystics of Islam. - London. - P.126.

Шиммель А. (2000) Мир исламского мистицизма. - Москва. - С.75-76.

Кныш А.Д. (2004) Мусульманский мистицизм. - Москва. - С. 146-149.

تاج الدين السبكي. طبقات الشافعة الكبرى. القاهرة، 1967. 153-162 ص.

عطار فريد الدين نيشابوري. تذكرة الاولياء.بطهران، 1995.

ابراهيم بسيوني. الامام القشيري. القاهرة. 1972.

الامام عبدالكريم القشيري. نحو القلوب الصغير. ليبيا-تونس.1977.

T. Ivany. (1996) The Grammar of the Heart: al-Qusayri's Nahw al-Qulub. Proceeding of the Colloquim on Logos, Ethos and Mythos in the Middle East and North Africa (LEM). Part 1. Linguistics and Literature. - Budapest, 1996.

Frank R.M. (1983) Two short dogmatic works of Abu1-Qasim al-Qushayri Second Part Al-Qushayri's al-Fuul fi1-usul // Mideo,16.- P. 59-94, 53-74.

Қодиров Т.Д. (2022) Қушайрийнинг тасаввуфий-ахлоқий қарашлари/bukhari.uz/19.09.2022/

Мухаммадиев У.Б. (2020) Тафсири Қушайрий қўлёзмаси//Актуальные научные исследования в современном мире, 6-6(62). –С. 98-101.

YAPAY ZEKÂ PAZARLAMASI VE REKLAM: PROMPTLARLA REKLAM ÜRETİMİNE İLİŞKİN DENEYSEL BİR ÇALIŞMA

Bilgi GÖKMEN ŞENEL
Ege Üniversitesi, İzmir, Türkiye, bilgigokmen1972@gmail.com

ÖZET

İlk uygulamalarına 1950'lerde rastlanan yapay zekânın farklı alanlarda her türlü kaynağı optimize etmek amacıyla kullanımı 2000'li yıllarda belirginleşir. Yapay zekâ, teknolojik gelişmeler açısından pek çok alanda kullanıma açık, etki gücü yüksek bir potansiyele sahiptir. İşletmelerin hedef kitlelerine daha etkili bir şekilde ulaşmalarına ve yatırım getirilerini artırmalarına yardımcı olan yapay zekâ temelli uygulamaların hızlı gelişimi ve çeşitlenmesi doğrultusunda "Yapay Zekâ Pazarlaması" kavramı şekillenmiştir. Yapay zekânın bugünkü kullanımındaki en belirgin farklılaşma noktası, eğitim verilerinin özelliklerini yansıtan ancak tekrar etmeyen gerçekçi yapılar oluşturmak için mevcut yapılardan öğrenen üretken yapay zekâdır. Bu teknoloji, metin, görüntü, ses, video, müzik, konuşma, yazılım kodu ve ürün tasarımları gibi çeşitli yeni içerikler üretebilmektedir. Günümüzde dijital dünyada varlık gösteren, ihtiyaçlarının oldukça hızlı ve özel çözümlerle karşılanmasını talep eden tüketicilerin beklentilerini karşılamak için yapay zekâ, pazarlama sürecinde fikir verici, işleri kolaylaştırıcı ve destekleyici bir araç olarak konumlanmıştır. Yapay zekâ içerik üretiminden chatbot uygulamalarına, SEO'dan e-posta pazarlamasına kadar sayısız platformda pazarlama uygulamalarını olanaklı kılmıştır. Sayıları her geçen gün artmakta olan yapay zekâ uygulamalarının kullanımı ve nasıl daha doğru ve verimli kullanılabileceğinin bilinmesi öne çıkan bir konudur. Üretken yapay zekânın pazarlamada kullanımının reklam çalışmalarını da kapsadığı görülmektedir. Yapay zekâ pazarlamasında, reklam ve üretken yapay zekânın kesişimleri alındığında promptlar öne çıkmıştır. Bu çalışma ile yapay zekâ ile hazırlanan reklam tasarımlarında farklı promptlarla görsel üretimi ve metin oluşturmanın deneysel bir çalışma ile girdilerin belirlenmesi amaçlanmıştır. Sebep-sonuç ilişkisinin test edildiği deneysel çalışma neticesinde; prompt girdilerinin içerik kalitesinin hem görsel tasarımda hem de metin üretiminde önemli olduğu kabulü dikkate alınarak gerçekleştirilen deneysel uygulama ile çalışma tamamlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Yapay zekâ pazarlaması, üretken yapay zekâ, reklam, promptlar.

ARTIFICIAL INTELLIGENCE MARKETING AND ADVERTISING: AN EXPERIMENTAL STUDY ON AD GENERATION WITH PROMPTS

ABSTRACT

The first applications of artificial intelligence were observed in the 1950s, and its use to optimize all kinds of resources in different fields became evident in the 2000s. In terms of technological developments, artificial intelligence has a high impact potential that is open to use in many areas. The concept of "Artificial Intelligence Marketing" takes shape in line with the rapid development and diversification of artificial intelligence-based applications that help businesses reach their target audiences more effectively and increase their return on investment. The most prominent point of differentiation in the current use of artificial intelligence is generative artificial intelligence that learns from existing structures to create realistic structures that reflect but do not repeat the characteristics of training data. This technology can generate a variety of new content such as text, images, audio, video, music, speech, software code and product designs. In order to meet the expectations of consumers who exist in today's digital world and demand their needs to be met with very fast and customized solutions, artificial intelligence is positioned as an insightful, facilitating and supportive tool in the marketing process. Artificial intelligence has enabled marketing applications on numerous platforms from content production to chatbot applications, from SEO to email marketing. The use of artificial intelligence applications, the number of which is increasing day by day, and how they can be used more accurately and efficiently is a prominent issue. It is seen that the use of productive artificial intelligence in marketing also includes advertising studies. In artificial intelligence marketing, prompts have come to the fore when the intersections of advertising and generative artificial intelligence are taken. In this study, it is aimed to determine the inputs with an experimental study of visual production and text generation with different prompts in advertisement designs prepared with artificial intelligence. As a result of the experimental study in which the cause-effect relationship was tested, the study was completed with the experimental application realized by taking into account the acceptance that the content quality of prompt inputs is important in both visual design and text production.

Keywords: AI marketing, generative AI, advertising, prompts.

GİRİŞ

Teknolojideki gelişmeler yenilikleri ve değişimleri de beraberinde getirerek dijitalleşme ile birçok alana etki etmekte ve dönüşüm yaşanmasına neden olmaktadır. Yaşanan değişimler ve dönüşüm işletmeleri daha hızlı olmaya, markaları da değişen ve dönüşen müşteri istekleri ve beklentilerine yanıt verebilmek için bu hıza uyum sağlamaya zorlamaktadır. Kotler, vd. (2021: 86) 'ne göre dijitalleşmenin artışı tüketicide çok kanallı deneyim beklentisini artırmakta, müşteriler sürekli olarak kanallar arasında gidip gelirken kopukluk yaşamadan sorunsuz ve tutarlı bir deneyim talep etmektedir. Buna paralel olarak kendilerine doğru bir mesaj ve doğru bir kanal ile ulaşılması gereken kuşakların çeşitliliği ve farklılıkları yönetilen sürecin zorluğunu daha da artırmaktadır. Şirketlerin bu sürece hem teknolojik olarak entegre olması hem de bireysel olarak tüketiciye etkileşimde bulunma imkânı sunması beklenmektedir.

Pazarlama çalışmalarında konunun özü aslında aynıdır. Sadece tüketici ile kurulan iletişim şeklinde değişiklik söz konusudur. Gelenekselden dijitale geçiş; strateji, yaklaşım ve yöntemlerin dönüşümüne neden olmuş ve uyum sağlamayı gerekli kılmıştır (Kotler vd., 2017: 18). Bu nedenle geleneksel pazarlama yeterli gelmemektedir. Geleneksel pazarlamanın yanı sıra dijital pazarlamanın da kullanımı gerekmektedir. Bu yaklaşımla dijital pazarlama ile geleneksel pazarlama birbirlerine rakip değil, birbirlerini tamamlayan faaliyetlerdir. Günümüzde markalar, strateji ve hedefleri gereği geleneksel ya da dijital mecraları kullanabileceği gibi her iki yöntem ve araçtan birbirini

tamamlayacak şekilde de yararlanabilmektedirler. Tüketiciye ulaşma sürecinde çeşitli seçenekler sunan dijital tabanlı yöntemleri kullanmaktadırlar. Mevcutta kullanılan ve her geçen gün kullanımı daha da artan seçeneklerin arasında yapay zekâ uygulamaları gelmektedir. Dijital pazarlamada önemli bir yer kaplayan içeriğin kişiselleştirilmesi, e-posta gönderme sürelerinin optimize edilmesi ve dönüşüm olasılığının hesaplanmasında kullanılan yapay zekâ pazarında, Statista verilerine göre sektör uzmanlarının yüzde 80'inden fazlasının bir tür yapay zekâ teknolojisini çevrimiçi pazarlama faaliyetlerine entegre etmekte olduğu görülmektedir. (https://www.statista.com/statistics/1293758/ai-marketing-revenue-worldwide/)

Her geçen gün yapay zekâ teknolojilerinin daha yoğun bir şekilde kullanıldığı günümüzde algoritmalar, dijital parmak izlerini takip ederek daha yerinde kararlar almak ve uygulamak üzere kişisel verilerden yararlanmaktadır. Bu nedenle, reklamcılar ve pazarlamacılar, kişiselleştirilmiş deneyimler oluşturmak, doğru kitleyi hedeflemek, doğru etkileyicilere ulaşmak ve daha hızlı kararlar almak amacıyla yapay zekâdan yararlanmaktadırlar (IBM Watson Advertising, 2021).

Wu & Wen (2021, s. 133), reklamcılıkta yapay zekâ kullanımını tüketici sezgilerini araştırmak, reklam gösterimini optimize etmek, kampanya etkinliğini değerlendirmek ve mesajın bileşenlerini otomatikleştirmek olarak tarif etmektedir. Qin ve Jiang ise "The Impact Of AI On The Advertising Process: The Chinese Experience" başlıklı çalışmalarında (2019, s. 338); yapay zekânın reklam sektöründeki kullanım alanlarını dört başlıkta toplayarak açıklamışlardır: Tüketici İç görüsünün keşfi, reklam tasarımı, medya planlama ve etkinlik ölçümü. Ürünlerini ve hizmetlerini tanıtmak ve tüketicileri ikna etmenin yeni yollarını arayan pazarlamacılar için reklamcılık bu durumda önemli bir seçenek olmaktadır. Yapay zekânın sunduğu imkanlardan faydalanan pazarlamacılar teknolojinin gelişmesiyle birlikte uygulanması ve sürekli güncellenen yapısı nedeni ile reklamcılığı öncelikle tercih etmektedir.

Bu bağlamda yapay zekânın özellikle de üretken yapay zekânın pazarlamada kullanımının reklam çalışmalarını da kapsadığı görülmektedir. Yapay zekâ pazarlaması, reklam ve üretken yapay zekânın kesişimleri alındığında promptların öne çıktığı görülmektedir.

Bu çalışmada yapay zekâ ile hazırlanan reklam tasarımlarında promptlarla görsel üretme ve metin oluşturmada girdilerin belirlenmesi amaçlanmıştır. Yapay zekâ pazarlamasındaki kullanım alanlarının reklam sektöründeki etki alanlarını örneklerle açıklamak olan bu çalışmada yapay zekâ kavramı ve gelişimi ile yapay zekâ pazarlama, yapay zekânın reklam üretimindeki kullanımı, yapay zekâ ile hazırlanan tasarımlarda prompt kullanımı ve reklam amaçlı görsel üretiminde prompt yazma stratejilerinin farklı boyutları incelenmiştir.

YÖNTEM

Araştırmada yöntem olarak, Kirk (2013)'e göre değişkenler arasındaki neden-sonuç ilişkisini gösteren deneysel çalışma tercih edilmiştir. Yapay zekâ ile hazırlanan reklam tasarımlarında promptlarla görsel üretimi ve metin oluşturma konusunda girdilerin belirlenmesi için prompt yazımının sebep-sonuç ilişkisi üzerinde durulmuştur. Veri toplama aracı olarak bu konuyu inceleyen araştırmalar ve web sitelerinde literatür taraması ile doküman analizi yapılmıştır. Yapay zekâ pazarlaması sınırlılığında ele alınan konu örnek uygulama ile tamamlanmıştır.

Yapay Zekâ Kavramı Ve Tarihsel Gelişimi

İnsan zekâsının tanımlanıp bir makinenin de onun zekâsını taklit edebileceği fikrine dayanan, birçok farklı uygulama alanı olan yapay zekânın ortak bir tanımı yoktur (Aslan & Kuşçu, 2015: 65). Yapay zekânın tanımlamalarına bakıldığında kavramla ilgili tanımların yapay zekânın uygulamasının sundukları veya odaklanılan ilgili alana göre değişiklik gösterdiği görülmektedir. Çünkü yapay zekâ tanımları, yapay zekâdan ne beklendiği ile

ilgilidir (Acar, 2020: 8). Yapay zekâ terimi geniş bir şemsiye terim olarak kullanılmaktadır (Bozkurt Yüksel, 2018: 588). Başlıca yapay zekâ teknikleri; uzman sistemler, bilgisayarlı görme, robotik süreç otomasyonu, doğal dil işleme, yapay sinir ağları, makine öğrenmesi ve derin öğrenmedir (Met, vd. 2020:304-306). Yapay zekâ tüm yıkıcı teknolojiler arasında en son teknolojik bozucudur ve imalat, ilaç, sağlık, tarım, lojistik ve dijital pazarlama için muazzam bir potansiyele sahiptir (Gür Y.E. , 2022: 131).

Statista verilerine göre; sağlık, eğitim, finans, medya ve pazarlama dahil çok sayıda sektörü kapsamakta olan yapay zekâ pazarının büyüklüğünün 2023'te 241,8 milyar ABD dolarından 2030'da 740 milyar ABD dolarına yükseleceği öngörülmektedir. (https://www.statista.com/statistics/941835/artificial-intelligence-market-size-revenue-comparisons/) Buradan hareketle her geçen pazar payının büyüyeceği ön görülen yapay zekânın tarihine bakıldığında geçmişi 2.Dünya Savaşı sırasında ve sonrasında Alan Mathison Turing'in (1912–1954) yaptığı çalışmalara dayandırılmaktadır (Aslan, E., Kuşçu, E. 2015: 68). Say (2018: 28) 'ın ifadesi ile bilgisayar biliminin babası ve yapay zekânın kurucusu olan Alan Turing (1950), bilgisayar teknolojilerinin yeni yeni ortaya çıkmaya başladığı dönemde "Computing Machinery and Intelligence-Bilgi İşlem Makineleri ve Zekâ" başlıklı makalesinde "Makineler düşünebilir mi?" sorusuna yanıt arayarak makinelerin insan zekâsı gösterip göstermeyeceklerini irdelemiştir. Makinenin insandan ayırt edilip edilemeyeceğini kendi geliştirdiği "Turing testi" olarak da anılan test ile sorgulamıştır. Testte insan ile mi yoksa makine ile mi konuşulduğunun anlaşılması hedeflenerek makinenin zekâsı ölçümlenmeye çalışılmıştır. Makinenin Turing testinde başarılı olabilmesi için bir insanın zekâ seviyesini taklit etmesi gerekmektedir. Deneyde makine, kullanıcı tarafından insandan ayırt edilemediği taktirde akıllı olarak nitelenebilecektir. Turing yaşadığı dönemde henüz var olmayan bilgisayarların geleceğini öngörerek böylece "yapay zekâ" nın temellerini atmıştır.

Yapay zekânın tarihte kavram olarak ortaya çıkışı ise 1956 yılında düzenlenen Dartmouth Konferansı'nda olmuştur. Konferansa katılan John McCarthy yapay zekâyı "zeki makineler, zeki bilgisayar programları yapma bilimi ve mühendisliği" olarak tanımlamıştır. Öğrenen ve insan gibi akıl yürütmeye vurgu yapan Ergen (2019: 5) yapay zekâyı, bir makineye algılama, akıl yürütme, öğrenme ve etkileşim kurma gibi bilişsel işlevleri yerine getirme yeteneği sağlayan güçlü teknolojik dalga olarak tanımlamaktadır. Bundan hareketle yapay zekânın zeki olarak adlandırılan, insan zekâsını taklit edebilecek makineler yaratma fikri üzerine temellendirildiği görülmektedir. Yapay zekâ sistemleri aracılığıyla meydana getirilen robotların aynı bir kişi gibi düşünmesini ve onun gibi hareket edebilmesini sağlamak amacıyla oluşturulan bir teknolojidir (Sucu, 2019). Robot olarak tanımlanan yapay zekâ bilgisayar sistemi üzerinden büyük veri ve algoritmalar sayesinde geliştirilmektedir. Microsoft internet sitesinde yer alan tanıma göre ise yapay zekâ; makineler, özellikle bilgisayarlar tarafından görsel algı, konuşma tanıma, karar alma ve dil çevirisi gibi genellikle insan zekâsı gerektiren görevleri gerçekleştiren simülasyonudur. Yapay zekâ, sorun çözme, yaratıcılık, dil işleme, öğrenme, metin oluşturma, desen tanıma ve tümevarım gibi insan zekâsını gerektiren fonksiyonları gerçekleştirebilen bir sistemdir (Hutter, 2004:2).

Türkiye Yapay Zekâ İnisiyatifi'ne göre yapay zekâ geçirdiği dönemlere göre "1956 – 1974 yılları altın çağ", "1974 – 1980 yılları ilk yapay zekâ kışı" "1980 – 1987 yılları patlama", "1987 – 1993 yılları ikinci yapay zekâ kışı" olarak adlandırılıyordu. (https://turkiye.ai/kaynaklar/yapay-zeka-zaman-cizelgesi/)

1997 yılında IBM'in Deep Blue'su, bir satranç maçında o zamanın dünya satranç şampiyonu Garry Kasparov'u yenmiş, 2011'de Apple Siri lanse edilmiştir. Grafik İşlemcileri (GPU) Çağı olarak ifade edilen dönem 2012 yılında Alex Krizhevsky, Ilya Sutskever ve Geoff Hinton, Large Scale Visual Recognition Challenge (LSVRC) isimli görüntü

işleme odaklı yarışmada, en iyi hata oranını yarıya indirerek birinci oldukları yıldır. Modellerini eğitirken kullandıkları en önemli parça grafik işlemcilerdir ve yapay zekâ için GPU çağı başlamış olmuştur. 2016 yılında DeepMind'ın derin bir sinir ağıyla desteklenen AlphaGo programı, beş maçlık bir maçta dünya şampiyonu Go oyuncusu Lee Sodol'u yenmiştir. 2014 'te Ian Goodfellow tarafından Generative Adversarial Networks (Çekişmeli Üretici Ağlar) bulunmuştur. Böylece yapay zekânın gerçeğe benzer sahte üretimler yapabilmesinin önü açılmıştır. 2017 yılında Transformer Networks yani dönüştürücü ağlar adında yeni bir sinir ağı türü tanıtılmıştır. OpenAI tarafından 2019 yılında 1,5 milyar parametreli yapay zekâ chatbotu GPT-2, bir yıl sonra da 175 milyar parametreli GPT-3 yayınlanmıştır. 2021 yılında yazıyla tarif edilen resimleri üretebilme yeteneği olan DALL-E adlı çalışma yine OpenAI tarafından yayınlanmıştır.

2023 yılında ChatGPT gibi büyük insan benzeri metinleri anlama ve üretme konusunda uzmanlaşmış dil modellerindeki artış, yapay zekânın performansında ve kurumsal değeri artırma potansiyelinde muazzam bir değişiklik yaratmıştır (https://www.ibm.com/topics/artificial-intelligence). Open AI 2024 yılında bir dakikalık yüksek kaliteli video üretme kapasitesine sahip, metin talimatlarından gerçekçi ve yaratıcı sahneler oluşturabilen bir yapay zekâ modeli olan Sora'yı duyurmuştur.

Yapay zekânın kullanımı ve artışı teknolojik gelişmeler sayesinde mümkün olabilmiştir. Ergen (2019: 5) 'e göre bunu mümkün kılan algoritmalardaki ilerleme, büyük veriler ve düşük maliyetle hesaplama gücündeki artış ile depolamadır. Kotler, vd. (2021: 114) 'ne göre yeni teknolojinin yükselişi, altı kolaylaştırıcı teknolojinin olgunlaşması ile mümkün olabilmiştir. Bunlar bilgi işlem gücü, açık kaynaklı yazılımlar, internet, bulut bilişim, mobil cihazlar ve büyük veridir. Aslında yapay zekânın amacı, insanlardan bağımsız olarak çalışan zeki sistemler yaratmaktır (Demircan, 2018).

ChatGPT' nin, Microsoft'un yapay zekâ destekli arama motoru Bing'in ve Google'ın Bard'ının (şu anki adı ile Gemini) piyasaya sürülmesinden bu yana yapay zekâ araçları çoğalmış ve böylece yapay zekâ her zamankinden daha erişilebilir ve yaygın hale gelmiştir. Statista verilerine göre ChatGBT piyasaya sürülmesinden beş gün sonra bir milyon kullanıcı sayısına ulaşmıştır. (https://www.statista.com/chart/29174/time-to-one-million-users/) Open AI verilerine göre, 2024 yılında 185 ülkede haftada 100 milyondan fazla insan yeni bir şeyler öğrenmek, yaratıcı ilham bulmak ve sorularına yanıt almak için ChatGPT'yi kullanmaktadır. (https://openai.com/blog/start-using-chatgpt-instantly). Bu kadar hızlı kullanıcı sayısına ulaşan ChatGPT ve diğerlerinin varlığı, pazarda kendilerine hızlıca yer bulmaları dinamik bir sektör olan pazarlama ve reklam sektöründe kullanımlarında da etkili olmuştur.

Üretken Yapay Zekâ

Yapay zekânın bugünkü kullanımındaki en belirgin farklılaşma noktası, "görüntü, video, müzik, konuşma, metin, yazılım kodu ve ürün tasarımları gibi çeşitli yeni içerikler üretebilen, eğitim verilerinin özelliklerini yansıtan ancak tekrar etmeyen gerçekçi yapılar oluşturmak için mevcut yapılardan öğrenen üretken yapay zekâ"dır (https://www.gartner.com/en/topics/generative-ai)

Kullanım durumları ve olasılıkları ile tüm endüstrileri ve bireyleri kapsayan üretken yapay zekâ, yaratıcıların, mühendislerin, araştırmacıların, bilim adamlarının ve daha fazlasının iş akışını kolaylaştırmak için güçlü bir araçtır (https://www.nvidia.com/en-us/glossary/generative-ai/).

Statista raporlarına göre yapay zekâ araçlarında yaşanan artış nedeni ile üretken yapay zekâ pazarının 2020 yılında 14 milyar ABD dolarından 2032'de 1,3 trilyon ABD dolarının üzerine çıkarak önemli ölçüde artması beklenmektedir (https://www.statista.com/statistics/1417151/generative-ai-revenue-worldwide/).

Metin girişleriyle videolar, şarkılar, klipler, özel müzik oluşturabilen üretken yapay zekâ, 3 boyutlu görüntüler, avatarlar, illüstrasyonlar oluşturulmasına da olanak sağlayarak farklı estetik tarzlara sahip görseller oluşturmanın yanı sıra, oluşturulan görselleri esnek düzenleme ve değiştirme teknikleri ile de desteklemektedir (https://www.nvidia.com/en-us/glossary/generative-ai/).

Bu bağlamda üretken yapay zekâ, makine öğrenimi, derin öğrenme, yapay sinir ağları, doğal dil işleme, ses tanıma teknolojileri, bilgisayarla görme ve ses üretimi gibi alanları kapsamaktadır. Üretken yapay zekâ modelleri, metin, resim, ses, video ve kod gibi çeşitli girdilerle çalışarak bahsedilen yöntemlerden herhangi birinde yeni içerik oluşturabilmektedir. Örneğin, metin girişlerini görsele, görseli şarkıya veya videoyu metne dönüştürebilmektedir. Bu özellikleriyle yapay zekâ, reklam stratejisi yazabilir, görüntüler ile tasarım oluşturabilir, reklam kampanyaları için orijinal müzikler üretebilir ve hedef kitleye özelleştirilmiş reklam içerikleri sunabilir. "Her bedene uygun çözümlerin olmadığı reklamcılıkta yapay zekâ farklı metin ve görsel kombinasyonlarına sahip yaratıcı reklamları hızlı bir şekilde ortaya çıkarabilir" (Kotler, vd., 2021: 146).

Yapay Zekâ Pazarlaması

"Üretken yapay zekâ, bilginin oluşturulmasını, paylaşılmasını ve tüketimini dönüştürmüştür (Lo, 2023). Pazarlamanın önemli bir bileşeni haline gelen yapay zekâ, yapay zekâ pazarlaması terimini ortaya çıkarmıştır. Bu kavram, işletmelerin müşterilerine en iyi şekilde nasıl ulaşacaklarına karar vermelerine yardımcı olmak için yapay zekâ temelli uygulamaların kullanımını içerir. Sürecin ana amacı hedeflemeyi, kişiselleştirmeyi ve müşteri deneyimini artırmaktır" (Kuruca vd., 2022: 88-113). Bu bağlamda dijital pazarlama kapsamında pazarlamacılar, hedef kitlelerine dijital görünürlük sağlayarak mobil cihazlar, e-postalar, internet siteleri, sosyal medya gibi dijital araçlar kullanarak ulaşmaktadırlar.

Pazarlama yıllar içinde değişen teknoloji ve tüketici ihtiyaç ve davranışlarına göre değişim göstermiştir. Pazarlama 1.0 tanımı ürün odaklı iken, pazarlama 2.0 müşteri odaklı, pazarlama 3.0 insan odaklı, pazarlama 4.0 gelenekselden dijitale geçiş, pazarlama 5.0 ise teknolojinin insan için kullanılması gerektiği düşüncesi ile insan için teknolojiyi tanımlar (Kotler, vd. 2021: 49). Başlıklardan ve değişimlerden de anlaşılacağı gibi pazarlamada şu an için teknolojinin insan için kullanımı ön plandadır. Dijitale geçiş ile teknolojinin insan için kullanımı yapay zekâ ve pazarlama uygulamalarını dönüştürmüştür. Arama motorları, sosyal medya ve günümüzün yeni pazaryerleri olan e-ticaret siteleri daha etkin kullanılmaya başlanmıştır. Dijital dünyada varlık gösteren, ihtiyaçlarının oldukça hızlı ve özel çözümlerle karşılanmasını talep eden tüketicilerin beklentilerini karşılamak için yapay zekâ, pazarlama sürecinde fikir verici, işleri kolaylaştırıcı ve destekleyici bir araç olarak konumlanmıştır. Kotler, vd. (2021: 154)'ne göre pazarlamada gelecek teknolojileri 7 farklı temas noktasında kullanılmaktadır: Reklamcılık, içerik pazarlaması, doğrudan pazarlama, satış, kanallar, ürünler ve servis. Tüketici davranışlarını ve tercihlerini anlamak, kişiselleştirilmiş müşteri deneyimleri sunmak ve pazarlama stratejilerini optimize etmek için kullanılan yapay zekânın gelişimi; verileri ve müşteri ihtiyaçlarını analiz eden, tüketicilere yönelik iç görüde bulunup beklentilerine yönelik en uygun ürün ve hizmeti sunan, rakiplerine karşı rekabet avantajı kazanmasına yardımcı olan bir sürecin de gelişimine destek vermiştir.

Statista'nın verilerine göre, 2023 yılında Amerika ve Avrupa'daki pazarlama ve reklamcılık profesyonelleri arasında yapılan bir ankete göre pazarlama ve reklamcılıkta kullanılan yapay zekâ araçları ve platformları kullanımında üretken katılımcıların yüzde 75'inden fazlası işyerinde ChatGPT kullandığını belirmiştir. Ankete katılanların yaklaşık yüzde 17'si Microsoft'un yapay zekâ destekli Bing'ini kullanırken, aynı oranda kullanıcı Google'ın yapay zekâ aracı

Bard'ı kullanmaktadır. Katılımcılar tasarımla ilgili araçlar arasında Midjourney, DALL-E 2 ve Adobe Firefly'dan bahsetmiştir. Aynı çalışmaya göre reklamcılık ve pazarlamada üretken yapay zekâ kullanımları esas olarak içerik taslağı hazırlamayı, beyin fırtınasını ve araştırmayı içermektedir. (https://www.statista.com/statistics/1405052/gen-ai-tools-used-marketing-advertising/#statisticContainer)

Günümüzde sıklıkla kullanılan üretken yapay zekâ ile pazarlamacılar daha az sürede daha az maliyetle geniş bir kişiselleştirilmiş kampanya oluşturabilir ve yönetebilir. Türkiye Yapay Zekâ İnisiyatifi (TRAI) tarafından yapılan bir araştırmada işletmelerin hedef kitlelerine daha etkili bir şekilde ulaşmalarına ve yatırım getirilerini artırmalarına yardımcı olabilmektedir. Üretken yapay zekâ, haber makaleleri, blog yazıları ve sosyal medya gönderileri gibi içerikler oluşturmak için kullanılmaktadır. (https://turkiye.ai/wp-content/uploads/2023/11/02-Gen-AI-Raporu_Ekim-2023.pdf)

Yılın en çok kullanılan yapay zekâ araçlarını belirlemek için SEO yazılımı olan olan SEMrush'ı kullanarak 3 binden fazla yapay zekâ aracını analiz eden Writerbuddy'ın araştırma sonucuna göre, yapay zekâ sohbet robotu olan ChatGPT toplamda 14.6 milyar ziyaret sayısı ile birinci, Karakter.ai toplam 3.8 milyar ziyaret sayısı ile ikinci, yapay zekâ yazım aracı olan Quillbot toplam ziyaret sayısı olan 1.1 milyar ile üçüncü, görüntü oluşturucu Midjourney toplam ziyaret sayısı 500.4 milyon ile dördüncü olurken veri bilimi kategorisinde yer alan Hugging Face ise toplam 316.6 milyon ziyaret sayısı ile beşinci olmuştur. Google Bard, NovelAI, Capcut, Janitor AI ve Civitai onları sırasıyla takip eden yapay zekâ araçlarıdır. (https://gazeteoksijen.com/bilim-ve-teknoloji/2023un-en-populer-10-yapay-zeka-araci-198004)

Günümüzde dijital pazarlama kanallarında yapay zekâ; sosyal medya için içerik üretiminden chatbot uygulamalarına, SEO'dan e-posta pazarlamasına kadar sayısız platformda pazarlama uygulamalarını olanaklı kılmıştır. Pazarlamacının ürününü veya hizmetini görünür, bilinir, bulunur kılmak için yürüteceği çalışmalarda destek alabileceği yapay zekâ uygulamalarında kişiselleştirilmiş hizmet sunan chatbotlar, sürekli ve hızlıca gösterebildiği ilgi sayesinde müşteri hizmetleri, SEO desteği ile hazırlanan doğru içerikte web siteleri, amaca uygun içeriği ve gönderimi ile e-posta, içerik yönetimi ve tasarımı ile sosyal medya bu çalışmalara örnek başlıklardır. Statista verilerine göre 2023 yılında Amerika Birleşik Devletleri'nde yapılan bir ankette pazarlamacıların yüzde 55'i ChatGPT'yi pazarlama amacıyla kullandıklarını belirtmiştir. Pazarlamacıların yüzde 42'si de aynı nedenlerle ürün açıklamaları ve sosyal medya içeriği üreten bir doğal dil işleme yazılımı olan Copy.ai'yi kullanmaktadır (https://www.statista.com/statistics/1386850/generative-ai-tools-marketing-purposes-usa/).

Yapay zekâ pazarlama profesyonellerine tüketici odaklı ürün üretme ve hizmet sunma, hedef pazarı daha doğru belirleme imkânı sunmaktadır. ABD'deki her on pazarlamacıdan yedisi, çalışmalarında bu araçların yardımını zaten kullandıklarını belirtmiştir. Öne çıkan örneklerden biri, pazarlamacılar ve tüketiciler arasındaki iletişime yardımcı olan, taleplere analitik yanıtlar veren ve müşteri yolculuğuna yaratıcı bir şekilde katılan chatbotların sohbet robotu) kullanımıdır. Yapay zekâ uygulamalarından biri olan sohbet robotu, kişilerle doğal ortamında iletişim kuran yapay zekâ merkezli program olarak ifade edilmektedir (Kazançoğlu ve Doğan, 2023:101-102). İşletmeler müşterilerine bilgi vermek, web sitesi içinde yönlendirme yapmak, sorulara anında ve hızlı bir şekilde cevap verebilmek için sohbet robotundan faydalanmaktadırlar.

Yine 2023 yılında Amerika Birleşik Devletleri'ndeki pazarlamacılarla yürütülen bir araştırmaya göre, katılımcıların yüzde 73'ü şirketlerinin çalışmalarının bir parçası olarak chatbotlar gibi üretken yapay zekâ araçlarını

kullandıklarını bildirmiştir. Amerikalı pazarlama profesyonellerinin yalnızca yüzde 17'si üretken yapay zekâ araçlarını kullanmamaktadır (https://www.statista.com/statistics/1388390/generative-ai-usage-marketing/).

Yapay zekâ pazarlamasında kullanılan arama motoru optimizasyonu (SEO), GEDİK Y. (2020) 'e göre arama motoruna diğer sayfalardan daha alakalı görünmesi için optimize edilmiş şekilde bir web sayfası oluşturmak veya değiştirmek için bir yöntemdir. E-posta, ürün ve hizmetler hakkında bilgi paylaşmak, onları tanıtmak, marka oluşturmak, müşterileri web sitelerine yönlendirmek, müşterileri uyarmak ve siparişlerin durumunu anlatmak gibi çeşitli pazarlama amaçlarıyla kullanılabilir. E-posta pazarlaması, pazarlamanın bir parçası olarak, site trafiğini ve satış desteğini artırmak için kullanılır. GEDİK Y. (2020).

Yapay Zekâ Pazarlamasında Reklam Uygulamaları

Yapay zekâ, artan iletişim kanalları içerisinde hem reklamın etkisini hem de markanın müşterilerle etkileşim şeklini değiştirmiştir. Markayı yöneten pazarlamacılar tarafından Reklam Terimleri ve Kavramları Sözlüğü'nde; *"İnsanları gönüllü olarak belli bir davranışta bulunmaya ikna etmek, belirli bir düşünceye yöneltmek, dikkatlerini bir ürüne, hizmete, fikir veya kuruluşa çekmeye çalışmak, onunla ilgili bilgi vermek, ona ilişkin görüş ve tutumlarını değiştirmelerini veya belirli bir görüşü benimsemelerini sağlamak amacı ile oluşturulan; iletişim araçlarından yer ya da süre satın alarak sergilenen veya başka biçimlerde çoğaltılıp dağıtılan ve bir ücret karşılığında oluşturulduğu belli olan duyuru"* şeklinde tanımlanmakta (Gülsoy T., 1999:9) olan reklam, kampanyalarda hedef kitlenin göz önünde bulundurularak tüketicilerin istek ve ihtiyaçlarına göre uyarlanarak, verilerin değerlendirilmesi ile yürütülmek durumundadır. Reklam pazarlama faaliyetleri kapsamında strateji belirleme, içerik ve görsel tasarımı gibi yapılan çalışmalar doğru zamanda, doğru yerde ve dikkat çekici bir şekilde sunulmalıdır. Günümüzde bu çalışmalar yapay zekâ desteği ile gerçekleştirilebilmektedir. Bu aşamada yapay zekâdan istenen sonucu ve verimi alabilmek için promptlar öne çıkmaktadır.

Saatchi LA ajansı tarafından yürütülen reklam kampanyasında "IMB Watson, Toyota markası için binlerce reklamı yazmak için eğitilmiş ve yazılan reklamlar 100'den fazla farklı müşteri segmentine uyarlanmıştır (Kietzmann, Paschen ve Treen, 2018:264). Böylece Toyota markası için geliştirilen kampanyada yapay zekâ kullanılarak farklı hedef kitlelere seslenen binlerce farklı metin üretilmiştir.

Yapay zekâ uygulamaları yaratıcı kampanyaların oluşturulması sürecinde internet sitesi içeriği, blog fikirleri, pazarlama e-postaları, sosyal medya içeriği tasarımı ve daha fazlası için destek olabilmektedir.

Veriye dayalı olması nedeni ile yapay zekâ tasarımın temel ilkelerini zayıflatmasa da tasarım pratiğini derinden değiştirmektedir (Verganti vd., 2020: 222-223). Nutella'nın 2017 yılında tamamı birbirinden farklı renk ve desen kombinasyonlarından 7 milyon ambalaj tasarımı için yapay zekâ algoritmasını kullandığı kampanya buna bir örnektir. Tüm kavanozlar bir ayda satılıp, yapay zekânın başarı hikâyesini oluşturmuştur (Sen, 2017).

Resim 1. Nutella'nın 7 Milyon Benzersiz Kavanoz Ambalajı (https://www.adweek.com/creativity/nutellas-unique-product-now-comes-in-7-million-uniquejars/)

Bir başka örnek ise ketçap markası Heinz'in kampanyasında üretken yapay zekâ kullanılarak tasarlanmış reklam kampanyasıdır. Metinden görsel oluşturan yapay zekâ programı DALL-E 2'yi kullanarak yapay zekâya ketçap çizdirilip ketçabın neye benzediğini sorguladıkları kampanyada yapay zekânın Heinz ambalajına benzeyen sonuçlar oluşturduğu görülmüştür.

Resim 2. Heinz Ketchup Reklamı (https://www.pazarlama30.com/yapay-zeka-reklamciligi-artilari-eksileri-ipuclari-ve-ornekler/)

Coca-Cola, tüketicilere ikonik şişe ve yazılı logo gibi markanın özelliklerine dayalı olarak kendi dijital sanat eserlerini yaratabilecekleri bir kampanya oluşturmuştur. OpenAi ve Bain & Company tarafından markaya özel olarak

oluşturulan kendi yapay zekâ platformunda “Gerçek Sihir Yarat” sloganı ile GPT-4 arama motoru sorgularından insan benzeri metinler üretilmesine ve DALL-E ile promptların görsele dönüştürme imkânı sağlanmaktadır.

Resim 3. Coca Cola Reklamı (https://www.pazarlama30.com/yapay-zeka-reklamciligi-artilari-eksileri-ipuclari-ve-ornekler/)

Best Western, seyahat etmeyi planlayan tüketicilere ulaşmak ve onların ilgisini çekmek amacıyla yapay zekâ destekli reklamlar oluşturmak için IBM Watson reklamcılığıyla iş birliği yapmıştır. IBM’in yapay zekâ aracı Conversations, Best Western bilgileri üzerine eğitilip her kullanıcıya benzersiz bir seyahat önerisi sunmak amacıyla bire bir diyalog kurmak için doğal dil işlemeyi kullanmıştır. Konuşmalar, seyahat edenlere gerçek zamanlı tavsiyeler, ipuçları ve ilham vererek yaklaşan seyahatlere hazırlanmalarına ve Best Western ile yenilikçi bir şekilde etkileşim kurmalarına olanak sağlamıştır. Bu çalışma ile Best Western satışlarında %48 artış sağlamıştır. “Kesin olan tek şey teknoloji sayesinde pazarlamacıların bilgi kısmını makinelere bırakacağı ve sanat kısmına odaklanacağıdır” (Kotler, vd. ,2021: 152).

Prompt - İstem

Sayıları her geçen gün artmakta olan yapay zekâ uygulamalarının kullanımı ve nasıl daha doğru ve verimli kullanılabileceğinin bilinmesi öne çıkan bir konudur. Bu anlamda birçok alanda yer alan yapay zekâ uygulamalarının kullanımında, reklam tasarımında “prompt” olarak adlandırılan, Türkçe’ye “istem” şeklinde çevrilebilen sözcük öne çıkmaktadır. İstem, “belirli bir sonuç veya çıktı üretmek amacıyla yapay zekâ platformlarına girilen ifadeler, kelimeler, tamlamalar, komutlar ya da soruları ifade eden tanımdır” Kahveci S. (2023: 442). Özünde makinelerin istenileni anlayabileceği dilde konuşarak yani ona göre girdi sağlayarak talimatlar veya görev

verme, yönlendirme söz konusudur. Sonuçta çokça veriyle eğitilmiş olan büyük dil modelleri bu girdi ile sonuç üretmektedir.

Yapay zekâ uygulamaları ile istenilen iletişimi kurmak kolay olmamakta, metinde yapılan ufak bir değişiklik sonuç üzerinde çok farklı etkiler yaratabilmektedir. Bu nedenle prompt yazımında, doğru anlatım ve de kelimelerin doğru seçilmesi öne çıkmaktadır. İstenilen sonuç ister metin ister görüntü oluşturmak olsun, amaç görüntünün nasıl olması gerektiğinin anlaşılır olacak şekilde ifade edilmesidir.

İyi istemler yazmak için yapay zekâ uygulamalarına açık ve etkili talimatlar verilmelidir. Bu bağlamda önerilen temel kurallar ve örnekler:

1. Uygulamanın en güncel sürümünü kullanmak.
2. Talimatları istemin başına koymak ve talimat ile bağlamı ayırmak için ### veya """ kullanmak.
3. İstenilen bağlam, sonuç, uzunluk, format, stil vb. hakkında mümkün olduğunca spesifik, açıklayıcı ve ayrıntılı olmak.
4. İstenilen çıktı formatını örneklerle ifade etmek.
5. Sıfır atışla başlama, ardından birkaç atışla başlama, ikisi de işe yaramadı ise ardından ince ayar yapmak.
6. “Kabarık” ve kesin olmayan açıklamaları azaltmak.
7. Sadece ne yapılmaması gerektiğini söylemek yerine ne yapılması gerektiğini söylemek.
8. Spesifik kod oluşturmak - Modeli belirli bir kalıba doğru yönlendirmek için "öncü kelimeleri" kullanmaktır (Open Ai, 2024).

Yapay zekâ ipuçlarının kalitesinden de etkilenmektedir (Lo, 2023). Yapay zekâya ne istendiği ne kadar iyi tanımlanıp ne kadar az tahmin etmesi sağlanırsa istenen sonucu karşılama oranı o kadar artmaktadır. Bu bağlamda yapay zekâ uygulamalarına daha etkili bir istem yazmak bilgi ve aynı zamanda deneyim gerektirmektedir. Bu gereklilik bu alanda yeni bir meslek oluşmasına neden olmuştur. Oluşan bu meslek Prompt Design/Engineering (istem mühendisliği) “Modelin bir görevi nasıl anlayacağını ve yanıtlayacağını belirlemek için kullanılan girdilerin tasarımı ve mühendisliği” olarak ifade edilmektedir. (https://turkiye.ai/wp-content/uploads/2023/11/02-Gen-AI-Raporu_Ekim-2023.pdf). Özünde, performanslarını optimize etmek ve istenen sonuçları üretmelerini garanti etmek için yapay zekâ modellerine sağlanan sorulara veya komutlara ince ayar yapma sanatıdır (Lo, 2023).

Yapay zekâ dil modelleri gelişmişlikte ilerledikçe, yanıtlarının kalitesi yalnızca altta yatan algoritmalara ve eğitim verilerine değil, aynı zamanda aldıkları istemlerin etkinliğine de bağlıdır. İyi tasarlanmış bir ipucu anlamlı ve bilgilendirici bir yanıt ortaya çıkarabilirken, kötü yapılandırılmış bir ipucu ilgisiz veya anlamsız çıktılarla sonuçlanabilir Lo, (2023). Bu nedenle büyük dil modellerinden daha iyi sonuçlar elde etmek için altı strateji önerilmiştir: Talimatların açık ve anlaşılır olarak yazılması. Referans metni sağlanması. Karmaşık görevlerin daha basit alt görevlere ayırılması. Modele "düşünmesi" için zaman tanınması. Harici araçlar kullanılması. Değişikliklerin sistematik olarak test edilmesi (Open Ai, 2024) (https://platform.openai.com/docs/guides/prompt-engineering)

Prompt yazımında yapay zekâ dil modellerinde etkili istemler oluşturmak için standart bir yöntem sağlamak adına Lo, (2023) CLEAR İstem Mühendisliği Çerçevesini oluşturmuştur. CLEAR (Concise, Logical, Explicit, Adaptive, and Reflective - kısa, mantıksal, açık, uyarlanabilir ve yansıtıcı) kelimesinin baş harflerinden oluşan CLEAR İstem Mühendisliği Çerçevesinin amacı, tutarlı ve bağlama uygun yanıtlar üretmektir. CLEAR İstem Mühendisliği çerçevesinin kapsamı aşağıdaki gibidir Lo (2023):

Kısa ve öz: yönlendirmelerde kısalık ve netlik: Kısa bir istem, gereksiz bilgileri ortadan kaldırarak yapay zekâ dil modellerinin görevin en önemli yönlerine odaklanmasına olanak tanıyarak daha uygun ve kesin yanıtlar sağlar. "Bana dijital reklam oluşturma süreci ve önemi hakkında ayrıntılı bir açıklama yapabilir misiniz?" yerine "Dijital reklam sürecini ve önemini açıklayın" gibi daha kısa ve açık bir soru kullanılmalıdır.

Mantıksal: yapılandırılmış ve tutarlı istemler: Mantıksal olarak yapılandırılmış bir bilgi istemi, yapay zekâ modellerinin çeşitli kavramlar arasındaki bağlamı ve ilişkileri daha iyi anlamasını sağlayarak daha doğru ve tutarlı çıktılar elde edilmesini sağlar. "Bir hipotez oluşturmakla başlayıp sonuç çıkarmakla biten bilimsel yöntemdeki adımları açıklayın" buna bir örnektir.

Açık: net çıktı özellikleri: Açık istemler, istenen çıktı formatı, içeriği veya kapsamıyla ilgili kesin talimatlar sağlar ve böylece yapay zekâ modelinden beklenmedik veya ilgisiz yanıtlar alma olasılığını azaltır. "Bana Fransız Devrimi'nden bahsedin" yerine açık bir yönlendirme kullanarak: "Fransız Devrimi'nin nedenlerini, önemli olaylarını ve sonuçlarını vurgulayarak kısa bir genel bakış sağlayın."

Uyarlanabilir: istemlerde esneklik ve özelleştirme: Uyarlanabilirlik, yaratıcılık ve konsantrasyon arasında bir denge kurmak için çeşitli hızlı formülasyonlar, ifadeler ve sıcaklık ayarlarıyla deneme yapmayı gerektirir. "Reklamların geçmişini açıklayın" gibi bir bilgi istemi çok fazla bilgi veriyorsa, "Reklamların 1970'lerden 1990'lara kadar olan gelişimini açıklayın" gibi daha spesifik ve uyarlanabilir bir istem kullanın.

Yansıtıcı: yönlendirmelerin sürekli değerlendirilmesi ve iyileştirilmesi: yapay zekâ modellerinin performansını kullanıcı geri bildirimlerine ve kendi değerlendirmelerine göre değerlendirmelerine, iyileştirilecek alanları belirlemelerine ve yaklaşımlarını buna göre ayarlamalarına olanak tanır. Yansıtıcı istemleri kullanırken yapay zekâ tarafından oluşturulan içeriği analiz etmeyi ve elde edilen bilgileri gelecekteki istemlere uygulamayı bir alışkanlık haline getirin.

Kullanıcılar, yapay zekâ tarafından oluşturulan çıktı için kısa, mantıksal, açık, uyarlanabilir ve yansıtıcı istemlere odaklanarak, hedefleri ve ihtiyaçları ile uyumlu, daha doğru, daha ilgili ve ilgi çekici içerik üretebilir olacaktır.

Linkedin'de yayınladığı prompt yazımı eğitimlerinde Xavier Amatriain 'ın önerdiği bir başka yöntem ise, bir soru sorarak ve talimatlar vererek, talimatlar vererek ve veri girişi sağlayarak ya da soru sorarak ve örnekler vererek kısacası ikili sistemler oluşturulduğunda alınan sonuç çok daha etkili olduğu yönündedir. İstenen sonuçtan memnun olunmadığında istemi düzenleyerek tekrar denenmelidir. İsteme yapay zekâ tarafından verilen yanıt rasgele belirlenmekte olduğu için her defasında farklı yanıt verebilmektedir. (https://www.linkedin.com/learning/prompt-engineering-how-to-talk-to-the-ais/basic-prompt-examples?resume=false)

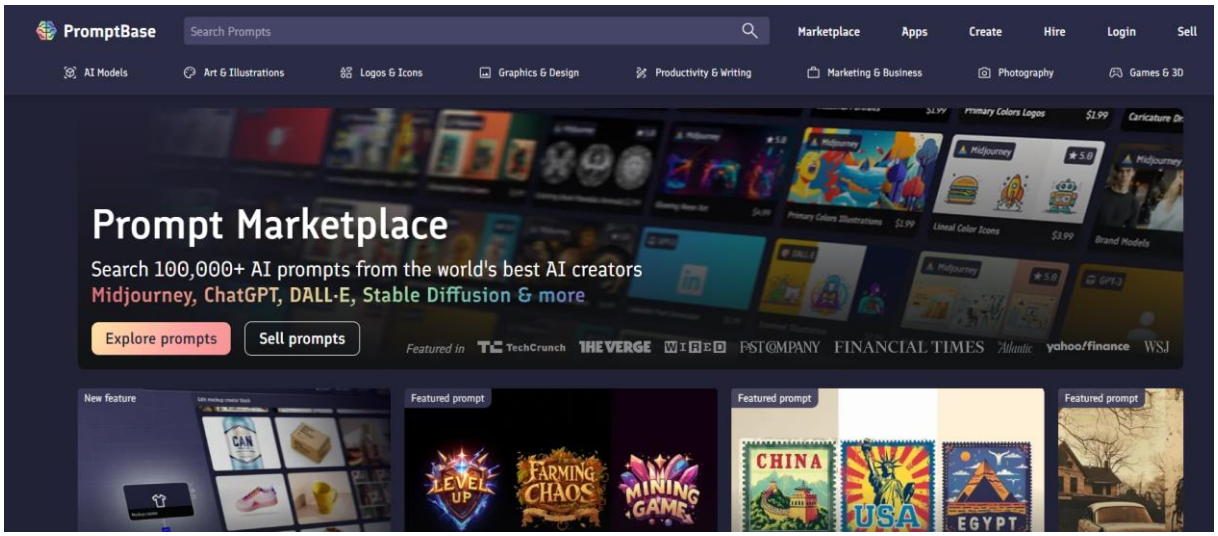
İstenen çıktıyı almak için kullanıcıların, prompt yazımında jailbreaking (Liu ve ark., 2023) veya tersine yönlendirme olarak bilinen bir süreçle, üretken yapay zekâdan yasaklı veya üretmesi kısıtlanmış çıktıları dahi oluşturabildikleri bilinmektedir. Propmt yazımında dahil edilmek istenenler kadar negatif prompt olarak adlandırılan "hariç tut" veya "yok" gibi kelimelerin kullanılması da önemlidir. Turčeková vd., (2023:31)

Bir istemde bulunurken elde edilecek görselde görmek istenen her detay doğru, ayrıntılı ve terminoloji kullanılarak verilmelidir. DALL-E 2'nin doğru kullanılması amaçlanarak oluşturulan 82 sayfalık ücretsiz e-kitapta DALL-E için "yapay zekâ destekli, cümleleri çok hızlı bir şekilde görsellere dönüştüren ve sanat üretimi için kullanılan sihirli bir yeni araçtır" açıklaması yapılarak yapay zekâya yönelik bilgiler ve prompt örnekleri yer almaktadır. (https://community.openai.com/t/dalle3-prompt-tips-and-tricks-thread/498040)

Turčeková vd., (2023:22)'nin "mükemmel görüntüler üretmek için yapay zeka kullanımı" için oluşturdukları prompt kitabında teknik ayrıntılar ve tanımlamalara vurgu yapmışlardır: Bunlar;

1. Konunun tanımının yapılması
2. Çözünürlük: gerçek dışı motor, keskin odaklama, 8k, Vray
3. Aydınlatma: stüdyo ışığı, dramatik ışık, açık alan, spot ışığı
4. Stil: Hipergerçekçi, popüler sanat, modernist, art nouveau
5. Orta: Dijital sanat, akrilik, çizim, fotoğraf, portre
6. Sanatçı: Alphonse Mucha, Frida Kahlo, John Collier
7. Web sitesi: pixiv (anime), pixabay (ticari hisse senedi)
8. Renk: Gümüş, vintage, pastel, renkli sıçrama
9. Ek ayrıntılar: Dramatik, düşük açılı çekim, tanrı ışınlarıdır.

Tecrübe ve bilgi birikimi gerektiren promt yazımı için "promptbase.com" gibi internet sitelerinde prompt satma, satın alma veya kiralama işlemleri de gerçekleştirilebilmektedir. Dalle E, Chat GBT, Midjourney gibi yapay zekâ uygulamalarına yönelik bir pazaryeri oluşumu prompt yazımının önemini ortaya koymaktadır.



Resim 4: Yapay Zekâya Yönelik Bilgi İstemlerinin Alım Satımına Yönelik E-Pazar: PromptBase (https://promptbase.com/best-ai-prompts)

Oluşturulan görsellerin hak sahibi görseli üretendir. Üretilen görselleri basmak, satmak veya pazarlamak için izin alınmasına gerek yoktur. DALL-E 3, yaşayan bir sanatçının tarzında istenen görsellerin oluşturulma taleplerini reddetmek için tasarlanmıştır. Ayrıca içerik oluşturucular görsellerini gelecekteki görsel oluşturma modellerin eğitiminden başvurarak çıkarabilmektedirler (https://openai.com/dall-e-3).

Veriye dayalı olması nedeni ile yapay zekâ tasarımın temel ilkelerini zayıflatmasa da tasarım pratiğini derinden değiştirmektedir (Verganti vd., 2020: 222-223). Yapay zekâ, pazarlama ve reklam çalışmalarında strateji oluşturmaktan metin yazmaya, sosyal medya görsellerinin yanı sıra ses, fotoğraf, video animasyon gönderileri oluşturmaya kadar pazarlama sürecinin yaratıcı kısmına katılma potansiyeline de sahiptir. Tüketiciye yapay zekâ desteğiyle yaratıcılık imkânı sunulmaktadır. Çünkü metinleri oluşturmak, çeviri yapmak, görüntüler oluşturmak, ses ve video oluşturmak veya çok daha fazlasını kısa sürede gerçekleştirebilmek yapay zekâ uygulamaları sayesinde çok daha kolaylaşmaktadır.

Prompt yazımında sebep sonuç ilişkisinin test edildiği deneysel çalışmada istenilen reklam tasarımı için üç versiyon oluşturulmuştur. Sofrada kirazın sunulduğu, güneşli bir gün vurgusunun yapılmak istendiği reklam çalışmasında ilk versiyonda yazılan prompt sonrasında "kiraz ağacı ve güneş", ikinci versiyonda "tabakta kiraz ve güneş yazısı ile ikonu", üçüncü versiyonda ise "tabakta kiraz, hem arka planda güneş hem de bardak üzerinde güneş yazısı ve görseli" görünür olmuştur.

İlk versiyonda "güneş ve kiraz ağacı" promptu ile alınan sonuç ikincisinde "güneşli bir günde kiraz, gerçekçi bir görsel" vurgusu ile desteklenirken üçüncü versiyonda "tabakta kiraz, güneşli bir gün, arkadaşlarla eğlenceli bir sofra, gerçekçi bir görsel" promptu ile oluşturulmuştur. Her versiyonda bir önceki versiyonda oluşturulmuş görsel üzerinden çalışılmıştır.

Resim 5: Örnek Reklam Tasarımı 1. Versiyon

Resim 6: Örnek Reklam Tasarımı 2. Versiyon

Resim7: Örnek Reklam Tasarımı 3. Versiyon

TARTIŞMA VE SONUÇ

Yapay zekâ, pazarlama faaliyetleri içinde yer alan reklam çalışmaları ve bir markanın müşterilerle etkileşim şekli dahil olmak üzere birçok alanı etkilemiş ve değiştirmiştir. Markayı yöneten pazarlamacılar kampanyaları veriye dayalı olarak gerçek zamanlı, tüketicilerin istek ve ihtiyaçlarına göre uyarlayarak yürütmek ve reklam içeriğini

doğru yerde doğru şekilde ve dikkat çekici bir şekilde sunmak zorundadırlar. Yapay zekâ desteği ile bu çalışmaları yürütürken yapay zekâyı doğru kullanarak yazılan promptlar ile doğru reklam içeriği ve görseli hazırlayabilmektedirler. Bu sayede tüm platformlarda hızlı bir şekilde ihtiyaçlarının giderilmesini isteyen müşterilerin sordukları sorularına yanıt, istedikleri bilgilere kolaylıkla ulaşmayı sağlamaktadırlar.

Müşterilere ulaşmak için kullanılan üretken yapay zekâ ile metin yazmak, metni tercüme etmek, şarkı, fotoğraf, video oluşturmak, örnek bir görsel yüklenerek ve onun üzerinden üretimler gerçekleştirmek veya çok daha fazlası mümkündür. Ancak üretken yapay zekâ ile bir şeyler yapılabileceği gerçeği onun doğru olarak yapılabileceği anlamına gelmemektedir. Yapay zekâ tarafından oluşturulan sonuçların ne kadar iyi olacağı, büyük ölçüde promtlara bağlıdır. Kullanıcı tarafından prompt ne kadar anlaşılabilir, amacına uygun bir şekilde yazılırsa sonuç o kadar iyi olur. Yapay zekâ uygulamasının anlayacağı dilin ne olduğunu bilmek ve ona göre prompt yazmak sonuca götürmektedir.

Promptların oluşturulmasında yapay zekânın niyet okuyamadığı bilgisi ışığında talimatların açık ve anlaşılır olarak yazılması, kullanılan terimler ve teknik ifadeler ile istemin güçlendirilmesi, referans metin sağlanması, karmaşık görevleri daha basit alt görevlere ayırarak modele "düşünmesi" için zaman tanınması, destekleyici araçları kullanarak değişiklikleri sistematik olarak test etmenin promptların istenen sonucu vermesi açısından öne çıktığı görülmüştür.

İstenen istem sonrası yerine getirilen görevin ardından girdi üzerinde gerekli revizelerin yapılması halinde beklentilere daha da yakın görseller elde edilebilmektedir ve bu yapılan değişiklikler kullanıcının yönlendirmede etki gücünü artırmaktadır. Yapay zekâ ne istendiğini ne kadar az tahmin etmesi gerekiyorsa, onu elde etme olasılığı o kadar artmaktadır.

Sebep-sonuç ilişkisinin test edildiği deneysel çalışma neticesinde; prompt girdilerinin içerik kalitesinin hem görsel tasarımda hem de metin üretiminde etkili olduğu görülmüştür. Yapılan çalışmanın sonucunda ortaya çıkan bulgular ışığında pazarlama ve reklam alanında doğru prompt yazımı ile beklenen doğru ve hızlı sonuç arasında doğru orantı olduğu görülmüştür. Deneysel bir yaklaşımla yapılan bu çalışmada yapay zekânın rastgelelik yaklaşımının farklı farklı sonuçlar verdiği de gözlemlenmiştir.

OpenAI, üretilen görsellerin görseli üreten üreticiye ait olduğunu, üretilen görselleri basmak, satmak veya pazarlama kullanımı için izin almaya gerek olmadığını açıklamıştır. İçerik oluşturucular, yaşayan bir sanatçının tarzında istenen görsellerin oluşturulma taleplerini reddeden yapay zekâ modellerinin gelecekteki eğitimlerinden başvurarak kendi görsellerinin kullanımını çıkartabilirler. Ancak her ne kadar OpenAI şirketi bu açıklamayı yapsa da yapay zekânın üretmiş olduğu içerik ve tasarımların, etik tartışmalara yol açabileceği; ahlaki kaygılar oluşturabileceği, beraberinde telif, eser hakları vb. sorunları ortaya çıkarabileceğinin uzmanlarca dile getirilmekte olduğu unutulmamalıdır.

Üretici yapay zekânın yanlış olan bilgileri vermesi yani halüsinasyon görme olasılıklarının yüksek olduğu unutulmamalı, bu nedenle özellikle güvenilir kaynaklar kullanarak yanıt vermesi istenmeli ve ayrıca bu kaynaklar mutlaka kontrol edilmelidir.

Sonuç olarak, pazar payının gelecek yıllarda daha da artacağı öngörülen üretken yapay zekâ uygulamalarını verimli olarak kullanmanın kullanıcılarına zaman, maliyet, verimlilik açısından büyük avantajlar sağlayacağı ortadır. Multidisipliner yaklaşım ve ayrıntılı bilgi ile yazılmış promptların, yapay zekâ pazarlamasında reklamın üretim ve tasarım süreçlerinde istenen başarılı sonuçları artıracağı öngörülmektedir.

KAYNAKÇA

Acar, O. (2020). Yapay Zekâ Fırsat mı, Yoksa Tehdit mi? İstanbul: Kriter Yayınevi.

Aslan, E., & Kuşçu, E. (2015). Çeviride yapay zekâ uygulamaları. Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi, 31, 63-78.

Bozkurt Yüksel Armağan Ebru, (2018) Yapay Zekânın Buluşlarının Patentlenmesi , Türkiye Adalet Akademisi Dergisi, Y.6, S.11,:585-622.

Demircan, K. (2018). Yapay Zekâ Nedir ve Nasıl Çalışır? https://khosann.com/yapay-zeka-nedir-ve-nasil-calisir/.

Ergen, M. (2019). What is Artificial Intelligence? Technical Considerations and Future Perception. The Anatolian Journal of Cardiology, 22(2), 5-7.

Gedik, Y. (2020). Pazarlamada Yeni Bir Pencere: Dijital Pazarlama. Journal Of Business In The Digital Age, 63-75. DOI: 10.46238/jobda.726408.

Gülsoy, T. (1999). Reklam Terimleri Sözlüğü. İstanbul: Adam Yayınları.

Gür, Y. E. (2022). Yapay Zekâ ve Pazarlama İlişkisi. Fırat Üniversitesi Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 6(2), 131-148.

Hutter, M. (2004). Universal Artificial Intelligence: Sequential Decisions Based on Algorithmic Probability. Springer.

Kahveci, S. (2023). İnsan-Yapay Zekâ İletişiminde Yeni Bir Paradigma: Prompt Mühendisliği. INTE-ISTEC-ITEC-ITICAM-IQC, 2023, 439-449.

Kazançoğlu, İ., & Doğan, E. (2023). Endüstriyel Pazarda Sohbet Robotunun Kullanımına Yönelik Nitel Bir Araştırma. Journal of Business in The Digital Age, 6(2), 98-127.

Kirk, R. E. (2013). Experimental Design: Procedures for the Behavioral Sciences (4th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.

Kietzmann, J., Paschen, J., & Treen, E. (2018). Artificial intelligence in advertising: How marketers can leverage artificial intelligence along the consumer journey. Journal of Advertising Research, 58(3), 263–267. https://doi.org/10.2501/JAR-2018-035

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). Pazarlama 5.0. İnsan İçin Teknoloji. İstanbul: Kapital Medya Hizmetleri.

Kuruca, Y., Üstüner, M., & Şimşek, I. (2022). Dijital Pazarlamada Yapay Zekâ Kullanımı: Sohbet Robotu (Chatbot). Medya ve Kültür, 2(1), 88-113.

Liu, Y., Deng, G., Xu, Z., Li, Y., Zheng, Y., Zhang, Y., Zhao, L., Zhang, T., & Liu, Y. (2023). Jailbreaking chatGPT via prompt engineering: An empirical study. arXiv preprint. https://doi.org/10.48550/arXiv.2305.13860.

Lo, L. S. (2023). The CLEAR path: A framework for enhancing information literacy through prompt engineering. The Journal of Academic Librarianship, 49(4), 102720. https://doi.org/10.1016/j.acalib.2023.102720

Met, İ., Uysal, U., Taşkın, T., & Seniha, R. G. (2020). Müşteri Deneyiminde Yapay Zekâ Teknolojilerinin Kullanımı. İstanbul: Beta Basım Yayım.

Öztabak, Ç. (2022). ChatGPT iletişim kurma şeklimizde nasıl devrim yaratıyor? CNN TÜRK. https://www.cnnturk.com/yazarlar/guncel/cigdem-oztabak/chatgpt-iletisim-kurma-seklimizde-nasil-devrim-yaratiyor.

Qin, X., & Jiang, Z. (2019). The Impact of AI on the Advertising Process: The Chinese Experience. Journal of Advertising, 48(4), 338–346. https://doi.org/10.1080/00913367.2019.1652122.

Say, Cem (2018). 50 Soruda Yapay Zeka , 7 Renk Basım Yayın ve Filmcilik Ltd. Şti, İstanbul.

Sen, M. (2017)). The Funky, Unique Nutella Jars That Took Over Italy. Food52. https://food52.com/blog/19792-the-funky-unique-nutella-jars-that-took-over-italy (Erişim tarihi: 4 Ocak 2021).

Sucu, İ. (2019). Yapay Zekânın Toplum Üzerindeki Etkisi ve Yapay Zekâ (A.I.) Filmi Bağlamında Yapay Zekâya Bakış. Uluslararası Ders Kitapları ve Eğitim Materyalleri Dergisi, 2(2), 203-215.

Turčeková, D., Pelant, L., & Borysewicz, K. (2023). The Promptbook: Using AI To Generate Perfect Images Using ChatGPT As A Virtual Collaborator Course Final Project. MEF Üniversitesi.

Turing, A. M. (1950). Computing Machinery and Intelligence. Mind, 49, 433-460.

Verganti, R., Vendraminelli, L., & Iansiti, M. (2020). Innovation and Design in the Age of Artificial Intelligence. Product Development & Management Association, 37(3), 212–227.

Wu, L., & Wen, T. J. (2021). Understanding AI advertising from the consumer perspective: What factors determine consumer appreciation of AI-created advertisements? Journal of Advertising Research, 61(2), 133–146. https://doi.org/10.2501/JAR-2021-004.

Xavier Amatriain (2023). Prompt Engineering: How to Talk to the Als Basic prompt examples. https://www.linkedin.com/learning/prompt-engineering-how-to-talk-to-the-ais/basic-prompt-examples.

TÜRKİYE'DEKİ SURİYELİ SIĞINMACILARIN GÜVENLİK SORUNLARI

Gökdeniz OFLAS
Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi, Ankara, Türkiye, gokdenizoflas@hotmail.com

ÖZET

Suriye İç Savaşı, 2011 yılında başladığı günden beri yüzbinlerce insanın ölümüne, milyonlarcasının yaralanmasına ve zorunlu göçe maruz bırakılmasına neden olmuştur. Bu yönüyle, savaş sadece Suriye'yi değil, ülkelerinden göç etmek zorunda kalan sığınmacılara ev sahipliği yapan komşu ülkeleri de etkilemiştir. Bu çalışmada, dünya üzerinde en fazla sığınmacı ağırlayan Türkiye'ye yerleşen mağdur sığınmacıların yaşamış oldukları ekonomik, sosyal ve fiziki güvenlik sorunları ele alınacaktır. Yetersiz ücret ve sosyal güvenlik şartlarından mahrum bırakılan Suriyeliler, fiziki ve psikolojik olarak da farklı taciz türlerine maruz kalmaktadır. Dil bariyeri sorunu yaşayan ve sosyal olarak da izole bir biçimde yaşayan Suriyeliler, ev sahibi topluluk ile entegrasyon sürecini başaramamakta, bu nedenle farklı şekillerde güvenlik problemleri yaşamaktadırlar. Bununla birlikte, ev sahibi topluluğun da Suriyelilere olan bakış açısı ve değerlendirmeleri çalışmada kendisine yer bulmuştur. Düşük ücretle çalıştırılan sığınmacıların işgücü piyasasında yarattığı değişiklikler ve külürel farklılıklar nedeniyle ev sahibi topluluğun sığınmacılara olan bakış açısı çalışmada ifade edilmiştir. Yaşanmakta olan tüm bu güvenlik problemlerinin nasıl en aza indirgeneceği ise çalışmanın sonuç bölümünde dikkatlere sunulmuştur. Sosyal entegrasyonun sağlanması, karşılıklı empati duygusunun ev sahibi ve misafir topluluklar içerisinde geliştirilmesi, atılması gereken yasal adımlar ve Suriye'de oluşturulan güvenli bölgelerde yapımı devam eden konut projelerinin tamamlanması ile birlikte, gönüllü geri dönüş sürecinin teşvik edilmesi atılması gereken adımlar arasında yer almaktadır. Bu araştırmada nitel ve nicel veriler birlikte kullanılmış ve birleşiminden yararlanılmıştır. Araştırmanın iddialarını desteklemek amacıyla çalışmanın amaçlarına uygun sayısal veriler matematiksel analiz yoluyla sunulmuştur. Gerçek hayattaki olaylar ve örnekler kullanılarak, çalışmanın argümanlarını aydınlatmak için nitel verilerden yararlanılmıştır. Böylece araştırma, bulgularını güçlendirmek için hem sayısal hem de nitel verileri birleştirmiştir.

Anahtar Kelimeler: Suriye, Sığınmacı, Güvenlik, Türkiye, İç Savaş

SYRIAN REFUGEES' SAFETY ISSUES IN TURKEY

ABSTRACT

The Syrian Civil War has precipitated a humanitarian crisis of unprecedented magnitude, resulting in significant loss of life, mass displacement, and profound socio-economic disruptions since its eruption in 2011. The ramifications extend beyond Syria's borders, affecting neighboring countries tasked with accommodating the influx of refugees fleeing conflict-ridden zones. This study aims to delve into the multifaceted economic, social, and physical security challenges encountered by Syrian refugees resettled in Turkey, which currently harbors the largest refugee population globally. Syrian refugees in Turkey contend with precarious employment conditions marked by insufficient wages and inadequate social security provisions, exacerbating their vulnerability to various forms of physical and psychological exploitation. Language barriers and social segregation further impede their integration into the host community, exacerbating their susceptibility to security risks. Moreover, this study endeavors to elucidate the perspectives of the host community regarding Syrian refugees, particularly in light of the socioeconomic transformations and cultural disparities induced by the influx of low-wage labor into the local market. The study underscores the imperative of mitigating security concerns through concerted efforts aimed at fostering social cohesion, engendering mutual empathy between host and guest populations, and facilitating the voluntary repatriation of refugees through legal frameworks. Additionally, it advocates for the completion of housing initiatives within safe zones established within Syria, providing a conducive environment for the reintegration of displaced individuals into their native communities. Methodologically, this research adopts a comprehensive approach, integrating both qualitative and quantitative methodologies to provide a nuanced understanding of the challenges confronting Syrian refugees in Turkey. Quantitative analyses are employed to present empirical data relevant to the study's objectives, facilitating statistical scrutiny and inference. Complementarily, qualitative data serve to enrich the discourse by elucidating real-life experiences and contextualizing theoretical frameworks within the lived realities of affected individuals.

Keywords: Syria, Refugee, Safety, Türkiye, Civil War

INTRODUCTION

The Syrian crisis stands out as one of the most devastating armed conflicts of the 21st century, with profound repercussions. The Syrian War has resulted in staggering human losses and widespread devastation. Approximately 606,000 individuals have tragically lost their lives, while 2.1 million people have been injured or left permanently disabled as a result of the conflict. (www.syriahr.com, 2021) Shockingly, between 2011 and 2020, over 5,700 children were coerced into becoming combatants, perpetuating the cycle of violence and exploitation. In the year 2021 alone, armed groups recruited more than 1,300 children, further exacerbating the humanitarian crisis. (UN, 2021)

Moreover, the repercussions of the Syrian War extend far beyond casualties and injuries. An estimated 6.5 million children have been deprived of their basic living needs due to the conflict, highlighting the acute humanitarian crisis unfolding in Syria. (UNICEF, 2022). The war has also had a devastating impact on Syria's population, which stood at around 21 million before the conflict erupted; approximately half of this population but they have been displaced or killed as a result of the war. Neighboring countries have borne a significant burden in hosting millions

of Syrian refugees fleeing the violence. Turkey hosts the largest number of Syrian refugees, with 3,700,000 individuals seeking safety within its borders. Following Turkey, Lebanon (805.000), Jordan (660.000), and Iraq (262.000) have also provided refuge to hundreds of thousands of Syrians, further straining their resources and infrastructure. (data.unhcr.org, 2023)

OBJECTIVE

This study seeks to elucidate the ramifications of the Syrian crisis on Turkey and the safety conditions of refugees within the host nation, both legally and physically, owing to its significant impacts. The intricate connection between these factors suggests that finding solutions may be challenging due to the current political, financial, and social dynamics in Turkey.

METHOD

In this research, a combination of qualitative and quantitative data was utilized. Numerical data aligned with the study's objectives were presented to support the research claims through mathematical analysis. Qualitative data were employed to elucidate the study's arguments using real-life events and examples. Thus, the research integrated both numerical and qualitative data to reinforce its findings.

LITERATURE

The concept of mass migration or mass influx is not unfamiliar to Turkish society. The region of Anatolia, often considered traditional Turkish territory, has experienced numerous mass influxes dating back to the Ottoman-Russian War in 1878, also known as the 93 War according to Turkish historians. (Paşaoğlu, 2013). These influxes occurred during the transition period from the Ottoman Empire to the Republic of Turkey, notably during the Balkan Wars and World War I. The establishment of the Young Turkish Republic also saw immigration to Anatolia and Turkish territories, including population exchanges with Greece in 1923 and the expulsion of 340,000 ethnic Turks by Bulgaria in 1989. (İçduygu & Aksel, 2014). Between 1923 and 1990, approximately 1.4 million people immigrated to Turkey primarily from the Balkans, Caucasus, and Central Asia. (İçduygu & Aksel, 2014). However, the influx of Syrians represents a different scale and nature compared to these earlier population movements. Previous immigrations involved groups who were either ethnic Turks or, in the case of many arrivals from the Balkans, the Black Sea, and Central Asia, non-Turkish Sunni Muslims open to assimilation into Turkish society. Over time, these immigrants were assimilated into the Turkish cultural landscape and largely integrated into Turkish society.

The Syrian Crisis in Turkey traces its origins back to the early days of the Syrian Civil War. The initial wave of Syrian refugees fleeing the Assad regime began arriving in Turkey in 2011, totaling 252 individuals. (Fansa, 2021). Initially, Turkish policymakers adopted an open-door policy for vulnerable Syrians seeking refuge in Turkey during those early stages. However, the significant influx of refugees from Syria soon led to a host of economic and security challenges within Turkey, as detailed in subsequent paragraphs. Consequently, the Turkish government made decisions aimed at restricting the flow of refugees from Syria.

In 2016, Turkish decision-makers initiated measures to control the number of refugees and regulate the composition of the refugee population. This included discontinuing the visa-free policy for Syrians arriving by air and sea, as well as commencing the construction of a security barrier along its Syrian borders. Furthermore, amendments were made to the 2013 Law on Foreigners and International Protection (LFIP) to enable the deportation of individuals suspected of having ties to terrorism or posing a threat to public order. Another significant aspect of this issue is the terminology employed by Turkish decision-makers regarding Syrians. Unlike the terminology outlined in the Geneva Convention Rights, the Republic of Turkey consistently refers to Syrians as "guests" rather than "refugees." However, the Turkish government has also designated them as individuals under Temporary Protection (TP), indicating a shift away from the term "guests" in both formal and informal discourse over time. (DGMM, 2014)

As highlighted in the preceding paragraph, immigration has led to significant financial and security challenges in Turkish society, thereby exacerbating tensions between the two communities over time. Despite being classified as a developing country and a member of prominent international organizations such as the G-20, OECD (Organization for Economic Cooperation and Development), and the European Council (EC), Turkey grapples with notable financial difficulties stemming from its reliance on foreign resources and other structural issues. In 2020, Turkey faced a 12.7% unemployment rate and over a 14% inflation rate, figures that become even more dramatic when considered alongside the presence of over 4 million refugees in the country. (Central Bank of Türkiye, 2024). Prior to the crisis, Turkey-Syria trade indicators surpassed 2 billion USD; however, this trade has dwindled significantly in recent times. (Kılıç, 2023). Consequently, border cities in Turkey, particularly those along the Turkey-Syria border, have suffered severe economic setbacks. The decline in trade with Syria has weakened local economies in the southeastern part of Turkey. Cities such as Hatay, Kilis, Gaziantep, Şanlıurfa, Adana, and Mardin, which are strategically located near the borders, have been disproportionately affected by the mass influx of refugees. Given these circumstances, tensions often arise between Turkish and Syrian societies, particularly in these border cities, where economic strains and geographic proximity to the borders amplify the challenges associated with the refugee influx.

On the other side, Syrians are not only living on the border cities in Turkey. They have been spread every corner of the country. At this point, it isa significant example about three metropolises in Turkey, where are Istanbul, Izmir and Ankara.

The significance of Istanbul as the preeminent city in Turkey, both financially, culturally, and demographically, remains indisputable. This prominence extends to its role as a primary destination for Syrian refugees, with over 530.000 currently residing within its bounds, a figure surpassing populations in many rural Turkish cities. (DGMM, 2024). Istanbul's status as the economic epicenter of the nation draws Syrian refugees seeking opportunities for employment and livelihood maintenance. However, the influx of Syrians into Istanbul has precipitated additional financial challenges for certain segments of the Turkish populace, particularly among low-income demographics. Syrians often accept employment opportunities at lower wages than their Turkish counterparts, contributing to unemployment woes and exacerbating economic anxieties within the native population. This disparity in wages fosters resentment and frustration among Turkish citizens, impeding prospects for harmonious integration.

Conversely, the dynamics in Izmir diverge notably from Istanbul. Renowned for its secular and modernist ethos, Izmir's host society manifests a distinct approach to accommodating Syrian refugees, albeit with its own set of challenges. The presence of approximately 120.000 Syrians in Izmir engenders social tensions rather than solely economic strains, reflecting unease within the native population regarding demographic shifts and cultural integration. (DGMM, 2024)

In Ankara, Turkey's capital city, Syrian refugees inhabit specific neighborhoods, often characterized by socioeconomic marginalization and resembling ghettos. Despite a comparatively lower Syrian population exceeding 89.000 individuals, Ankara presents a distinct landscape defined by nationalist and conservative tendencies. (DGMM, 2024). Syrian refugees encounter discriminatory policies and procedures, reflective of the city's political ethos and ideological underpinnings. The incidents occurring in Altındağ in 2021 serve as a clear illustration of this scenario. After a clash erupted between two factions, one Turkish and the other Syrian, resulting in the vandalism and plundering of Syrian refugees' residences and businesses, a significant portion of Syrians residing in the area were relocated to other regions. (BBC, 2021)

Beyond these urban centers, Syrian refugees face widespread perceptions of potential security threats across Turkey, precipitated by socioeconomic disparities and divergent lifestyles from Turkish norms. This perception engenders sporadic tensions within Turkish society, rooted in apprehensions regarding cultural assimilation and societal cohesion.

In sum, the varied experiences of Syrian refugees across Istanbul, Izmir, Ankara, and beyond underscore the complex interplay of economic, social, and political dynamics shaping their integration within Turkish society, while also highlighting the challenges inherent in fostering inclusive and cohesive communities amidst divergent cultural contexts.

The perspective of Syrian refugees and the challenges they encounter in Turkey constitute the other facet of the coin, reflecting the realities of their lived experiences. Foremost among these challenges is the issue of low employability, rooted in factors such as limited education and technical skills among Syrians. The upheaval of war in Syria has deprived many Syrians of access to quality education, impeding their ability to demonstrate qualifications and talents within the Turkish context. Despite possessing diplomas acquired in Syria, bureaucratic barriers in Turkey often obstruct their efforts to validate their credentials.

Regardless of their educational background, Syrians are compelled to seek employment to sustain their livelihoods in Turkey. However, the jobs available to them typically offer low wages that are insufficient to meet basic needs, particularly in metropolitan areas. This stark reality exemplifies the life conditions endured by Syrians in Turkish cities, where employment opportunities are constrained, and financial stability remains elusive. For many refugees, the primary concerns revolve around reuniting with family members and addressing immediate needs for survival. Strategies for livelihood are constrained, with daily labor, such as construction or cleaning, constituting common avenues for income generation. However, the physically demanding nature of such work, coupled with its intermittent availability, poses significant challenges to refugees seeking stable employment. Wages in sectors like construction, for instance, often hover around 50–60 Lira ($17–20) per day, highlighting the precariousness of their economic circumstances. Many refugees find themselves living with extended family

members or sharing accommodations with other individuals, while others resort to residing at their workplaces or adopting a transient lifestyle. Although some receive limited support from friends or acquaintances, formal assistance from municipalities or NGOs remains sporadic and insufficient to address their multifaceted needs. In instances of extreme hardship, some refugees consider returning to refugee camps in southern Turkey as a last resort, underscoring the profound challenges they face in integrating into urban environments like Istanbul. (Bellamy, Haysam, Wake & Barbelet, 2017)

The language barrier presents a formidable obstacle for Syrian refugees residing in Turkey. Language proficiency serves as a crucial indicator of adaptation and integration within a society. Unfortunately, the Turkish education system struggles to address the language needs of Syrian refugees adequately, exacerbated by the challenges posed by mass influx and institutional deficiencies. Furthermore, many Syrians face limited opportunities to learn the Turkish language due to factors such as their educational background and communal living arrangements, which often result in minimal interaction with the host community. Upon closer examination, it becomes apparent that while younger male Syrians may exhibit eagerness to learn Turkish, older individuals and females may display less enthusiasm towards language acquisition.

A poignant illustration of the complexities surrounding language barriers is evident in the experience of Fatma, a 32-year-old divorcee from Aleppo now residing in Ankara, along with her five children. Upon their arrival in Turkey in 2014, none of Fatma's children attended school during their first year. Subsequently, her three eldest daughters enrolled in an Arabic-language center for a year. However, due to the prohibitive transportation costs, the children were eventually withdrawn from the program, underscoring the practical challenges faced by Syrian families in accessing language education resources. (Cupolo, 2018)

This anecdote underscores the profound impact of language barriers on the educational opportunities and social integration of Syrian refugees in Turkey. Without adequate support mechanisms and resources to address language needs, Syrian families like Fatma's encounter significant hurdles in navigating their new environment and forging connections within Turkish society. Effective strategies to mitigate language barriers are essential for fostering meaningful integration and enhancing the prospects for socio-economic mobility among Syrian refugees in Turkey.

Despite their previous educational challenges, including limited or no schooling and difficulties with the Turkish language, the children were placed in classes according to their age rather than their academic ability. Consequently, some children struggled to effectively read, write, or comprehend Turkish, highlighting the complexities inherent in integrating refugee students into the Turkish education system. (Cupolo, 2018). The challenges faced by Fatma's eldest daughter illustrate the profound impact of language barriers on the educational experiences of Syrian refugee children in Turkey. Despite attending school, she struggles to keep up with her studies, citing difficulties in understanding Turkish language and completing homework assignments. This struggle is exacerbated by the stringent policies of her science teacher, who bars her from attending class if homework is not completed, resulting in her exclusion from school activities. (Cupolo, 2018). Fatma's daughter's predicament highlights the critical need for tailored support mechanisms to address the unique needs of refugee students grappling with language barriers and academic challenges. While her younger siblings may fare better

due to less homework and faster language acquisition, the broader issue of language proficiency remains a significant impediment to their educational progress and integration into Turkish society. (Cupolo, 2018)

Fatma's preference for her children to study in Arabic reflects a broader sentiment among some refugee families who prioritize preserving their cultural and linguistic heritage. However, the Turkish public school system offers the primary avenue for their education and integration into Turkish society, presenting a complex dilemma for families like Fatma's torn between cultural continuity and practical considerations. (Cupolo, 2018)

Addressing language barriers is imperative for facilitating the successful integration of Syrian refugees into Turkish society and mitigating tensions between host communities and refugee populations. Overcoming these barriers requires comprehensive support mechanisms, including language instruction tailored to the needs of refugee students, teacher training programs, and community engagement initiatives aimed at fostering cultural understanding and inclusion. By prioritizing the removal of language barriers and promoting inclusive education practices, Turkey can create a more conducive environment for the academic success and social integration of Syrian refugee children, ultimately fostering a more harmonious and resilient society for all its inhabitants.

The restricted access to information and services by the Turkish government represents a significant challenge for the immigrant population, including Syrian refugees in Turkey. Many Syrian refugees live and work in Turkey without proper documentation or legal status due to a lack of awareness about government services or financial constraints that prevent them from adhering to Turkey's rules and regulations. This issue extends beyond registration difficulties to encompass challenges in accessing essential services such as healthcare, education, and other forms of assistance in Turkey.

To provide insight into the living conditions and experiences of Syrian refugees in Turkey, it's essential to consider key indicators. The majority of Syrian refugees are employed in various sectors, with significant representation in manufacturing, particularly the textile industry, as well as construction, trade, and the healthcare sector. However, these industries predominantly offer low-income job opportunities. Despite performing similar tasks to Turkish citizens, Syrian refugees often receive lower wages, exacerbating financial hardships and economic disparities. The disparity in income underscores the precarious nature of employment for Syrian refugees in Turkey, who must navigate challenges such as language barriers, discrimination, and limited access to legal protections and social services. As a result, many Syrian refugees find themselves trapped in low-paying jobs with limited opportunities for advancement or economic stability.

Understanding the socioeconomic realities faced by Syrian refugees in Turkey is crucial for developing targeted interventions and support mechanisms aimed at addressing their needs and promoting their integration into Turkish society. Efforts to improve access to information, legal assistance, and essential services can play a pivotal role in enhancing the well-being and livelihoods of Syrian refugees and fostering inclusive communities in Turkey. (ilo.org, 2024)

Table 1: Syrian Refugees Working Industry

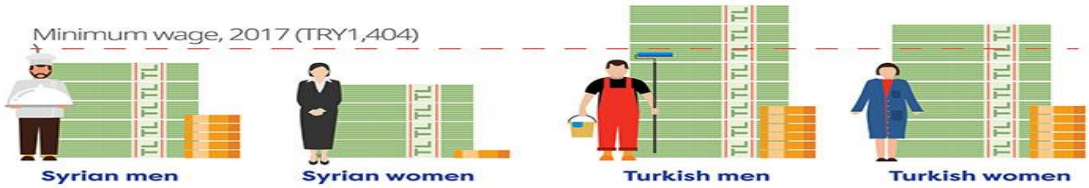
Refugees often confront precarious working conditions that expose them to occupational safety and health risks. They frequently endure long hours of labor and receive wages below the minimum standard, as previously noted. Limited bargaining power, coupled with the imperative to earn income, alongside language barriers, compound the challenges refugees face in seeking improved conditions.

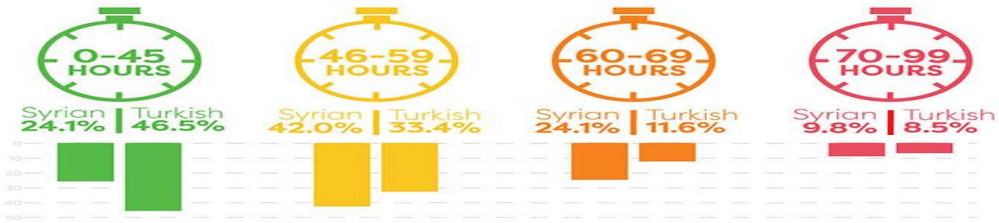
According to a study conducted by the International Labour Organization (ILO) in 2017, Syrian men earned an average of TRY 1,337, which was 5% below the minimum wage applicable at the time. Syrian women earned even less, with an average income of TRY 1,083, marking a nearly 20% disparity compared to their male counterparts and nearly 25% below the minimum wage. These discrepancies underscore gender-based inequalities prevalent in the labor market, exacerbating economic vulnerabilities among Syrian refugee women. (ilo.org, 2024)

Moreover, the study revealed that 75% of Syrian workers reported working more than 45 hours per week in 2017, with nearly 9.8% enduring extreme working weeks exceeding 70 hours. This prevalence of long working hours not only contributes to physical and mental strain but also reflects the precarious nature of employment for Syrian refugees in Turkey. (ilo.org, 2024)

The findings underscore the urgent need for interventions to improve the working conditions and economic prospects of Syrian refugees in Turkey. Efforts to enhance labor rights enforcement, promote fair wages, and provide access to vocational training and language education can empower refugees to navigate the labor market more effectively and mitigate vulnerabilities associated with informal employment and exploitation. Additionally, addressing gender disparities and promoting equitable access to economic opportunities are essential for fostering inclusive and sustainable livelihoods for Syrian refugees in Turkey.

Table 2: How much do Syrian Refugees Earn on Average





The acquisition of a work permit poses a significant hurdle for Syrian refugees in Turkey, as working legally with health insurance necessitates this documentation. However, Syrians are unable to independently apply for work permits; rather, their employers must initiate the application process on their behalf. Regrettably, many employers are reluctant to sponsor work permits for Syrian employees due to the associated costs and administrative complexities, exacerbating the plight of Syrian refugees seeking lawful employment.

An illustrative example highlights the challenges faced by Syrian refugees in navigating Turkey's labor market. An individual, formerly employed as an engineer servicing elevators for a Japanese company in Syria, encountered barriers when seeking employment in Turkey. Despite possessing professional qualifications, international companies in Turkey mandated Turkish citizenship for employment consideration, effectively excluding Syrian refugees from opportunities within these organizations. In a bid to secure employment, the individual accepted a position with a small Turkish company, albeit under unfavorable conditions. Working night shifts from 7 pm to 5 am, the individual labored without the benefit of a work permit or health insurance coverage. Despite fulfilling job responsibilities equivalent to Turkish colleagues, the individual received a substantially lower salary of 2,200 Lira ($733) per month, compared to the 8,000 Lira ($2,667) earned by Turkish counterparts performing the same role. (ilo.org, 2024)

This disparity in wages and employment conditions underscores the vulnerability of Syrian refugees in the Turkish labor market, where exploitative practices and systemic barriers inhibit their ability to secure dignified and lawful employment opportunities. The reluctance of employers to sponsor work permits perpetuates the cycle of informality and economic marginalization, exacerbating the socio-economic challenges faced by Syrian refugees striving to rebuild their lives in Turkey. Addressing these systemic barriers requires concerted efforts to enhance access to legal employment opportunities, streamline the work permit application process, and combat discriminatory practices in the labor market. By fostering an inclusive and rights-based approach to labor

migration, Turkey can harness the potential of Syrian refugees as valuable contributors to its economy and society, while upholding principles of fairness and social justice.

The prevalence of harassment, particularly sexual harassment, represents a pervasive and distressing reality for women in Turkey, including Syrian refugees who face heightened vulnerability due to their precarious life circumstances. The economic hardships and social marginalization experienced by Syrian women render them particularly susceptible to exploitation and abuse in the workplace. An illustrative example underscores the pervasive nature of harassment faced by Syrian women seeking employment opportunities in Turkey. One individual recounts her distressing experiences working for a Libyan real estate company, where she endured both low wages and sexual harassment. As a single mother with children, she describes feeling targeted and exploited due to her vulnerable status, with perpetrators viewing her situation as an opportunity for abuse and coercion. Despite her efforts to resist harassment, the individual remained fearful for the safety and well-being of her young daughter, underscoring the profound impact of workplace harassment on familial dynamics and emotional well-being. Subsequently, she recounts another troubling encounter with a Syrian boss who subjected her to similar mistreatment, prompting her decision to cease seeking employment due to concerns for her safety and dignity. (Bellamy, Haysam, Wake & Barbelet, 2017)

The accounts shared by Syrian women highlight the urgent need for comprehensive measures to address workplace harassment and safeguard the rights and dignity of all individuals in the labor force. Efforts to combat harassment must encompass robust legal frameworks, effective enforcement mechanisms, and awareness-raising campaigns to challenge cultural norms that perpetuate gender-based violence and discrimination. Furthermore, the provision of accessible support services and avenues for redress is essential for empowering victims to seek recourse and confront perpetrators without fear of retaliation or stigmatization. By prioritizing the protection and empowerment of women in the workplace, Turkey can cultivate a more inclusive and equitable environment conducive to the well-being and advancement of all its inhabitants, regardless of gender or nationality.

Amidst the challenges faced by skilled refugees in Turkey, there are inspiring stories that offer hope for the future. Skilled individuals, including doctors, scientists, accountants, entrepreneurs, artisans, craftspeople, and educators, encounter difficulties in finding employment opportunities commensurate with their educational backgrounds and professional expertise. However, some manage to secure positions aligned with their skill sets, primarily within Syrian-owned businesses or schools. Despite facing obstacles such as short-term employment and low wages, these individuals demonstrate resilience and determination in pursuing meaningful work. For instance, Ali, a chemist who migrated to Turkey 18 months ago, initially struggled to find employment in his field. Instead, he worked at a textile workshop until friends from Homs invited him to participate in a study investigating the impact of weapons and chemicals on agriculture and soil composition in Syria. Engaging in chemical analysis for the study, Ali finds satisfaction in contributing his expertise to a meaningful cause. While acknowledging the uncertainty of his situation, he expresses gratitude for the opportunities afforded by supportive friends who employ him, recognizing the transient nature of his circumstances as a Syrian refugee in Turkey. (Bellamy, Haysam, Wake & Barbelet, 2017)

Similarly, Najib's journey reflects the resilience and adaptability of skilled refugees in navigating employment challenges. Despite initial setbacks, Najib transitioned to work at a restaurant following unsuccessful attempts to secure employment within his professional field. His story underscores the necessity of resilience and flexibility in responding to changing circumstances, highlighting the diverse pathways through which skilled refugees navigate the labor market and contribute to their communities. (Bellamy, Haysam, Wake & Barbelet, 2017)

These narratives offer glimpses of hope amidst adversity, emphasizing the resourcefulness and determination of skilled refugees in Turkey. While uncertainties persist regarding their future status and prospects, their stories underscore the importance of fostering inclusive policies and supportive environments that enable refugees to utilize their talents and contribute to society. By recognizing and harnessing the potential of skilled refugees, Turkey can promote social cohesion, economic integration, and shared prosperity for all its inhabitants.

CONCLUSION

The Syrian crisis profoundly impacts both refugees and host communities in Turkey. Syrians often feel discriminated against and isolated from society, while host communities perceive Syrians as disrupting socio-economic balance and potentially contributing to security concerns. However, these perceptions do not fully reflect the complexities of the situation. It is essential for decision-makers to address tensions and implement policies to mitigate conflict. Economic concerns are a primary driver of host community grievances, as they perceive Syrians as competing for limited resources. Allocating job opportunities among Syrians in a strategic manner could help alleviate host community concerns and foster a more positive perspective toward refugees.

Simultaneously, the government must address the significant challenges faced by Syrian refugees, including social, financial, and administrative issues. Efforts to integrate refugees into Turkish society should prioritize access to education, healthcare, and employment opportunities, while promoting social cohesion and mutual understanding between Syrians and host communities. Furthermore, upon the finalization of the construction of briquette houses in areas under Turkish controlled in Syria, enhancing the living standards in these regions for Syrians desiring to repatriate will alleviate strain on both Syrians residing in Turkey and international relief efforts. Besides, expediting voluntary repatriation processes can be positioned as a sustainable project with enduring benefits, which can be communicated to the global community.

Ultimately, effective management of the Syrian refugee crisis requires comprehensive and inclusive policies that address the needs and concerns of both refugees and host communities. By fostering dialogue, promoting economic opportunities, and prioritizing social integration, Turkey can navigate the challenges posed by the Syrian crisis and work towards a more inclusive and resilient society for all its inhabitants.

BIBLIOGRAPHY

SOHR, Total death toll | Over 606,000 people killed across Syria since the beginning of the “Syrian Revolution”, including 495,000 documented by SOHR; (June 1, 2021). https://www.syriahr.com/en/217360/

Office of the Special Representative of the Secretary- General for Children and Armed Conflict, (23 June 2022). https://childrenandarmedconflict.un.org/document/secretary-general-annual-report-on-children-and-armed-conflict/

UNICEF, Numeber of Syrian Children In Need Hits Record High, (8 May 2022). https://www.unicef.org.uk/press-releases/number-of-syrian-children-in-need-hits-record-high/

Operational Data Portal , Syria Regional Refugee Responses, https://data.unhcr.org/en/situations/syria#_ga=2.237255879.675785648.1661436428-1333671916.1621433288 Retrieved From 28 February 2024

Paşaoğlu Derya, D. (March 2013) Settlement of Immigrants after the Russo-Turkish War of 1877-78 According to the Immigrant Commission Report, March 2013

İçduygu & Aksel, (January 1, 2014), Turkish Migration Policies:A Critical Historical Retrospective, Journal of International Affairs, Autumn 2013, Volume 18, Issue 3, p. 167-190

Fansa, M. (2021). Kimim Ben? Göçmen, Sığınmacı, Mülteci, Yabancı, Vatansız ve Geçici Koruma: Türkiye'deki Suriyeliler. Antakiyat, 4(2), 289-306

Directorate of General Migration Management, https://www.goc.gov.tr/kurumlar/goc.gov.tr/Gecici-Koruma-Yonetmeligi-Ingilizce.pdf

TCMB Inflation and Unemployment Rate, Central Bank of Türkiye, Retrieved From 28 February 2024

KILIÇ, B. (2023). İç Savaşın İhracata Olan Etkisi: Türkiye ve Suriye Üzerine Bir İnceleme. Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 25(1), 185-197. https://doi.org/10.32709/akusosbil.856971

Directorate of General Migration Management, Temporary Protection Numbers, https://www.goc.gov.tr/gecici-koruma5638 Retrieved From 28 February 2024

Öztürk, F. (11 August 2021), BBC. https://www.bbc.com/turkce/haberler-turkiye-58180854

https://www.americanprogress.org/issues/security/reports/2019/03/13/467183/turkeys-refugee-dilemma/

Catherine Bellamy, Simone Haysom, Caitlin Wake & Veronique Barbelet , *The lives and livelihoods of Syrian refugees: A study of refugee perspectives and their institutional environment in Turkey and Jordan*, Overseas Development Institute (ODI), February 2017.

Cupolo, D. (5 April 2018). Money, culture, language: barriers to Turkey's bid to end refugee-only schools, The New Humanitarian, https://www.thenewhumanitarian.org/feature/2018/04/05/money-culture-language-barriers-turkey-s-bid-end-refugee-only-schools

ILO, ILO's support to refugees and host communities in Turkey, https://www.ilo.org/ankara/projects/WCMS_379375/lang--en/index.htm Retrieved From 28 February 2024

PERCEPTION OF E-WALLET PAYMENT AMONG HIGHER EDUCATION STUDENTS IN SELANGOR, MALAYSIA

Khairiani Binti Othman
Commerce Department, Politeknik Sultan Salahuddin Abdul Aziz Shah, Shah Alam, Selangor, Malaysia, khairiani@psa.edu.my

ABSTRACT

Electronic wallet (e-wallet) is one of the fastest growing payment trends in Malaysia, transforming the way people pay in the country towards a cashless society. Currently, there are more than 53 e-wallets officially licensed by Bank Negara Malaysia, such as AEON Wallet, Boost, BigPay, GrabPay, WeChat Pay and Touch'n Go e-Wallet. The use of e-wallets has become very popular among all age groups, especially among Malaysian students since the e-Tunai Rakyat program was launched by the Malaysian government on 15 January 2020. In addition, the Madani Economy 2023 initiative, led by Prime Minister Datuk Seri Anwar Ibrahim also grants qualified Malaysians aged 21 and above a RM100 e-wallet credit. There were limited studies that can be found to examine the intention to use e-wallets among higher education students. Hence, the study aims to investigate the perception of e-wallet payment services among higher education students in Selangor. Samples were collected from 384 higher education students in Selangor, Malaysia. A structured questionnaire was used and distributed online using Google Forms. Descriptive analysis is used to analyze the demographic data and related information on perceived usefulness and perceived ease of use of e-wallets. The result showed that the majority of higher education students use e-wallets and have installed at least one (1) e-wallet application on their smartphone and there is a significant perceived usefulness and perceived ease of use of e-wallet services among higher education students in Selangor.

Keywords: e-wallet, Madani, student.

INTRODUCTION

In today's interconnected world, digital innovations continue to reshape financial transactions, with electronic wallets, or e-wallets, emerging as a cornerstone of modern payment systems. Offering unparalleled convenience and efficiency, e-wallets allow users to securely store and manage their payment information digitally, revolutionizing how purchases are made, funds are transferred, and finances are managed.

In Malaysia, the proliferation of e-wallets has been remarkable, with a diverse array of platforms competing for consumer attention. From established names like AEON Wallet and GrabPay to emerging contenders such as Boost and BigPay, these platforms are driving the nation toward a cashless future. This adoption is fuelled not only by the inherent advantages of e-wallets—speed, security, and cost-effectiveness—but also by the changing preferences and behaviors of tech-savvy consumers.

Of particular interest is the uptake of e-wallets among higher education students, who are often at the forefront of technological trends. Unlike previous generations, these students are inherently comfortable with technology, seamlessly incorporating it into various aspects of their daily lives. Understanding the factors driving their adoption of e-wallets is crucial for businesses and policymakers aiming to navigate the transition towards a cashless economy.

In Malaysia, the landscape of e-wallet adoption has been marked by a significant number of providers compared to the population, indicating potential for growth and innovation in the digital payment sector. However, despite the availability of numerous e-wallet services, higher education students in Malaysia have not embraced e-wallets as their preferred payment method, with credit and debit cards maintaining dominance in the e-payment sector. Surveys conducted in 2018, such as the one conducted by Carousell Malaysia, revealed low adoption rates of digital wallets among Malaysians, highlighting the need for initiatives to stimulate e-wallet usage. In response, on January 15, 2020, the Malaysian government launched the RM450 million e-Tunai Rakyat program in collaboration with the country's three largest e-wallet service providers. This initiative aims to increase cashless transactions and encourage e-wallet adoption, particularly among higher education students. The objective of the study is to examine the specific factors influencing e-wallet deployment in Malaysia, particularly among higher education students. The e-Tunai Rakyat program is expected to enhance the acceptance of electronic payments among customers and small retail businesses in Malaysia. Furthermore, the absence of studies examining the specific factors influencing e-wallet deployment in Malaysia, especially among higher education students, underscores the need for further research in this area. Malaysia's ongoing initiatives, such as the Malaysia Digital Economy Blueprint (MyDIGITAL) and the promotion of Malaysia Madani, align with efforts to accelerate digital transformation and promote e-wallet adoption as part of broader economic development strategies.

In Malaysia, particularly in Selangor, where e-wallet adoption is of interest, this study aims to explore the factors influencing the intention to use e-wallets among higher education students. The objective is to investigate perceived usefulness and perceived ease of use, with the following specific aims:

1. To examine the relationship between perceived usefulness and the intention to use e-wallets among

higher education students in Selangor, Malaysia.

2. To assess the relationship between perceived ease of use and the intention to use e-wallets among higher education students in Selangor, Malaysia.

By focusing on these specific objectives, this study seeks to provide insights into the factors driving e-wallet adoption among higher education students in Selangor, which can inform strategies aimed at promoting wider acceptance and usage of e-wallets in the region.

The research scope is to investigate the factors influencing the intention to use e-wallets among higher education students in the Selangor area. Selangor, being one of the most densely populated states in Malaysia,
offers an ideal location for studying consumer behavior and preferences, including e-wallet adoption, among a large and diverse population. Additionally, Selangor's status as a major economic hub in Malaysia provides a rich environment to study the usage patterns and adoption rates of e-wallets across various sectors, including retail, services, and finance. Its advanced technological infrastructure, coupled with widespread internet connectivity and access to mobile devices, facilitates e-wallet usage and serves as an optimal setting to explore the factors influencing their adoption among higher education students.

Moreover, Selangor's numerous prominent universities and colleges attract a sizable population of higher education students from diverse backgrounds, making it an ideal location to study e-wallet adoption among this group, given their potential as significant users of digital payment solutions. The region's rapid urbanization and modernization in recent years have also led to changes in consumer preferences and payment behaviors, further emphasizing the importance of focusing on Selangor to capture the dynamics of e-wallet adoption within this evolving urban landscape.

The research will only specifically delve into two factors affecting e-wallet adoption: perceived usefulness and ease of use. Data collection primarily occurs through Google Forms and messaging apps, ensuring anonymity and data security.

METHOD

Primary data is collected through structured questionnaires distributed via Google Forms to higher education students. Excel is used to collect respondent information, facilitating trend identification. Statistical Package for Social Science (SPSS) is employed for data analysis, including descriptive analysis to assess the level of intention to use e-wallets. Insights gained from this analysis prioritize interventions or strategies aimed at promoting e- wallet adoption based on influential factors.

Research Model

The study on the intention to use e-wallets among higher education students in Selangor is closely aligned with the Technology Acceptance Model (TAM) developed by Davis and Venkatesh (1989). According to TAM, perceived ease of use and perceived usefulness are crucial determinants of individuals' attitudes and behaviors toward adopting new technologies.

In the context of this study, perceived ease of use refers to the extent to which higher education students perceive using e-wallets as effortless or devoid of difficulty. According to TAM, if students find e-wallets easy to use, they are more likely to develop a positive attitude toward adopting e-wallet technology. This positive attitude is expected to lead to an increased intention to use e-wallets.

Similarly, perceived usefulness in the study pertains to the extent to which higher education students believe that using e-wallets would enhance their tasks or performance. According to TAM, if students perceive e-wallets as useful tools for their financial transactions, they are more likely to develop a favourable attitude towards adopting e-wallet technology. Consequently, their intention to use e-wallets is expected to increase.

By investigating the relationships between perceived ease of use and perceived usefulness towards the intention to use e-wallets among higher education students in Selangor, the study provides empirical support for the TAM model and contributes to our understanding of the factors driving e-wallet adoption in this demographic group. Figure 1 illustrates the conceptual framework depicting the interrelationships among these variables.

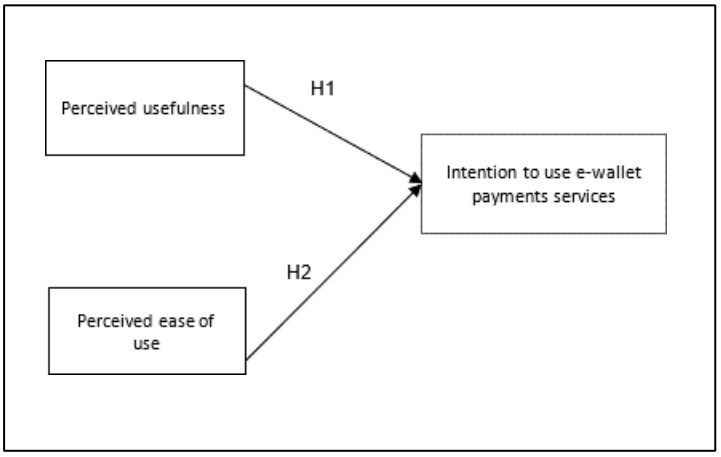


Figure 1. Research framework.

Population and Sampling

According to the Population and Housing Census of Malaysia 2010, the population in Selangor was reported to be 6.56 million people. Considering higher education students aged 18 years old to more than 26 years old within this population, Krejcie and Morgan's (1970) formula suggests that 384 questionnaires would be sufficient for respondents to complete. However, to mitigate the risk of incomplete data, the study opted to distribute 400 questionnaires to higher education students across various districts in Selangor, including Gombak, Hulu Langat, Hulu Selangor, Klang, Kuala Selangor, Petaling, Sabak Bernam, and Sepang.

Validity-reliability

To ensure the accuracy and reliability of the questionnaire designs, a pilot test was conducted, following the recommendation of Zikmund (2010). This pilot test involved 30 respondents and aimed to assess the effectiveness of the information variables included in the questionnaire. Through this process, the questionnaire was refined to ensure its suitability for the main study. Moreover, the reliability of the questionnaire items was assessed using

Cronbach's alpha. The results indicated satisfactory internal consistency for the constructs under investigation, with Cronbach's alpha values of 0.743 for Perceived Usefulness, 0.664 for Perceived Ease of Use, and 0.719 for Social Influences. These findings affirm the reliability of the questionnaire in measuring the intended constructs and enhance the validity of the study's results.

RESULTS

Among the 384 respondents selected at random, the distribution between genders is nearly equal, with 163 (43%) male respondents and 221 (57%) female respondents. Detailed descriptive statistics regarding the respondents' demographic profile are presented in Table 1.

Table 1. Demographic profile.

Profile	Frequency	Percentage (%)
Gender: Male Female		
	163	43
Age:	221	57
18 – 20 years		
21 - 23 years		
24 - 26 years	165	43
Above 26 years	103	26.8
	66	17.2
District:	49	12.8
Hulu Selangor Petaling Sepang Klang		
Hulu Langat Kuala Langat	102	26.6
Gombak	74	19.3
Kuala Selangor Sabak Bernam	46	12
	39	10.2
	31	8.1
	25	6.5
	23	6.0
	22	5.7
	22	5.7

The majority of respondents belong to the age group of 18-20 years old, comprising a total of 163 (43%) respondents. Following this, the age group of 21-23 years old accounts for 103 (26.8%) respondents, while the age group of 24-26 years old consists of 66 (17.2%) respondents. In terms of geographical distribution, the highest number of respondents is from Hulu Selangor, with 102 (26.6%) respondents, followed by Petaling with 74 (19.3%) respondents, and Sepang with 46 (12.0%) respondents. Conversely, the districts of Kuala Selangor and Sabak Bernam have the lowest representation, with 22 (5.7%) respondents each.

Number Of e-wallet Applications Registered And The Most E-wallet Payment Used.

Table 2 provides an overview of the number of e-wallet registrations among the respondents, shedding light on their engagement with digital payment platforms. Notably, the data reveals that all respondents have registered at least one e-wallet application, underscoring the widespread adoption of digital payment solutions among higher education students in Selangor. Moreover, a significant portion of respondents, comprising 39 individuals (10.2%), have registered more than four applications, indicating a high level of engagement with multiple e-wallet

platforms. Additionally, 46 respondents (12%) have registered precisely four e-wallets, further emphasizing the diverse range of platforms utilized by this demographic. On average, 131 respondents (34.1%) have registered three applications, highlighting the prevalence of multi-platform usage among respondents.

This comprehensive breakdown offers valuable insights into the e-wallet registration patterns among higher education students in Selangor, informing strategies aimed at optimizing digital payment adoption in this demographic.

Table 2. Number of e-wallet Applications Registered.

Number of e-wallets	Frequency	Percentage (%)
1	51	13.3%
2	117	30.5%
3	131	34.1%
4	46	12.0%
More than 4	39	10.2%

In the context of exploring e-wallet adoption among higher education students in Selangor, Table 3 presents a breakdown of e-wallet usage among respondents. It provides insight into the preferred e-wallet platforms among this demographic group, shedding light on their payment preferences and behaviors.

Table 3. E-Wallet Payment Among Respondents**.**

E-wallet	Frequency	Percentage(%)
Touch 'n' Go	150	39.06%
MAE	110	28.65%
Boost Samsung Pay Grab Pay Shopee Pay Apple	52	13.54%
Pay	48	12.5%
Debit or Credit Card	14	3.65%
	8	2.8%
	1	0.26%
	1	0.26%

The data reveals that Touch 'n' Go e-wallet is the most widely used among respondents, with 150 individuals (39.06%) indicating it as their primary choice. MAE follows closely behind, with 110 respondents (28.65%) opting for this platform. Boost, Samsung Pay, and GrabPay are also popular choices among respondents, with 52 (13.54%), 48 (12.5%), and 4 (3.65%) individuals respectively using these platforms. Conversely, Shoppe Pay and Apple Pay are less frequently utilized, with preference rates of 2.8% and 0.26% respectively. This breakdown offers valuable insights into the e-wallet landscape among higher education students in Selangor, informing future strategies and initiatives aimed at promoting e-wallet adoption in this demographic.

Monthly spending using e-wallet

The study delves into the monthly spending habits of e-wallet users, providing insights into their expenditure patterns. Table 4 presents a breakdown of monthly spending among respondents. The data showcases a spectrum of expenditure levels, ranging from below RM200 to over RM1000. Interestingly, no distinct spending ranges

emerged from the study's findings.

Table 4. Monthly Spending using e-wallet.

Monthly Spending(RM)	Frequency	Percentage(%)
Below than RM200 RM201- RM400	65	16.9%
RM401- RM600 RM601-RM800	65	16.9%
RM801-RM1000	63	16.4%
More than RM1000	65	16.9%
	65	16.9%
	61	15.9%

E-wallets have revolutionized the landscape of financial transactions, offering convenience and efficiency to users in today's digital age. These digital payment platforms enable individuals to securely store and manage their payment information, facilitating seamless transactions for various goods and services. The widespread adoption of e-wallets in Malaysia reflects their growing popularity among consumers, with a diverse array of platforms competing for market share. Among these platforms, Touch 'n' Go, MAE, and Boost have emerged as leading choices among users.

Table 5, sheds light on users' perceptions of the usefulness of e-wallet payment services. Notably, Item 1, "I believe that using e-wallet payment services improves the effectiveness of the payment process," received the highest frequency score of 4.71. This perception is indicated by the high frequency score of 4.71, which suggests a strong consensus among respondents. Additionally, the low standard deviation of 0.572 indicates that the responses are closely clustered around the mean, further supporting the notion of widespread agreement among users.

Respondents strongly agree that using e-wallet platforms saves them time, especially during transactions, as indicated by a high frequency score of 4.43 and a low standard deviation of 0.846. This perception underscores the efficiency and convenience of e-wallets in streamlining payment processes. E-wallet providers can leverage this perception to attract users by emphasizing the time-saving benefits of their platforms and continuously enhancing features for an improved user experience

Table 5. Perceive usefulness

Item	Frequency	SD	Level
I believe using e-wallet payment services enhance the effectiveness of the payment process.	4.71	.572	High

I believe using e-wallet platform system saves me time, especially in transaction process.	4.43	.846	High
I found using an e-wallet makes it easier to buy products or services.	4.40	.795	High
The use of e-wallet will improve the quality of my online transactions.	4.56	.705	High

Respondents perceive that using an e-wallet makes purchasing products or services easier, with a high frequency score of 4.40 and a low standard deviation of 0.795, indicating strong consensus among respondents. This perception highlights the convenience and efficiency of e-wallets in facilitating transactions. E-wallet providers can capitalize on this perception by emphasizing the ease of purchasing through their platforms in marketing efforts and further enhancing features to streamline the buying process for users.

Respondents strongly agree that using e-wallets improves the quality of their online transactions, with a high-frequency score of 4.56 and a low standard deviation of 0.705, indicating widespread consensus. This perception highlights the positive impact of e-wallets on aspects such as security, convenience, and reliability during online purchases. E-wallet providers can leverage this perception to attract users by emphasizing the enhanced quality of online transactions facilitated by their platforms and continuously refining features to optimize the user experience further.

In the realm of digital finance, perceived ease of use plays a crucial role in shaping user adoption and satisfaction with e-wallet platforms. Table 6 presents the results of a descriptive analysis focused on users' perceptions of the ease of using e-wallets. Understanding these perceptions is essential for e-wallet providers to enhance user experiences and drive continued adoption in the market.

Table 6. Perceive ease of use

Item	Frequency	SD	Level
e-wallet is easy to use	4.40	.711	High
I was comfortable using the e-wallet.	4.39	.771	High
The use of an e-wallet gives me the flexibility to make transactions.	4.34	.846	High
Transferring money through an e-wallet has many steps.	4.18	1.092	High

Respondents strongly perceive e-wallets as easy to use, with a high-frequency score of 4.4 and a low standard deviation of 0.711, indicating widespread agreement among respondents. This suggests that e-wallet platforms offer intuitive interfaces and straightforward processes, contributing to their user-friendly nature. E-wallet providers can leverage this perception by emphasizing the ease of use of their platforms and implementing user-centric design principles to further enhance usability.

Respondents demonstrate a high level of comfort when using e-wallets, as indicated by a frequency score of 4.39 and a low standard deviation of 0.771, signifying widespread agreement among respondents. This suggests

that users feel at ease navigating e-wallet applications, reflecting positively on the platforms' user experience. E-wallet providers can leverage this perception by emphasizing user comfort in their marketing strategies and further enhancing features to ensure a seamless and comfortable user experience.

Respondents strongly agree that using an e-wallet provides them with flexibility in making transactions, as evidenced by a frequency score of 4.34 and a low standard deviation of 0.846, indicating widespread consensus. This perception highlights the versatility and convenience offered by e-wallet platforms, allowing users to conduct transactions on their own terms. E-wallet providers can leverage this perception by emphasizing the flexibility of their platforms in marketing efforts and continuing to innovate features to enhance transactional flexibility further.

Respondents generally perceive transferring money through an e-wallet as involving multiple steps, as indicated by a frequency score of 4.18 and a standard deviation of 1.092, reflecting a high level of consensus. While the perception of complexity is noted, it's essential to recognize that users still find the process manageable. E-wallet providers can address this perception by streamlining the fund transfer process, simplifying steps, and providing clearer instructions to enhance the user experience and alleviate any perceived complexities.

DISCUSSION AND CONCLUSION

The findings of the study provide valuable insights into the factors influencing e-wallet adoption among higher education students in Selangor. The results largely support the Technology Acceptance Model (TAM), with perceived ease of use and perceived usefulness emerging as significant determinants of e-wallet adoption intention. This aligns with previous research highlighting the importance of these factors in shaping intention toward technology adoption (Davis & Venkatesh, 1989). Specifically, the high frequencies observed for items related to the ease of use and usefulness of e-wallets indicate that students perceive e-wallets as convenient and beneficial tools for financial transactions.

However, it's important to acknowledge the limitations of the study, the role of social influences which is another element in shaping e-wallet adoption intentions among students. Another limitation of the study included the reliance on self-reported data and the potential for sampling bias. Future research could employ more diverse sampling methods to ensure broader representation and enhance the generalizability of the findings. Additionally, longitudinal studies could provide deeper insights into the dynamics of e-wallet adoption over time and uncover any changes in adoption patterns or factors influencing adoption.

In conclusion, this study contributes to our understanding of e-wallet adoption among higher education students in Selangor by highlighting the importance of perceived ease of use and perceived usefulness in shaping adoption intentions. The findings highlight the need for e-wallet providers to prioritize user-friendly interfaces and emphasize the practical benefits of e-wallets to encourage adoption among students. Policymakers should also consider the role of social networks and peer influence in promoting e-wallet adoption, perhaps through targeted educational campaigns or incentives.

SUGGESTIONS

Moving forward, researchers and practitioners must continue exploring the factors driving e-wallet adoption and monitor changes in consumer preferences and behaviors. By addressing the limitations of this study and building upon its findings, future research can further refine our understanding of e-wallet adoption dynamics and inform strategies to promote the widespread adoption and usage of e-wallets in Malaysia and beyond.

Overall, by capitalizing on the perceived benefits identified in the findings and addressing user needs and preferences, e-wallet providers can strengthen their offerings, attract more users, and drive continued adoption and usage of e-wallet payment services. Moreover, businesses and policymakers can develop targeted strategies to stimulate e-wallet usage among higher education students in Selangor, Malaysia, and promote broader financial inclusion and digital transformation initiatives.

BIBLIOGRAPHY

Davis, F. D., & Venkatesh, V. (1989). Technology Acceptance Model (TAM): Perceived ease of use and perceived usefulness. *The International Journal of Management Science*, 11(3), 215-218.

Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607-610.

Zikmund, W. G. (2010). *Business research methods*. Cengage Learning.

MENTEŞE İLİ İDARİ SINIRLARI VE DEMOGRAFİK YAPISI (1914)

Sefa Salih AYDEMİR
Doç. Dr. Adıyaman Üniversitesi/ Fen Edebiyat Fakültesi, Adıyaman, Türkiye, sefasalihaydemir@gmail.com

Kürşat KURTULGAN
Doç. Dr., Mersin Üniversitesi/Eğitim Fakültesi, Mersin, Türkiye, kursatkurtulgan@hotmail.com

ÖZET

Osmanlı Devleti, etnik ve dini açıdan birçok farklılığı bünyesinde barındırabilmiş nadir bir devlettir. Kuruluşundan yıkılışına kadar bu farklılıkların huzur ve barış içinde yaşamaları sağlanmıştır. Devletin güçlü olduğu dönemlerde uyum büyük ölçüde sağlanırken, güç ve toprak kayıplarının başlamasıyla bu durum büyük ölçüde ortadan kalkmıştır. Yaşanan toprak kayıpları sonrası durum tespiti için nüfus sayımları son derece önemli olmuştur. Osmanlı-Rus Savaşları, Balkan Savaşları sonrası etnik nüfus sayımının önemi daha da artmıştır. Bu sayımlardan bir tanesi olan 1330 senesi Nüfus İstatistiği Menteşe ilinin genel idari yapısını tespit etmemize ve il genelinde yaşamakta olan gayrimüslim ve Müslümanların sayıları ve durumları ortaya konmuştur. Söz konusu sayıma göre il genelinde nüfusun büyük çoğunluğu Müslümanlardan oluşmaktadır. Bunlardan sonra en fazla nüfus Rum azınlıktan oluşmaktaydı. Bunlara ek olarak Musevi, Kıpti ve Bulgar kökenli az sayıda nüfusun varlığını görmekteyiz. Nüfus sayımının hemen sonrasında başlayan I. Dünya Savaşı demografik yapının büyük ölçüde değişmesine sebep olmuştur. Savaş sonrası şehir genelindeki gayrimüslim nüfusun tamamı göç etmek mecburiyetinde kalmıştır. Söz konusu dönemde güvenlik ve ekonomi için haklı gerekçelerle yapılan sayım neticesinde ortaya çıkan sonuçlar hem dönemin Ekonomik ve Sosyal yaşama dair fikir edinmemize imkân vermektedir.

Anahtar Kelimeler: Tahrir, Nüfus Sayımı, Demografik Yapı, Osmanlı, Menteşe.

ADMINISTRATIVE BORDERS AND DEMOGRAPHIC STRUCTURE OF MENTEŞE PROVINCE (1914)

ABSTRACT

The Ottoman Empire is a rare state that was able to accommodate many ethnic and religious differences. From its foundation until its collapse, these differences were ensured to live in peace and tranquility. While harmony was largely achieved during the periods when the state was strong, this situation was largely eliminated with the onset of power and land losses. Population censuses were extremely important to determine the situation after the land losses. The importance of ethnic census increased after the Ottoman-Russian Wars and the Balkan Wars. One of these censuses, the Population Statistics of 1330, helped us determine the general administrative structure of the Menteşe province and revealed the numbers and situations of non-Muslims and Muslims living in the province. According to the census in question, the majority of the population in the province consists of Muslims. After these, the largest population consisted of the Greek minority. In addition, we see the presence of a small population of Jewish, Coptic and Bulgarian origin. World War I, which started immediately after the census, caused the demographic structure to change greatly. After the war, the entire non-Muslim population in the city had to emigrate. The results obtained as a result of the census carried out for justified reasons for security and economy in the said period allow us to get an idea about the economic and social life of the period.

Keywords: Register, Population Registery, Demografic Structure, Ottoman, Menteşe.

GİRİŞ

Nüfus, belirli bir zamanda sınırları tanımlı bir bölgede yaşayan insan sayısıdır. Söz çoğunlukla insan sayısını belirleyen bir kavram olarak kullanılır. Nüfus bir ülkede, bir bölgede, bir evde belirli bir anda yaşayanların oluşturduğu toplam sayıdır.

Nüfus, sayımlar yoluyla belirlenir. Nüfus sayımları seçmenlerin belirlenmesinin yanı sıra başka pek çok amaç için de yapılmaktadır. İlk nüfus sayımlarının temel amacı askeri gücü belirlemek vergilendirme için kolaylık sağlamaktı ve yalnızca erkekler dikkate alınıyor, kadınlar ve çocuklar göz ardı ediliyordu. Nüfus sayımlarındaki diğer amaçlar da şunlardır: Erkek-kadın nüfusu belirlemek, kırsal-kentsel nüfusu belirlemek, nüfus yerleşim yerlerine göre dağılımını belirlemek, okuma-yazma oranını belirlemek, eğitim durumunu belirlemek, nüfusu belirlemek, nüfusun yaşlara göre dağılımını belirlemek ve daha birçok amaçtan dolayı yapılır.

Nüfus sayımları yoluyla bir yerleşim birimindeki insan grubunun demografik özellikleri ortaya konur. Düzenli sayımlar, nüfusun artış hızı, ölümler, doğumlar ve göçler gibi demografik göstergelerin gidişatını belirlenmesine ve durum tespitinin yapılmasına olanak tanır.

Balkan savaşları, I. Dünya Savaşı ve Millî Mücadele dönemlerinde Anadolu nüfusunda çok önemli değişiklikler yaşanmış; savaşlar, toprak kayıpları, yoğun iç ve dış göç, sürgün, mübadele, kıtlık ve salgın hastalık gibi faktörlerle Cumhuriyet'in kuruluş yıllarında Türkiye nüfusu 13 milyon civarına kadar gerilemiştir. Anadolu'da özellikle Rum ve

Ermeni nüfusu yaşanan göçler ve mübadele sonucunda önemli ölçüde azalmıştır. Demografik yapıda ortaya çıkan sorunların çözümünde özellikle Balkanlardan gelen muhacirlerin rolü oldukça fazladır. Tahminen gidenler sonrası 10 milyonun altına düşen nüfus gelenler ile arttırılmıştır. Ayrıca gelen nüfusun kadın erkek oranlarına baktığımızda da eşit sayıda olduklarını görmekteyiz. 1927 yılında yapılan sayım ile nüfusumuz daha normalleşmiş ve kadın erkek nüfusu neredeyse eşitlenmiştir. Cumhuriyet'in ilk sayımı olan 1927 yılı sayımından (13.648.270 nüfus) itibaren sürekli artmaya devam etmiştir (DPT, 1994: 4).

Bu çalışmada öncelikle 1330 senesindeki Osmanlı Devleti'ne ait nüfus sayımı belgesinin çevirisini yaparak, Osmanlı devleti topraklarında yaşayan etnik gruplar baz alınmış ve nüfus cetveli oluşturulmuştur. Bu nüfus cetveli il, ilçe ve kaza şeklinde oluşturuldu. Eser de nüfus özellikleri belirtildi ve sadece erkeklerin dâhil olduğu nüfus dökümü çıkartıldı.

Menteşe Sancağının İdari Sınırları ve Demografik Yapısı:

Menteşe ili tarihte Balat ve Muğla adları ile de anılan günümüzde Batı Anadolu bölgesinde yer alan önemli bir şehirdir. 1426 tarihi itibariyle Anadolu Eyaletine bağlı bir sancak olan Menteşe 1841 tarihinden itibaren Aydın Eyaletine bağlanmıştır. Türkiye Cumhuriyeti'nin kurulmasından sonra 1924 yılı itibariyle müstakil bir vilayet haline getirilmiştir (Sezen, 2006: 369). Üzerinde çalıştığımız 1330(1914) nüfus istatistiğine baktığımızda merkez kaza ile Marmaris, Köyceğiz, Fethiye, Bodrum ve Milas kazalarından oluşmaktadır. Bu istatistik sayesinde şehrin genel yapısı ve demografik yapısı hakkında önemli verilere ulaşmak mümkündür. Söz konusu istatistik cetveline göre 1330 senesindeki Osmanlı devletinin nüfus sayımı incelenmiş ve Menteşe özelinde listelenmiştir. Bu dönemde savaşların olması sebebiyle genç nüfusun çoğu savaşlarda şehit olmuştur. Bu durum hem iş gücü açığının doğmasına ve hem de devlet kademesinde ihtiyaç duyulan memur ihtiyacına sebep olmuştur. Ayrıca gayrimüslimlerin işgal sürecinde ayrılıkçı faaliyetlere katılmaları ve Batı Anadolu bölgesi genelinde hareketli olmaları sebebiyle sıkıntılar giderek artmıştır.

Osmanlı devletinin bu dönemdeki nüfusu 9 milyona yakındır. Ancak kadınlar bu nüfus sayımına dâhil olmamıştır. Bunun nedeni askere alınacak ve vergi verebilecek kişileri tespit etmektir. 1927 senesindeki nüfus sayımına baktığımızda hem erkek hem de kadınların dâhil olduğu görülmektedir. Bu dönemdeki nüfusun 14 milyona yaklaştığını görmekteyiz. Bu sayım Türkiye Cumhuriyeti'nin ilk sayımıdır. Bu dönemde demografik yapının ciddi anlamda değiştiği görülmektedir.

Tablo 1. Menteşe Vilayeti ve İlçelerinin Nüfusunu gösterir cetvel (BOA. 1330 Senesi Nüfus İstatistiği).

Esam-i vilayet Liva ve kaza	Menteşe sancağı merkez kazası	Marmaris kazası	Köyceğiz kazası	Fethiye kazası	Bodrum kazası	Milas kazası	Menteşe sancağı yekün
Yekün	63589	17195	24972	44345	19716	41057	210874
İslam	61576	15040	23716	36734	15468	36382	188916
Rum	2008	2082	727	7394	4042	3670	19923
Ermeni	4		5		3		12
Musevi	1	69	120	217	203	1005	1615
Kıpti		4	396				400
Bulgar			8				8

Aydın Vilayeti sınırları içerisinde kalan menteşe ili demografik açıdan değişimlerin yaşandığı bir yerleşim alanıdır. 1914 yılı itibariyle kilometre başına düşen nüfus Aydın ilinde 35 iken bu rakam 1923 yılına gelindiğinde 24'e düşmüştür (BCA. 030.10.25.145.2). Yaklaşık %35'lik bir nüfus kaybının yaşandığı tahmin edilmektedir. Yıl itibariyle genel nüfusun %90'ı İslâm, %9'u Rum ve %1'i diğerleri olarak tespit edilmiştir. Fransız İstatistik ofisinin 1919 yılı itibariyle gerçekleştirdiği sayıma göre tablo' da görülen rakamların 1914'teki ile neredeyse aynı olduğunu görmekteyiz. Millî Mücadelenin başarılı olduğu kesinleştikten sonra il genelinde demografik yapı hızla değişmiş ve gayrimüslim unsurların neredeyse tamamı gitmiştir. Ayrıca işgal sürecinde yaşanan katliamlar ve asker kayıpları ile bu oran daha da artmıştır.

Demografik Farklılara Dair Bilgiler:

Yaptığımız bu çalışmada Osmanlı döneminde şehir genelinde on farklı etnik ve dini grubun varlığı tespit edilmiştir. Bunlara dair kısa açıklamalara yer vermek gerekmektedir.

Bulgar: Bulgarlar Türk kavimlerinden bir tanesidir. Batı Hun Devleti içerisinde yer alan bu boy kavimler göçü sonrası Avrupa'ya gelmiştir. Tarihte ilk defa milâttan sonra 482'de adı geçen bu boy, Atilla'nın ölümü sonrası Kafkaslar'da Tuna'ya kadar olan Karadeniz'in kuzeyinde hâkim güç olmuşlardır. Bulgar kabilelerinden Utigurlar ile Baserabya bölgesinde bulunan Kutrigurların arasını bozan ve birbirleri ile savaştıran Bizans İmparatoru Zenon savaşı kaybeden Kutrigurları Bizans hakimiyeti altına almış ve bunları Trakya'ya yerleştirmiştir. Zaman içerisinde Hristiyanlığı seçerek Bizans Devleti için çalışmışlardır. Utrigur Bulgarları ise İdil Volga bölgesinde yaşamaya başlamışlardır. Türkistan, İran ve Araplarla yoğun bir ticari hayata sahip olan bu boy etkileşim sonrası Müslümanlığı seçmişlerdir (Yüce, 1992: 390-391).

Ermeni Katolik-Ortodoks- Protestan: Günümüzde 2 milyara yaklaşan nüfusuyla mensuplarının sayısı bakımından dünyanın en büyük dini Hristiyanlıktır. Zaman içerisinde Katolik, Ortodoks ve Protestan adları altında mezheplere ayrılmışlardır (Demirci, 1998: 328-340). Hristiyanların büyük çoğunluğu Katolik mezhebindendir. Balkan ve Rus coğrafyaları ile sınırlı kalan Ortodokslar sayısal olarak daha azdır. XVI. Yüzyıla gelindiğinde Martin Luther önderliğindeki dinde reformu savunanlar yeniz bir mezhep olan Protestanlığı seçmişlerdir (Waardenburg, 2007: 351-354). Günümüzde Hristiyanların %50'si Katolik, %30'u Protestan, %17'si Ortodoks ve %3'ü ise diğer mezheplerden oluşmaktadır (Aydın, 1998: 353-358). Ermenilerin 451 yılında Kalkedon Konsilinde Roma kilisesi ile

Doğu kiliseleri arasında doğan doktrin ve siyasi çekişmeler nedeniyle Ermenilerde kendi aralarında bölünerek Katolik ve Ortodoks cemiyetlerine mensup olurlar (URL 1).

Ermeni: Aziz Gregor'un öncülüğünde Hıristiyanlığı benimseyen ve sadece ilk üç ekümenik konsülü kabul eden Ermeniler 'in Katolik ve Ortodokslardan farklı olan mezheplerine verilen ad (URL 2).

İslâm: İslâm, Allah-u Teâlâ'nın Hz. Muhammed (sav)'i tebliğine memur kıldığı dine verilen addır (Türkmen, 2020: 232). Müslümanlık olarak da adlandırılan bu dine mensup insanlar için de kullanılan kelime Türklerin üstlendiği misyon ile Türkler için de kullanıla gelmiştir. Türk ve Rum Ahalinin mübadelesine dair imzalanan antlaşma çerçevesinde sadece Türkler değil Müslüman olan insanlarda Yunanistan'dan Türkiye'ye sevk edilmiştir.

Kazak: Kazak tabirinin ilk kullanımı XIV. Yüzyıla kadar gitmektedir. Mânâ olarak "kendi başına buyruk hareket eden yiğit, cesur, bekâr" anlamlarına gelen kelime etnik değil sosyal bir gerekçe ile kullanılmıştır. Kazak adı ile anılan grup zaman içerisinde Hazar'ın kuzeyinden Altaylar'a kadar uzanan coğrafyalarda yaşamışlardır (Hitchins, 2022: 131-132). Gerek siyasi ve gerekse ekonomik sebeplerle dünyanın çeşitli devletlerinde yaşamaya devam etmektedirler. Rus baskısı nedeniyle birçoğu güvenli olarak gördükleri Osmanlı Devleti'ne sığınmışlardır. Günümüzde Kazakistan'da yaşayan Türk halkına verilen addır.

Kıpti: Mısır'ın yerli ve Hristiyan halkı için kullanılan isimdir. Sayıları zaman içerisinde giderek azalmıştır. Bu azalışta İslâm dini seçmeye başlamaları etkili olmuştur. Günümüzde kıpti kelimesi çingeneler için de kullanılan bir kavramdır (Altınöz, 2020: 291-294).

Latin: Latinler, bugünkü Lazio 'ya tekabül eden bölgede yaşamış olan eski bir İtalik halk (URL 3).

Musevi: Hz. Musa'nın Peygamberi olduğu ilahi din (Gürkan, 2013: 187-197).

Rum: Doğu Roma'nın ayrılmasından sonra burada yaşayanlar için kullanılmaya başlanmıştır. Avrupa'daki Roma kelimesi, Anadolu'da Rum olmuştur. Anadolu Selçuklu döneminde daha da yaygınlaşan Rum kelimesi Osmanlı döneminde Bulgarlar ve Ermeniler dışındaki Ortodoks Hristiyanlar için kullanılmıştır (Çakmak, 2007: 15). İmparatorluğu sınırları İçinde Yaşamış ve Roma yurttaşı haklarına sahip olmuş halk. Bu kimselerin çeşitli etnisiteye sahip bireylerden oluşan bir topluluk olmalarına karşın ilerleyen zamanda bu kimselerin konuştukları Latinceyi bırakarak Yunancayı benimsemeleri ve çoğunluğun Müslümanlardan oluştuğu yerlerde yaşamaları nedeniyle daha sonradan bu kelime, Yunanistan dışında Müslüman ülkelerde oturan Yunan asıllı kimseleri ifade etmede kullanılmıştır (URL 4).

SONUÇ

Dünya tarihinde yer bulmuş her devlet dönem dönem nüfus sayımları yapmıştır. Böylelikle fiziki gücünün ne olduğunu ve neler yapılması gerektiğine dair fikirler üretebilmişlerdir. Sayımlardan elde edilen veriler ekonomik ve sosyal durumlarına dair somut bilgiler vermektedir. Savaşın olmadığı anlarda bu sayımların daha çok yapıldığını söyleyebiliriz. Böylelikle ortaya çıkabilecek bir savaşa da askeri olarak hazırlanabilme imkânı sağlanmıştır.

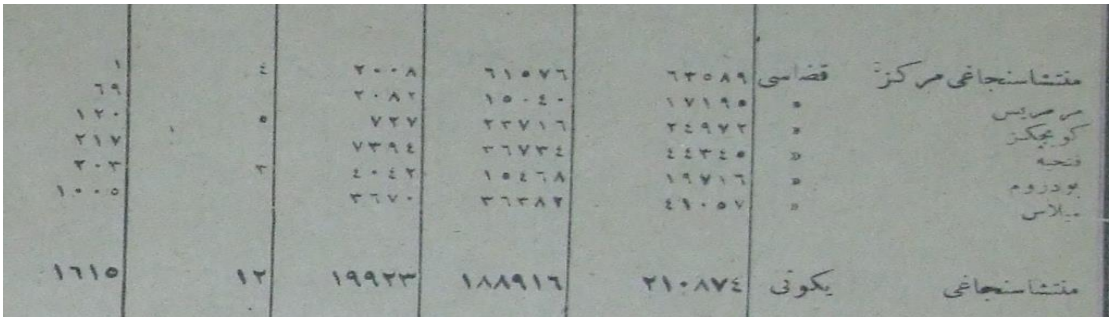
Osmanlı döneminde tahrir adı verilen nüfus sayımları ile genel durum hakkında bilgi sahibi olunmakta ve bu çerçevede sorunların çözümü için politikalar belirlenmektedir. Ülkemiz, Cumhuriyetin ilan edilmesi ile yaşadığı rejim değişikliğinin ardından da uzun yıllar boyunca devam etmiş olan savaşların yaralarını sarmak ve izlerini silmek için büyük bir mücadele içine girmiştir. Öncelikle demografik yapıda bulunan farklılıkların sınırlar dışına çıkartılması sağlanmış ve sonrasında gerçekleştirilen iskân politikalarıyla da ortaya çıkan boşlukların doldurulması sağlanmıştır. Bu süreçte nüfus sayımları ve politikaları son derece önemli ve stratejiktir.

Sebep ve sonuç ilişkisi bakımından gerek 1914 ve gerekse 1927 yılında gerçekleştirilmiş olan bu iki sayımda da ülkenin o dönemdeki sorunları dikkate alınmış ve nüfus sayımı o olaylar ekseninde amacına uygun yapılmıştır. Söz konusu dönemde giden nüfusun sayısal ve sosyal verilerine uygun bir şekilde iskân politikasına yön verilmiş ve 23'lere kadar düşen nüfus yoğunluğunu arttırmışlardır. Özellikle mübadele çerçevesinde buraya iskân edilenlerin demografik yapının normalleşmesindeki rolleri oldukça önemlidir. Ayrıca bölgenin ihtiyaç duyduğu iş gücü ve idari kadroların da gelenler tarafından büyük ölçüde karşılanmıştır.

KAYNAKÇA

BCA. 030.10.25.145.2.
BOA. DH. İUM. (22-3). (53)
BOA., (1336). *Memalik-i Osmaniye'nin 1330 Senesi Nüfus İstatistiği*, Der saadet Hilal Matbaası.
Altınöz, İ. (2020). Çingeneler. *TDV İslâm Ansiklopedisi*, Cilt Ek 1.
Aydın, M. (1998). Hristiyanlık. *TDV İslam Ansiklopedisi, Cilt 17*.
Çakmak, Z. (2007). *İzmir ve Çevresinde Yunan İşgali ve Rum Mezalimi (1919-1922)*, Yeditepe Yayınevi.
Demirci, K. (1998). Hristiyanlık. *TDV İslam Ansiklopedisi*, Cilt 17.
Gürkan, S. L. (2013). Musevi (Yahudilik). *TDV İslâm Ansiklopedisi,* Cilt 43.
DPT, (1994). *Nüfus ve Nüfusun Yapısı Özel İhtisas Komisyonu Raporu*.
Hitchins, K. (2022). Kazaklar. *TDV İslâm Ansiklopedisi*. 25. Cilt.
Karpat, K.H. (2003). *Osmanlı Nüfusu (1830-1914) Demografik ve Sosyal Özellikleri*, Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
Sezen, T. (2006). *Osmanlı Yer Adları.* TC. Başbakanlık Devlet Arşivleri Genel Müdürlüğü Yayınları.
Türkmen, B.R.& Türkmen, M. (2020). İslâm Kelimesinin Semantik Analizi. *İnternational Journal of Culturel And Social Studies,* Cilt 6, Sayı 1, Haziran.
Yüce, N. (1992). Bulgar. *TDV İslâm Ansiklopedisi*, 6. Cilt.
Waardenburg, J. (2007). Protestanlık. *TDV İslam Ansiklopedisi*, 34. Cilt.
URL 1-www.tr.wikipedia.org/wiki/Ermeniler.
URL 2- https://islamansiklopedisi.org.tr/ermeni-kilisesi
URL 3- https://tr.wikipedia.org/wiki/Latinler
URL 4-www.tr.wikipedia.org/wiki/Rum

Ek 1. Tablo 1. Menteşe Vilayeti ve İlçelerinin Nüfusunu gösterir cetvelin orijinal resmi (BOA. Memalik-i Osmaniye'nin 1330 Senesi Nüfus İstatistiği, Der saadet Hilal Matbaası, Bab-ı Ali Karşısında İstanbul 1336, s.34-35).



منتشا سنجاغی مرکز	قضاسی	٦٣٥٨٩	٦١٥٧٦	٢٠٠٨	٤	١
مرمریس	»	١٧١٩٥	١٥٠٤٠	٢٠٨٢		٦٩
کوجکز	»	٢٤٩٧٢	٢٣٧١٦	٧٢٧	٥	١٢٠
فتحه	»	٤٤٣٤٥	٣٦٧٣٤	٧٣٩٤		٢١٧
بودروم	»	١٩٧١٦	١٥٤٦٨	٤٠٤٢	٣	٣٠٣
ـيلاس	»	٤٩٠٥٧	٣٦٣٨٢	٣٦٧٠		١٠٠٥
منتشا سنجاغی	يكونی	٢١٠٨٧٤	١٨٨٩١٦	١٩٩٢٣	١٢	١٦١٥

KARESİ (BALIKESİR) İLİ İDARİ SINIRLARI VE DEMOGRAFİK YAPISI (1914)

Kürşat KURTULGAN
Doç. Dr., Mersin Üniversitesi/Eğitim Fakültesi, Mersin, Türkiye, kursatkurtulgan@hotmail.com

ÖZET

Osmanlı Devleti, son yüzyılında yaşadığı birçok savaştan mağlubiyetle ayrılmıştır. Yaşanan savaşların şiddeti sebebiyle büyük insan kayıpları meydana gelmiştir. Demografik yapıdaki değişimlerin büyük bir kısmı Müslümanlar tarafında yaşanmıştır. Gayrimüslimlerin Müslümanlar kadar savaşlardan olumsuz etkilendiklerini söyleyemeyiz. Osmanlı bünyesinde ilk nüfus sayımı olan 1831 yılından araştırmaya konu olan 1914 nüfus sayımına kadar birçok nüfus sayımının gerçekleştirildiği görülmektedir. Bu sayımlar içerisinde en düzenli ve doğru sayım hiç kuşkusuz 1914 tarihli nüfus sayımıdır. Söz konusu sayımlara göre Anadolu'nun batı kısımlarında yer alan şehirlerde Karesi ilinin demografik yapısının büyük ölçüde aynı kaldığı söylenebilir. İl genelinde yaşamakta olan etnik ve dini farklılıklar güç ve otorite boşluğunun yaşandığı süreçlerde olumsuz tutum ve davranış içerisine girmişlerdir. Özellikle Balkan Savaşları sonrası Osmanlı bünyesinde bulunan etnik farklılıkların bağımsızlık arzuları oldukça artmıştır. I. Dünya Savaşı'nın iyice yaklaştığı günlerde yapılan 1330 senesi nüfus sayımı şehir genelinde durum tespiti yapmak için son derece faydalı olmuştur. Ayrıca bu farklılıkların kontrolü ve isyan etmelerinin önüne geçilmesi için bu çalışmalar önem arz etmektedir. Gerek güvenlik ve gerekse yapılması gerekenlere dair birçok bilgi bu sayım sonuçlarına göre ortaya konmuştur. 1330 senesi Nüfus İstatistiği Karesi ilinin genel idari yapısını tespit etmemize ve il genelinde yaşamakta olan gayrimüslim ve Müslümanların sayıları ve durumları ortaya konmuştur. Söz konusu sayıma göre il genelinde nüfusun büyük çoğunluğu Müslümanlardan oluşmaktadır. Bunlardan sonra en fazla nüfus Rum azınlıktan oluşmaktaydı. Bunlara ek olarak Ermeni, Musevi, Ermeni Katolik, Protestan, Latin, Kıpti, Kazak ve Bulgar kökenli etnik farklılıkların yaşadığı görülmektedir. Ekonomik ve Sosyal yaşama dair fikir edinmemize imkân veren bu sayımlar şehrin kültürel yapısını da ortaya koymaktadır. Bu farklılıklar I. Dünya Savaşı sonrası yaşanan gelişmeler sonrası bu farklılıkların birçoğu göç etmek mecburiyetinde kalmış ve demografik yapı büyük ölçüde değişmiştir.

Anahtar Kelimeler: Tahrir, Nüfus Sayımı, Demografik Yapı, Osmanlı, Karesi.

ADMINISTRATIVE BORDERS AND DEMOGRAPHIC STRUCTURE OF KARESİ (BALIKESİR) PROVINCE (1914)

ABSTRACT

The Ottoman Empire was defeated in many wars in the last century. Due to the violence of the wars, great human losses occurred. Most of the changes in the demographic structure have been experienced by Muslims. We cannot say that non-Muslims are as negatively affected by wars as Muslims. It is seen that many censuses were carried out from 1831, which was the first census in the Ottoman Empire, to the 1914 census, which is the subject of the research. Among these censuses, the most regular and accurate census is undoubtedly the 1914 census. According to the censuses in question, it can be said that the demographic structure of Karesi province in the cities located in the western parts of Anatolia has remained largely the same. Ethnic and religious differences living throughout the province have entered into negative attitudes and behaviors during periods of power and authority vacuum. Especially after the Balkan Wars, the desire for independence of ethnic differences within the Ottoman Empire increased considerably. The census of 1330, which was carried out in the days when World War I was approaching, was extremely useful in determining the situation throughout the city. In addition, these studies are important to control these differences and prevent them from rebelling. A lot of information about both security and what needs to be done has been revealed according to the results of these censuses. Population Statistics of the year 1330 helped us to determine the general administrative structure of Karesi province and the numbers and situations of non-Muslims and Muslims living in the province were revealed. According to the census in question, the majority of the population in the province consists of Muslims. After these, the largest population consisted of the Greek minority. In addition to these, it is seen that there are ethnic differences of Armenian, Jewish, Armenian Catholic, Protestant, Latin, Coptic, Kazakh and Bulgarian origin. These censuses, which allow us to get an idea about the economic and social life, also reveal the cultural structure of the city. Following the developments after World War I, many of these differences had to migrate and the demographic structure changed greatly.

Keywords: Register, Population Registery, Demografic Structure, Ottoman, Karesi.

GİRİŞ

Türklerin Anadolu coğrafyasına adım attığı andan itibaren etnik ve dini farklılıklarla tanışmış ve bu farklılıklarla 1000 yıldan fazla bir süredir iç içe yaşadıklarını görmekteyiz. Gerek Büyük Selçuklular gerek Anadolu Selçukluları ve gerekse Osmanlı Devleti'nin fiziki açıdan güçlü olduğu dönemlerinde barış ve huzurun bu coğrafyada hâkim olduğunu söyleyebiliriz. Devletlerin güçlerini kaybetmesiyle bu durum kısmen bozulmuştur. Özellikle Osmanlı Devleti'nin son dönemlerinde siyaseten ayrılıkçı faaliyetlerine hız verdikleri anlaşılmaktadır. Devlet yöneticileri dönem dönem gerek güvenlik ve gerekse siyasi açıdan bu farklılıklara dair çeşitli araştırmalar yaptırmış ve gerçekleşen her nüfus sayımlarında bu farklılıkların tespiti yapılmıştır.

Gerçekleştirilen düzenli ilk nüfus sayımı olarak kabul edilen 1831 sayımında sadece erkek nüfus tespit edilirken (Karpat, 2003:58) sonraki nüfus sayımlarında daha ayrıntılı kayıtların tutulduğu anlaşılmaktadır. Osmanlı Devleti tarafından son düzenli nüfus sayımı ise 1914 yılında gerçekleştirilmiştir. Bu sayıma göre gayrimüslim nüfusun en

fazla yaşadığı şehirlerden bir tanesi de günümüzde Balıkesir olarak bilinen Karesi Vilayetidir. Etnik ve dini farklılıkların çok olduğu şehirlerden olan Karesi mübadeleye kadar bu özelliğini korumuş ve sonrasında nüfus homojenleşmiştir.

Karesi Vilayetinin İdari Sınırları ve Demografik Yapısı:

Karesi Vilayeti, 1530 yılı itibariyle Anadolu eyaletine bağlı bir sancak olarak belirlenmiştir. 1880 yılına gelindiğinde müstakil bir eyalet haline gelen şehir, 1924 yılında son idari düzenlemede Balıkesir Vilayeti adı altında müstakil olmuştur (Sezen, 2006:292). Araştırmaya konu 1914 nüfus sayımına göre Vilayet Merkez kaza başta olmak üzere Edremit, Erdek, Ayvalık, Bandırma, Burhaniye, Sındırgı ve Gönen kazalarından oluşmaktadır. Toplam sekiz kazadan oluşan il genelinde toplam 472.970 nüfusun yaşadığı tespit edilmiştir (BOA, 1330 Senesi Nüfus İstatistiği, 1336:32-33).

Tablo 1'de görüldüğü üzere il genelinde Müslüman nüfus çoğunluğa sahiptir. Sadece Ayvalık ve Erdek kazalarında Rum nüfusun çoğunluğa sahip olduğu anlaşılmaktadır. Nüfus sayımında Anadolu coğrafyasında yirmi iki farklı etnik ve dini grubun çizelgelerde yer bulduğunu görmekteyiz. Karesi Vilayeti özelinde ise on farklı etnik ve dini grubun bulunduğu anlaşılmaktadır. İl genelinde en fazla farklılığa sahip olan Rumların mübadele ile gitmesinden sonra şehrin nüfusunu büyük ölçüde Müslümanlar oluşturmuştur.

Tablo 1- Karesi Vilâyeti ve Kazalarının Nüfusunu Gösterir Cetvel (BOA. 1330 Senesi Nüfus İstatistiği).

	Karesi merkez	Edremit	Erdek	Ayvalık	Balya	Bandırma	Burhaniye	Sındırgı	Gönen	Karesi sancağı yekûn
Yekûn	161744	40626	47666	31894	40894	59425	24851	28247	37623	472970
İslam	156092	30846	15232	454	33680	41146	20280	27095	34979	359804
Rum	2655	9699	31035	31440	3266	11507	4514	1130	2251	97497
Ermeni	2963	41	1094		298	4032	43	20	53	8544
Musevi		40	303			4	14		1	362
Ermeni Katolik	3					106				109
Protestan						51				51
Latin	1							1		2
Kıpti	30								339	369
Kazak			2			792				794
Bulgar				1	3650	1787	1	1		5438

Yaptığımız bu çalışmada Osmanlı döneminde şehir genelinde on farklı etnik ve dini grubun varlığı tespit edilmiştir. Bunlara dair kısa açıklamalara yer vermek gerekmektedir.

Demografik Farklılara Dair Bilgiler:

Bulgar: Bulgarlar Türk kavimlerinden bir tanesidir. Batı Hun Devleti içerisinde yer alan bu boy kavimler göçü sonrası Avrupa'ya gelmiştir. Tarihte ilk defa milâttan sonra 482'de adı geçen bu boy, Atilla'nın ölümü sonrası Kafkaslar'da Tuna'ya kadar olan Karadeniz'in kuzeyinde hâkim güç olmuşlardır. Bulgar kabilelerinden Utigurlar ile Baserabya bölgesinde bulunan Kutrigurların arasını bozan ve birbirleri ile savaştıran Bizans İmparatoru Zenon savaşı kaybeden Kutrigurları Bizans hakimiyeti altına almış ve bunları Trakya'ya yerleştirmiştir. Zaman içerisinde Hristiyanlığı seçerek Bizans Devleti için çalışmışlardır. Utrigur Bulgarları ise İdil Volga bölgesinde yaşamaya başlamışlardır. Türkistan, İran ve Araplarla yoğun bir ticari hayata sahip olan bu boy etkileşim sonrası Müslümanlığı seçmişlerdir (Yüce, 1992: 390-391).

Ermeni Katolik-Ortodoks- Protestan: Günümüzde 2 milyara yaklaşan nüfusuyla mensuplarının sayısı bakımından dünyanın en büyük dini Hristiyanlıktır. Zaman içerisinde Katolik, Ortodoks ve Protestan adları altında mezheplere ayrılmışlardır (Demirci, 1998: 328-340). Hristiyanların büyük çoğunluğu Katolik mezhebindendir. Balkan ve Rus coğrafyaları ile sınırlı kalan Ortodokslar sayısal olarak daha azdır. XVI. Yüzyıla gelindiğinde Martin Luther önderliğindeki dinde reformu savunanlar yeniz bir mezhep olan Protestanlığı seçmişlerdir (Waardenburg, 2007: 351-354). Günümüzde Hristiyanların %50'si Katolik, %30'u Protestan, %17'si Ortodoks ve %3'ü ise diğer mezheplerden oluşmaktadır (Aydın, 1998: 353-358). Ermenilerin 451 yılında Kalkedon Konsilinde Roma kilisesi ile Doğu kiliseleri arasında doğan doktrin ve siyasi çekişmeler nedeniyle Ermenilerde kendi aralarında bölünerek Katolik ve Ortodoks cemiyetlerine mensup olurlar (URL 1).

Ermeni: Aziz Gregor'un öncülüğünde Hıristiyanlığı benimseyen ve sadece ilk üç ekümenik konsülü kabul eden Ermeniler 'in Katolik ve Ortodokslardan farklı olan mezheplerine verilen ad (URL 2).

İslâm: İslâm, Allah-u Teâlâ'nın Hz. Muhammed (sav)'i tebliğine memur kıldığı dine verilen addır (Türkmen, 2020: 232). Müslümanlık olarak da adlandırılan bu dine mensup insanlar için de kullanılan kelime Türklerin üstlendiği misyon ile Türkler için de kullanıla gelmiştir. Türk ve Rum Ahalinin mübadelesine dair imzalanan antlaşma çerçevesinde sadece Türkler değil Müslüman olan insanlarda Yunanistan'dan Türkiye'ye sevk edilmiştir.

Kazak: Kazak tabirinin ilk kullanımı XIV. Yüzyıla kadar gitmektedir. Mânâ olarak "kendi başına buyruk hareket eden yiğit, cesur, bekâr" anlamlarına gelen kelime etnik değil sosyal bir gerekçe ile kullanılmıştır. Kazak adı ile anılan grup zaman içerisinde Hazar'ın kuzeyinden Altaylar'a kadar uzanan coğrafyalarda yaşamışlardır (Hitchins, 2022: 131-132). Gerek siyasi ve gerekse ekonomik sebeplerle dünyanın çeşitli devletlerinde yaşamaya devam etmektedirler. Rus baskısı nedeniyle birçoğu güvenli olarak gördükleri Osmanlı Devleti'ne sığınmışlardır. Günümüzde Kazakistan'da yaşayan Türk halkına verilen addır.

Kıpti: Mısır'ın yerli ve Hristiyan halkı için kullanılan isimdir. Sayıları zaman içerisinde giderek azalmıştır. Bu azalışta İslâm dini seçmeye başlamaları etkili olmuştur. Günümüzde kıpti kelimesi çingeneler için de kullanılan bir kavramdır (Altınöz, 2020: 291-294).

Latin: Latinler, bugünkü Lazio 'ya tekabül eden bölgede yaşamış olan eski bir İtalik halk (URL 3).

Musevi: Hz. Musa'nın Peygamberi olduğu ilahi din (Gürkan, 2013: 187-197).

Rum: Doğu Roma'nın ayrılmasından sonra burada yaşayanlar için kullanılmaya başlanmıştır. Avrupa'daki Roma kelimesi, Anadolu'da Rum olmuştur. Anadolu Selçuklu döneminde daha da yaygınlaşan Rum kelimesi Osmanlı döneminde Bulgarlar ve Ermeniler dışındaki Ortodoks Hristiyanlar için kullanılmıştır (Çakmak, 2007: 15). İmparatorluğu sınırları İçinde Yaşamış ve Roma yurttaşı haklarına sahip olmuş halk. Bu kimselerin çeşitli etnisiteye sahip bireylerden oluşan bir topluluk olmalarına karşın ilerleyen zamanda bu kimselerin konuştukları Latinceyi bırakarak Yunancayı benimsemeleri ve çoğunluğun Müslümanlardan oluştuğu yerlerde yaşamaları nedeniyle daha sonradan bu kelime, Yunanistan dışında Müslüman ülkelerde oturan Yunan asıllı kimseleri ifade etmede kullanılmıştır (URL 4).

SONUÇ

Yaptığımız bu çalışmada 1330 senesindeki Osmanlı Devleti'nin nüfus sayımı genel olarak incelenmiş ve şehir bazında kategorize edilmiştir. Bu dönemde savaşlarda yaşanan genç insanların fazlalığı hayatın her alanında iş gücü ve liyakatli insan açığının ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Demografik yapının büyük ölçüde bozulduğu bu süreçte Rum ve Ermeni azınlıklar özelinde ayrılıkçı faaliyetlere de hız verilmiştir. Bunun sıkıntılarını gerek işgal döneminde ve gerek se Millî Mücadele döneminde oldukça yaşayan idari kadrolar savaş sonrası bir arada yaşama imkânı kalmadığı için mübadeleye oldukça önem vermişlerdir.

Osmanlı devletinin bu dönemdeki nüfusu 9 milyona yakındır. Ancak kadınlar bu nüfus sayımına dâhil olmamıştır. Bunun nedeni askere alınacak ve vergi verebilecek kişileri tespit etmektir. Yaşanan savaşlar göç hareketlerinin de artmasına sebep olmuştur. Mübadele ve söz konusu dönemde yaşanan göçler nedeniyle nüfus oldukça azalmıştır. Cumhuriyetin kurulmasından sonra nüfus işlerine büyük önem verilmiştir. Etnik ve dini temelli olarak komşu coğrafyalarda sıkıntı içerisinde yaşayan birçok insana kapılar açılmış ve Anadolu coğrafyasında tekrar huzur ve barış ortamı sağlanmıştır. 1927 yılına gelindiğinde yapılan nüfus sayımına baktığımızda hem erkek hem de kadınların dâhil olduğu görülmektedir. Bu dönemdeki nüfusun 14 milyona çıktığı görülmektedir. Bu sayım Türkiye Cumhuriyeti'nin ilk sayımıdır. Bu dönemde demografik yapının ciddi anlamda değiştiği görülmektedir. 1914 yılı nüfus sayımında olduğu gibi 1927 yılı nüfus sayımında da ülkenin o dönemdeki sorunları dikkate alınmış ve nüfus sayımı o olaylar ekseninde amacına uygun yapılmıştır.

KAYNAKÇA

BOA., (1336). *Memalik-i Osmaniye'nin 1330 Senesi Nüfus İstatistiği*, Der saadet Hilal Matbaası, Bab-ı Ali Karşısı
Altınöz, İ. (2020). Çingeneler. *TDV İslâm Ansiklopedisi*, Cilt Ek 1.
Aydın, M. (1998). Hristiyanlık. *TDV İslam Ansiklopedisi, Cilt 17*.
Çakmak, Z. (2007). *İzmir ve Çevresinde Yunan İşgali ve Rum Mezalimi (1919-1922)*, Yeditepe Yayınevi.
Demirci, K. (1998). Hristiyanlık. *TDV İslam Ansiklopedisi*, Cilt 17.
Gürkan, S. L. (2013). Musevi (Yahudilik). *TDV İslâm Ansiklopedisi,* Cilt 43.
Hitchins, K. (2022). Kazaklar. *TDV İslâm Ansiklopedisi*, 25. Cilt.
Karpat, K.H. (2003). *Osmanlı Nüfusu (1830-1914) Demografik ve Sosyal Özellikleri*, Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
Sezen, T. (2006). *Osmanlı Yer Adları,* TC. Başbakanlık Devlet Arşivleri Genel Müdürlüğü Yayınları.
Türkmen, B.R.& Türkmen, M. (2020). İslâm Kelimesinin Semantik Analizi. *İnternational Journal of Culturel And Social Studies,* Cilt 6, Sayı 1.
Yüce, N. (1992). Bulgar. *TDV İslâm Ansiklopedisi*, 6. Cilt.
Waardenburg, J. (2007). Protestanlık. *TDV İslam Ansiklopedisi*, 34. Cilt.

URL 1-www.tr.wikipedia.org/wiki/Ermeniler.
URL 2- https://islamansiklopedisi.org.tr/ermeni-kilisesi
URL 3- https://tr.wikipedia.org/wiki/Latinler
URL 4-www.tr.wikipedia.org/wiki/Rum

Ek 1- 1914 Nüfus Sayımına Ait Basılı Kitapçıktan İlgili Belge Görseli

اسامی ولایات لوا وقضا		یکون	اسلام	روم	ارمنی	موسوی	روم قتولیك	ارمنی قتولیك	پروتستان	لاتین
قره‌سی سنجاغی مرکز	»	١٦١٧٤٤	١٥٦٠٩٢	٢٦٥٥	٢٩٦٣			٣		١
ادرمید	»	٤٠٩٢٦	٣٠٨٤٦	٩٦٩٩	٤١	٤٠				
اردك	»	٤٧٦٦٦	١٥٢٣٢	٣١٠٣٥	١٠٩٤	٣٠٣				
ایوالق	»	٣١٨٩٤	٤٥٤	٣١٤٤٠						
بالیه	»	٤٠٨٩٤	٣٣٦٨٠	٣٢٦٦	٢٩٨			١٠٦	٥١	
باندرمه	»	٥٩٤٢٥	٤١١٤٦	١١٥٠٧	٤٠٣٣	٤				
برهانیه	»	٣٤٨٥١	٢٠٢٨٠	٤٥١٤	٤٣	١٤				
صندرغی	»	٢٨٢٤٧	٢٧٠٩٥	١١٣٠	٢٠					١
کونان	»	٣٧٦٣٣	٣٤٩٧٩	٢٢٥١	٠٣	١				
قره‌سی سنجاغی	یکونی	٤٧٢٩٧٠	٣٥٩٨٠٤	٩٧٤٩٧	٨٥٤٤	٣٦٢		١٠٩	٥١	٢

HATAY'DA BİR GÖÇ HİKÂYESİ: KURTLUSOĞUKSU KÖYÜ (KIRIKHAN) İSKÂNI

Doç. Dr. Eylül KARAGEL
Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi, Hatay, Türkiye, eylulkaragel@mku.edu.tr

ÖZET

Ülkemiz Cumhuriyetin ilk yıllarından bu yana göçle ilgili hukuki düzenlemeler yaparak nüfusun ülke içerisinde dengeli dağılımını sağlamayı ve göç süreçleriyle ortaya çıkan sorunları ortadan kaldırmayı amaçlamıştır. Bu kapsamda bakıldığında Cumhuriyetin her döneminde çeşitli düzenlemelerin yapıldığını görmek mümkündür. İskân siyasetinin temel felsefesinin inşa edildiği metinler olan hukuki düzenlemeler, genellikle uygulandıkları dönemin yapısal sorunlarının çözümü amacıyla hazırlanmaktadır. 1923 yılından günümüze kadar iskân kanunlarının kapsamı giderek genişlemiştir. Uygulamada ortaya çıkan sorunlar sürekli olarak yeni kanun veya ek maddeler ile çözülmeye çalışılmıştır. Türk kültürünü korumak her dönemde öncelikli ölçüt olarak görülmüştür. Türkiye'nin her bölgesinde gerçekleşen iskân hareketleri toplumsal yapıyı şekillendirmede önemli rol oynamıştır. Hatay bulunduğu konum itibariyle Mezopotamya'dan Anadolu içlerine kadar devam eden bir göç güzergâhı üzerinde bulunmaktadır. Tarihin her aşamasında her yönden gelen göçler bu sahayı etkilemiştir. Araştırma Hatay ili sınırları içerisinde Kırıkhan ilçesinin bir kırsal yerleşmesi olan Kurtlusoğuksu köyünün İmece Mahallesi'ne devletin iskân politikasının bir sonucu olarak yerleştirilen konargöçerlerin sosyo-kültürel yaşantısını kapsamaktadır. Konargöçer aşiretlerden 76 ailenin yerleştirilmesiyle oluşmuş yeni bir yerleşim sahası olan İmece Mahallesi'ndeki göç süreci ve yaşananlar çalışmanın temel hedefini oluşturmaktadır. Bu kapsamda yerleşmenin doğal ve beşeri çevre faktörleri, iskân süreci, aidiyet duyguları ile konutların özellikleri, üzerinde durulan başlıca konulardır. Çalışmada genel anlamda tarama modeli uygulanmıştır. Geçmişte veya günümüzde halen var olan bir durumu olduğu şekliyle betimlemeyi amaçlayan tarama modelinde, elde edilen nitel ve nicel verilerin bir arada kullanıldığı karma desenine yer verilmiştir. Çalışma sahası ve konusu ile ilgili literatür analizleri, veri ve belge toplama, gezi-gözlem, yarı yapılandırılmış görüşme ve görsel materyallerin temin edildiği saha çalışmaları ile haritalama gibi veri toplama metotlarına başvurulmuştur. Sahanın sosyo-ekonomik yapısını belirlemek amacıyla bilirkişiler ile resmi kurum ve kuruluşlarla görüşülerek bilgi ve veriler temin edilmiştir. Çalışmanın her aşamasında fiziki ve beşeri mekân analizleri öncelik oluşturmuştur. Hatay geçmişten günümüze göç olaylarına sahne olmuş bir medeniyetler şehridir. Dolayısıyla bu sahada çok çeşitli iskân alanları meydana gelmiştir. Bu alanlar içerisinde iskân kanunlarına göre konargöçerler, yeniden yerleştirilenler veya afet nedeniyle yerleşim yerlerini kaybedenler vardır. Kurtlusoğuksu köyünün İmece Mahallesi konargöçer insanların yerleştirilerek oluşturulduğu yerleşim sahalarına iyi bir örnek teşkil etmektedir. 2510 sayılı iskân kanunu kapsamında çalışma sahasına daha çok Akdeniz bölgesi içinde; Adana'nın Saimbeyli ve Tufanbeyli ilçelerinden, Hatay'ın Erzin ilçesinden ve Gaziantep civarında konargöçer hayat sürdüren, yazları yaylaya kışları kışlağa giden ve çadırlarda yaşayan Yörükler yerleştirilmiştir. Mahalli İskân Komisyonu'nun 9.5.1977 tarihli kararına göre çalışma sahasına 76 aile tarımsal iskân kapsamında yerleştirilmiştir. Konargöçer Yörükler hayvancılıkla uğraşan, periyodik olarak mevsime bağlı yer değiştiren ve yerleşik olmayan gruplar olarak bilinirler. İskân kanunundan yararlanarak yerleştirilmeleri sonucunda yaşam şekilleri tamamen değişime uğramıştır. Çalışmada bu değişim süreci temel özellikleriyle birlikte işlenmeye çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Hatay, Kırıkhan, Kurtlusoğuksu, iskân kanunu

A MIGRATION STORY IN HATAY: SETTLEMENT OF KURTLUSOGUKSU VILLAGE (KIRIKHAN)

Assoc. Prof. Dr. Eylül KARAGEL
Hatay Mustafa Kemal University, Hatay, Türkiye, eylulkaragel@mku.edu.tr

ABSTRACT

Since the first years of the Republic, our country has aimed to ensure the balanced distribution of the population within the country and to eliminate the problems arising from migration processes by making legal arrangements regarding migration. In this context, it is possible to see that various regulations were made in every period of the Republic. Legal regulations, which are the texts in which the basic philosophy of the settlement policy is constructed, are generally prepared to solve the structural problems of the period in which they are implemented. Since 1923 until today, the scope of settlement laws has gradually expanded. Problems arising in practice have been constantly tried to be solved with new laws or additional articles. Preserving Turkish culture has always been seen as a priority criterion. Settlement movements in every region of Turkey have played an important role in shaping the social structure. Hatay is located on a migration route from Mesopotamia to the interior of Anatolia due to its location. At every stage of history, migrations from all directions have affected this area. The research covers the socio-cultural life of the nomads settled in İmece Neighbourhood of Kurtlusoğuksu village, a rural settlement of Kırıkhan district within the borders of Hatay province, as a result of the state's settlement policy. The migration process and the experiences in İmece Neighbourhood, which is a new settlement area formed by the settlement of 76 families from nomadic tribes, constitute the main objective of the study. In this context, the natural and human environmental factors of the settlement, the settlement process, the sense of belonging and the characteristics of the houses are the main issues emphasised. In general, the survey model was applied in the study. In the survey model, which aims to describe a situation that existed in the past or still exists today as it is, a mixed design in which qualitative and quantitative data are used together is used. Data collection methods such as literature analyses, data and document collection, travel-observation, semi-structured interviews, field studies where visual materials were provided and mapping were used. In order to determine the socio-economic structure of the site, information and data were obtained by interviewing experts and official institutions and organisations. At every stage of the study, physical and human space analyses were prioritised. Hatay is a city of civilisations that has witnessed migration events from past to present. Therefore, a wide variety of settlement areas have emerged in this area. Within these areas, according to the settlement laws, there are nomads, resettled people or those who lost their settlements due to disasters. İmece Neighbourhood of Kurtlusoğuksu village is a good example of the settlement areas created by settling nomadic people. Within the scope of the 2510 numbered settlement law, the study area was mostly settled in the Mediterranean region; from Saimbeyli and Tufanbeyli districts of Adana, Erzin district of Hatay and around Gaziantep, Yoruks who lead a nomadic life, go to the plateau in summer and winter in winter and live in tents. According to the decision of the Local Settlement Commission dated 9.5.1977, 76 families were settled in the study area within the scope of agricultural settlement. Nomadic Yoruks are known as non-resident groups who are engaged in animal husbandry and periodically change their places depending on the season. As a result of their settlement by utilising the settlement law, their way of life has completely changed. In this study, this change process is tried to be processed together with its basic features.

Key Words: Hatay, Kırıkhan, Kurtlusoğuksu, settlement law

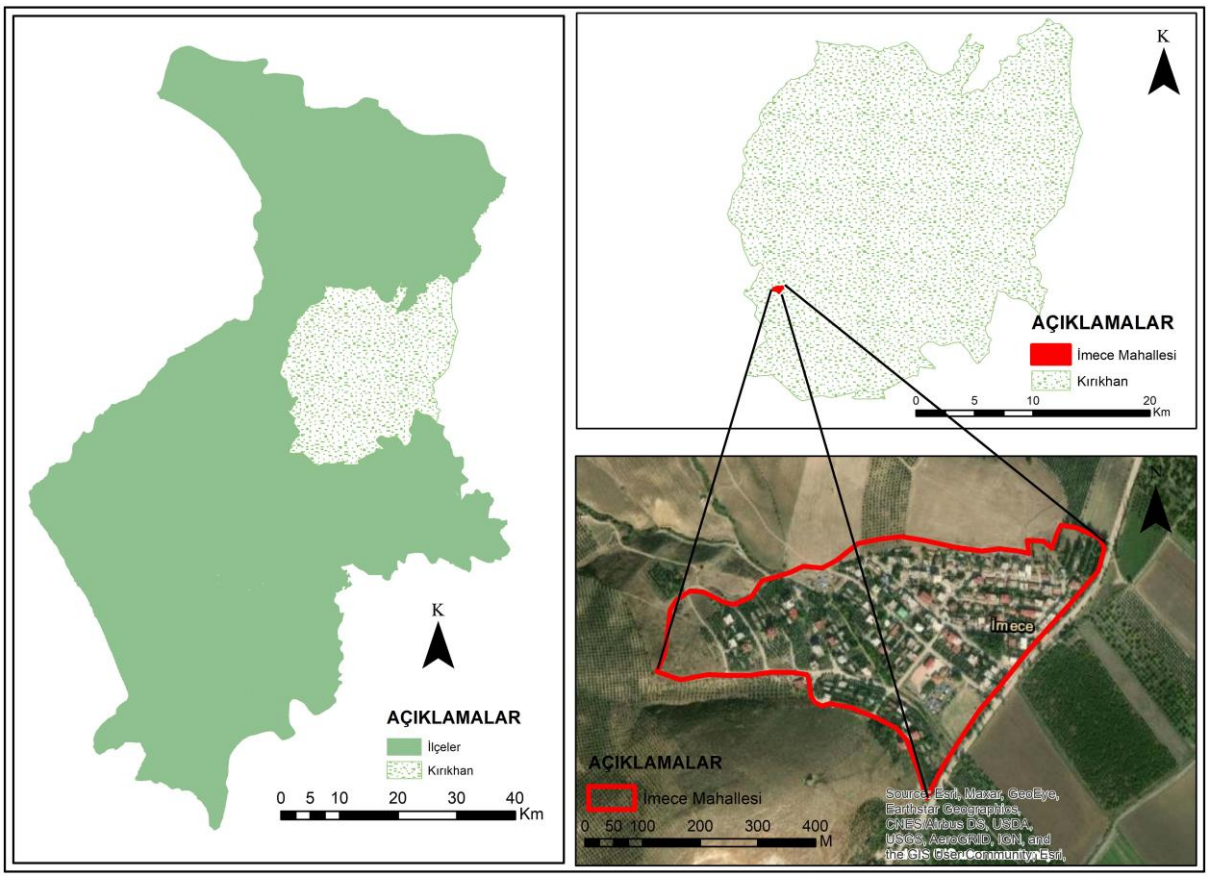
GİRİŞ

Cumhuriyetin ilk yıllarından itibaren "*1926 tarihli 885 Sayılı İskân Kanunu, 1934 tarihli 2510 Sayılı İskân Kanunu, 2006 tarihli 5543 Sayılı İskân Kanunu*" yürürlüğe konulan iskân kanunları, göç hareketlerinin kontrolünde ve uygulanan göçmen politikalarında referans alınan temel hukuki düzenlemeler olmuştur. Türkiye Cumhuriyeti'nin iskân siyaseti, nüfusun niteliksel olarak arttırılması, niceliksel olarak ta benzeştirilmesi ilkelerini benimseyen iskân siyasetinin önemli bileşenleridir (Emek İnan, 2016: 12). Yer değiştirme ve yerleşmeleri kapsayan iskân kavramı 1934 tarihli 2510 Sayılı İskân Kanununun 17. maddesine göre "*bir aileye nüfusuna ve ihtiyacına göre oturacak evi ile ekonomik olarak geçimini sağlayacak imkânları sağlamak*" temel hedef olarak belirlenmiştir. İskân kanunlarının uygulamalarında ve ana hedeflerinde çeşitli değişiklikler yapılmıştır. 885 sayılı iskân kanununun genel kapsamı nüfusun ülke içinde dengeli dağılımını sağlamak ve tarımsal üretimi canlandırmaktır. 1934 tarihli iskân kanunu önceki kanunda uygulamada yaşanan eksiklikleri gidermek ve iskân faaliyetlerini daha sağlam bir temele dayandırarak ulus-millet yapısını oluşturmayı amaçlamıştır. 1947 kanun değişikliği ile Merkezi İskân Komisyonu kurulmuş ve iskân faaliyetlerinin daha denetimli ilerlemesi sağlanmaya çalışılmıştır. 2006 tarihli iskân kanunu ise uzun süredir yürürlükte olan 2510 Sayılı İskân Kanununu yürürlükten kaldırmıştır. Daha kapsamlı ve güncel hükümler içermektedir. 885 Sayılı İskân Kanunu (31.05.1926) Cumhuriyetin ilk yıllarında devletin iskân işlerinde takip edeceği hareket tarzını detaylı bir şekilde belirtmektedir. Göçebe aşiretlerin yerleşik hayata geçirilerek medenileşmelerini sağlamak ve dağınık bir şekilde oturanları belli merkezler çevresinde toplayarak refahın sağlanmasına yönelik hükümler içermektedir. 2510 Sayılı İskân Kanunu (21.06.1934) özellikle doğu illerinde güvenlik problemlerinin çözülmesi ve bununla beraber ortaya çıkan sosyal sorunların da giderilmesi amacıyla hazırlanmıştır. Göçle ilgili temel ilkeleri belirlemek amacıyla 1934'te yürürlüğe giren bu kanunla Türk olmayan azınlıklara yönelik toplu ve zorunlu yeniden yerleştirme yoluyla yeni bir iskân politikası hazırlanmıştır. 5098 Sayılı İskân Kanunu (24.06.1947) 2510 Sayılı İskân Kanununa ilişkin yapılan değişiklikleri içermektedir. Kanunun genel olarak amacı, göçebeleri yerleşik hayata alıştırarak göçebeliğe tekrar dönüşün engellenmesi ve tarımsal iskân politikasının daha sistemli hale getirilmesidir. 2510 Sayılı İskân Kanununa göre sosyal devlet ilkesi güçlendirilmiştir. Komisyonun amacı iskân edilenlerin sosyo-ekonomik durumlarını takip ederek bu konuda denetlemeler yapıp bakanlığa görüş niteliğinde rapor sunmaktır. Böylece iskân hareketleri daha sistematik hale getirilmeye çalışılmıştır. 2510 Sayılı İskân Kanunu ilan edildiği tarihten bu yana 17 kez değişikliğe uğramıştır. Yapılan değişikliklerle beraber kanunun kapsam ve amacı anlaşılmaz bir hal almıştır. Bu olumsuzlukları ortadan kaldırmak ve uzun yıllar yürürlükte kalan 2510 Sayılı İskân Kanununu güncel yapıya uygun hale getirmek amacıyla 5543 Sayılı İskân Kanunu (26.09.2006) hazırlanmıştır.

Araştırma sahasının oluşturan Kırıkhan ilçesinin Kurtlusoğuksu köyü İmece Mahallesi (Şekil 1) 2510 Sayılı İskân Kanunu kapsamında konargöçer olarak adlandırılan grupların yerleştirilmesine bağlı olarak kurulmuş bir yerleşim sahasıdır. Bu iskân kanununa göre yerleştirilmelerinde bir sakınca bulunmayan ve hak sahibi olarak kabul edilen göçer grupları iskân edilmiştir. Anadolu'da bu göçer gruplar yapılan akademik çalışmaların çoğunda farklı isimlerle adlandırılmaktadır. Özellikle göç olgusu ile ilişkilendirildiğinde yapılan faaliyetin özelliği, göçe katılanların kimler olduğu, göç zamanı, ritmik olup olmaması gibi değişkenler bu isimlendirme üzerinde etkili olmaktadır. Bates, göçebelik kavramının çoğu zaman hayvancılık kavramı ile karıştırıldığını belirterek bu kavramın daha farklı bir

anlam taşıdığı vurgusunu yapmaktadır. Belirli bir düzen içerisinde yer değiştirmeye bağlı gerçekleşen bir yaşantı ile geçimin hayvancılıktan sağlandığı bir yaşam şekli arasında zorunlu bir ilişki olmadığı belirtilmektedir. Göçebeliğin yerleşik toplumlardan tamamen ayrı bir kültürel oluşum olduğunun altı çizilmektedir (1971: 246). Göçebe çobanlık ya da göçebelik göçebe hayvancılıktan hayvan sahipleri ve ailelerin sürülerle beraber göç etmesi, ziraat yapmak için ayrıca işçinin bulunmaması, üretilen hayvansal ürünlerin kendilerince tüketilmesi gibi çok önemli yönleriyle ayrılmaktadır (Denker, 1960: 137). Bu iktisadi faaliyette otlaklar yatay ve dikey istikamette değiştirilir. Yatay yöndeki değişim saha nomadizmi, dikey yöndeki ise dağ nomadizmi olarak adlandırılır. Pastoral nomadizm ile göçebelik (göçebe çobanlık) aynı anlamda kullanılmaktadır. Ancak Transhumans veya yaylacılık ile karıştırılmaması gerekir (Tolun-Denker, 1977: 34-35). Göçebe hayvancılık ya da diğer bir deyişle pastoral-nomadizm konargöçer hayatı sürdüren hayvancı grupların mevsimlik göç hareketine bağlı bir yaşayış şeklidir. Daimi yerleşim söz konusu değildir. Tamamen yerleşik olup ta hayvanlarıyla birlikte yüksek yaylalara yapılan göç transhümastır ve bu da mevsimliktir (Tunçdilek, 1967: 141; Emiroğlu & Aydın, 2003: 679). Hareketli hayvancılık uygulamalarına verilen genel bir isim olan göçebe çobanlık bir geçim tarzıdır ve hayvan sürüleri mevsim koşullarına uygun olarak otlaklar arasında dolaştırılırlar. Bu uygulama bu faaliyet tarzının bir stratejisidir (Bates, 2009: 193). İnsanlar belli güzergâhları izleyerek uzun mesafeler boyunca mevsime uygun şartlarda hayvanları ile birlikte yer değiştirme faaliyetinde bulunurlar. Adına "göçebelik=nomadism" denilen bu hayat tarzı hayvancılığın göçebelikle beraber yapıldığı yer değiştirmedir ve bunu yapan insanlar da "göçebe=nomade" dırlar. "*Sedantarizasyon, göçebe hayatı süren insanların, çok defa hükümet tarafından yerleşmiş bir hayata geçirilmeleri ve bu hayata alıştırılmalarını ifade eder*" (Öngör, 1964: 145; Doğanay & Altaş, 2017: 205-206; Büyükcan Sayılır, 2012: 566; Kutlu, 1992: 20; Aksoy, 2001: 93). Eski Türklerde belli bir alanda uzun süre yaşamak söz konusu değildi. İnsanlar çadırlarda yazın yaylak, kışın da kışlak adını verdikleri coğrafi ortamları kendilerine mesken tutmuşlardı. Bu toplulukların yaz ve kış iki mevsim süresince konup göçme faaliyeti içerisinde bulunmalarından dolayı kendilerine konup göçen topluluk, konup göçen ev anlamında "göçer oba" denilmiştir. Daha sonra bu sözcük orta seslerinin düşmesiyle göçebe biçimine dönüşmüştür (Eyüboğlu, 1988: 139; Bulut, 2021).

Anadolu topraklarında özellikle Osmanlı İmparatorluğu'nun XVII. yüzyıldan önceki dönemde konargöçerlik edenlere ve bunların kurdukları köylere "Yörük" ya da "Yörük köyü" denilirken bu yüzyıldan sonra buralara gelen konargöçerlere de "Türkmen" denilmiştir. Yörüklerin yayıldıkları sahalar Kızılırmak yayından İçel'i de içerisine alan kesimde kuzeyden güneye doğru çekilecek bu hattın batısında kalan kısım ile Rumeli toprakları olarak bilinen sahalardır (Seyirci, 2000: 83; Artun, 1996: 25; Gündüz, 1997: 38; Gelekçi, 2004: 15; Gökbilgin, 1957: 6). Yörük terimi çabuk ve iyi yürüyen, göçebe, çadırda yaşayan Türkmenleri, Anadolu'ya ve oradan Rumeli'ye yayılmış Türkmen topluluklarını ifade etmektedir. Kısacası Anadolu ve Rumeli'de konargöçer hayat tarzını benimsemiş ve buna göre bir yaşayış biçimi sergileyen Türk kabilelerine verilen bir isimdir (Eröz, 1967: 6; Eröz, 1991: 20; Sümer, 1992; Türkay, 1979: 821; Güngör, 1941: 5).



Şekil 1. Araştırma Sahasının Lokasyon Haritası

Anadolu'da göçebe grupların yerleştirilmeleri ya da özel statüleri Osmanlı döneminden beri önemli bir mesele olmuştur. Cumhuriyet öncesi dönemde de bu gruplar imparatorluk toprakları içerisinde çeşitli yerlere yerleştirilmek istenmişlerdir. Hatta boş ve harap yerlerin şenlendirilmesi amacıyla en çok faydalanılan gruplar konargöçerler olmuştur (Halaçoğlu, 2006: 25). Bazı durumlarda da kendilerine özel statüler verilmiştir. Göçebe gruplarının hayat tarzları sahip oldukları hayvanlarının doğal ihtiyaçları doğrultusunda değişmektedir. Kışlak ile yaylak sahaları arasındaki hareketin başlangıç ve bitiş zamanını, hareketin ve konaklamanın süresini bu süreçte iki önemli faktör belirlemektedir. Hayvanlar ve otlak alanları (Çakır, 1989: 47; Saydam, 2009: 28-29). İnsanların hayvanları ile birlikte durmadan uzun mesafeler boyunca yaptıkları yer değiştirme faaliyeti, mevsimlere bağlı olarak çoğu zaman belli güzergâhları takip etmektedir (Yalman Yalkın, 1977; Büyükcan Sayılır, 2012: 566-567).

Çalışma sahasının içerisinde bulunduğu Hatay ili, konargöçer aşiretlere yerleştirme politikalarının uygulandığı ve iskânlarının gerçekleştirildiği oldukça zengin bir coğrafyaya sahiptir. Bu açıdan bakıldığında bu sahanın tamamının araştırılması çok zor olacağından sedanter hayat yaşamayan hayvancı grupların iskân edildiği bir örneklem sahanın tercih edilerek iskân uygulamalarının ve göç sürecinin açıklanması öncelik oluşturmuştur. Özellikle Kurtlusoğuksu köyü İmece Mahallesi (Şekil 1) 1934 tarih ve 2510 Sayılı İskân Kanunu hükümlerine tabi tutularak göçer hayvancı aşiretlerin yerleştirme işlemlerinin gerçekleştirildiği yerleşmeler arasında önemli bir örneklemdir. Konargöçer grupların yaylak ve kışlak alanlarının daralması, mera olarak kullanılan sahaların yasaklanması, hayvancılığın çok zor şartlar altında yapılıyor olması, toplumsal düzen içerisinde farklı yaşam tarzlarıyla ötelenmeleri ve artık

kendilerinin de daimi bir yurtlarının olması isteği iskân edilmelerindeki en önemli sebeplerden olmuştur. Sabit konutları ve ziraat yapabilecek toprakları olmadan çadırlarda yaşamlarını sürdüren ve mevsime bağlı olarak ritmik göç hareketleriyle idame ettirilen hayvancılık ekonomisine dayalı hayat tarzları bu insanlar üzerine ağır yükler yüklemiştir. Bu durum karşısında devletin iskân politikalarından yararlanıp kendilerine daimi bir iskân mahalli edinmek isteyen bu topluluklar zaman içerisinde pek çok yeri yurdu olmayan gruplara önderlik teşkil etmişlerdir. Günümüzde sayıları azalmış olmakla birlikte kaç ailenin ya da kaç aşiret grubunun bu hayat tarzını devam ettirdiğine dair net veriler bulunmasa da belli yöre ve bölgelerde bu yaşam tarzlarıyla bilindikleri bir gerçektir.

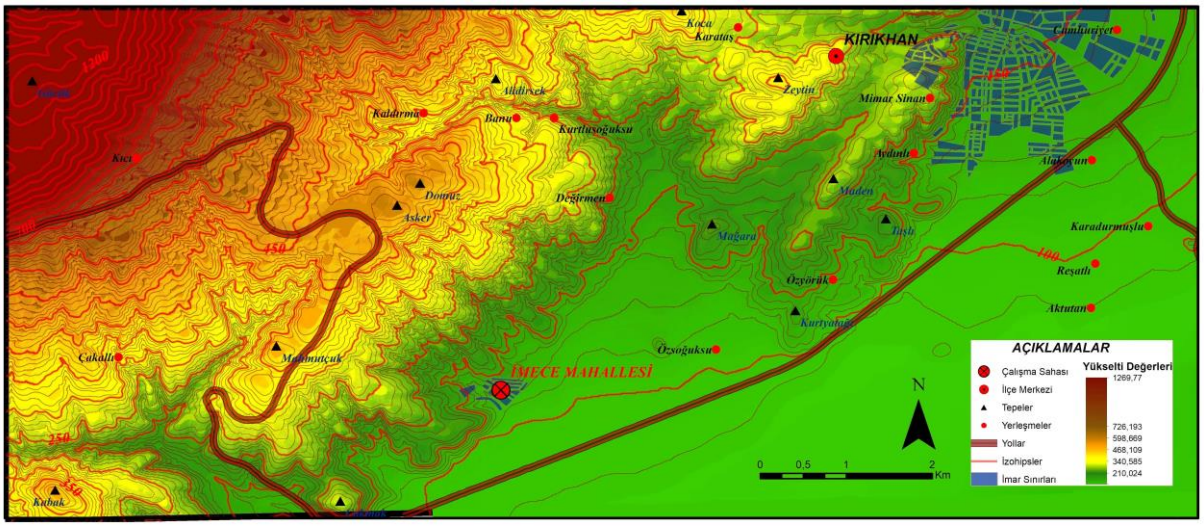
YÖNTEM VE MALZEME

Ülkemizde iskân politikaları ve uygulamaları çeşitli amaçlar doğrultusunda ve kanunlar kapsamında gerçekleştirilmiş ve gerçekleştirilmektedir. Bu uygulamalar Osmanlı İmparatorluğu zamanında da yapılmıştır. Cumhuriyet ile birlikte iskân politikalarının amacı ve kapsamı değişikliğe uğramıştır. Günümüze gelinceye kadar iskâna ilişkin kanunlar çıkarılmış ve bu kanunlar çerçevesinde yeni yerleşim yerleri oluşturulmuştur. Çalışma konusu olarak belirlenen konargöçer grupların yerleştirilme süreçleri ve bu süreçte yaşanan olaylar çalışmanın asıl problem durumunu oluşturmaktadır. Çalışma alanı olarak belirlenen mekân ise iskân uygulamalarının ülkemizde yoğun bir şekilde gerçekleştirildiği bir yöre olan Kırıkhan ilçesinin Kurtlusoğuksu köyü İmece Mahallesi'dir. Araştırma sahasında seçilen konu sosyal bilimler alanında yaygın olarak kullanılan nitel araştırma yöntemlerine dayalı olarak incelemeye tabi tutulmuştur. Nitel araştırmalarda genellikle gözlem, görüşme, doküman ve söylev analizi gibi nitel veri toplama teknikleri kullanılmaktadır. Buna ek olarak insana ilişkin olgu ve olaylar doğal ortamında derinlemesine incelenir ve farklı disiplinleri birleştiren bütüncül bir bakış açısına sahiptir (Hatch, 2002; Merriam & Grenier, 2019). Çalışma konusu bir problemin çözümüne ilişkin gözlem, karşılıklı görüşme ve bilgi, belge, doküman analizi gibi nitel veri toplama yöntemlerini kullanan, probleme ilişkin doğal olguların gerçekçi bir şekilde incelenmesine yönelik olarak yorumlamalar yapan (Seale, 1999) bir süreci ifade etmektedir. Araştırmada ilk adım olarak incelenecek sorun tanımlanmıştır. Tanımlanan sorunla ilgili ihtiyaç duyulan bilgiler coğrafya biliminin insan mekân etkileşimi temelinde irdelenmiş ve veri toplama araçları kullanılarak veriler temin edilmiştir.

Çalışmaya elde edilen birincil ve ikincil verilere bağlı olarak yön verilmiştir. Literatür tarama, saha çalışması ve masa başı çalışmasından oluşan üç aşama kat edilmiştir. Sorunu tanımlanmış olan çalışma konusu ve sahası ile ilgili olarak ilk önce kaynakların toplanması yoluna gidilmiştir. Bu kaynaklar; kütüphaneler, web ortamı, kamu kuruluşları, kişisel arşivler taranarak oluşturulmuştur. İskân süreci ile ilgili en sağlıklı bilgiler eski adı "İskân ve Toprak İşleri Genel Müdürlüğü" olan ve sonradan "Çevre Şehircilik ve İklim Değişikliği" olarak değiştirilen Hatay il müdürlüğü arşivi taranarak temin edilmiştir. Bu arşiv belgelerinden, alınan kararlar ve başvuru yapanlarla ilgili çeşitli bilgiler elde edilmiştir. Kaynak ve veri toplama aşamasında çalışma sahası ile ilgili amaca uygun görsel materyaller olan haritaların çizilmesi amacıyla çeşitli altlık haritalar edinilmiştir. Saha çalışmaları aşamasında karşılıklı görüşmeler ve gözlemler yapmak için çeşitli aralıklarla ziyaretler gerçekleştirilmiştir. Bu ziyaretlerde bilirkişilerden iskân süreci ve yaşananlar hakkında bilgiler alınmıştır. Toplanan veriler ve elde edilen bilgiler çalışmanın son safhası olan masa başı aşamasında analiz edilerek yorumlanmıştır.

ARAŞTIRMA VE BULGULAR

Hatay ili Akdeniz Bölgesi Adana Bölümü içerisinde yer almaktadır. Batısı Akdeniz, doğusu ve güneyi Suriye, kuzeyi Adana, Osmaniye ve Gaziantep illeri ile sınırdır. İlin batısında İskenderun Körfezi boyunca sıralanmış Erzin, Dörtyol, Payas, İskenderun, Belen ve Arsuz ilçeleri bulunmaktadır. Çalışma sahasının da bağlı olduğu Kırıkhan İlçesi Hatay'ın yüzölçümü bakımından en geniş ilçesidir. Batısında Belen ilçesi, güneybatısında Serinyol Mahallesi, güneyinde Kumlu ilçesi, doğusunda Suriye ile olan devlet sınırı geçmektedir. İskân işlemlerinin gerçekleştirilerek yeni bir yerleşim birimi olarak kurulan İmece Mahallesi gerisinde yükselen Amanos Dağları'ndan taşınan malzemenin oluşturduğu ovalık alana geçiş kısmında kurulmuştur (Şekil 2). Kırıkhan ilçe merkezine yaklaşık 10 km mesafede, Antakya merkez ilçesi şehir merkezine de 35 km mesafede kurulmuştur. Geçmişten günümüze ulaşım açısından önemli bir güzergâhta kurulmuş olan Kırıkhan şehrinin gelişiminde, ulaşımın etkisi azımsanamayacak kadar çoktur. Gelişiminde etkili olan ticaret yollarının doğuya uzanabilmesi için gerekli bir geçiş noktası niteliğindedir. Günümüzde ise İskenderun-Halep ve Antakya-Kahramanmaraş yolları arasında kavşak konumundadır. Coğrafi şartların sağlamış olduğu avantajlar sayesinde Kırıkhan ilçesinin hem şehir merkezine hem de kırsal kesimine yönelik iskân uygulamaları gerçekleştirilmiştir ve gelecek için planlanan iskân projeleri de bulunmaktadır. Özellikle şehir merkezine yerleşen ve yerleştirilen gruplar açısından bakıldığında göç olayının boyutları da değişmektedir. Örneğin; Trabzon ili Çaykara ilçesinde meydana gelen sel afeti sonucunda 408 Evler Mahallesi bir iskân mahalli olarak oluşturulmuştur. Benzer şekilde Gölbaşı ve Kazkeli köyünde yaşanan sel sonucunda burada yaşayan insanlar Alparslan Mahallesi'ne yerleştirilmiştir. İl içi ve il dışından yöreye çalışmak amacıyla gelip sonra geri dönmeyen insanlar da şehrin çeşitli mahallelerinde yerleşerek ayrı gruplar oluşturmuşlardır. Şehir sınırı içerisinde konargöçer aşiretlerin iskân faaliyetlerine bağlı olarak meydana gelmiş ayrı mahalleler de bulunmaktadır. Özyörük ve Aydınlı mahalleleri bunun en güzel örnekleridir.



Şekil 2. Araştırma Sahası ve Çevresinin Topoğrafya Haritası

Çalışma sahasının idari olarak bağlı bulunduğu Kurtlusoğuksu Mahallesi Kırıkhan ilçe merkezinin yaklaşık 5 km güneybatısında yer alır ve ilçenin 73 mahallesinden birisi durumundadır. 2012 yılında çıkarılan 6360 sayılı büyükşehir yasası ile birlikte (TBMM, 2012) bütün köyler ve beldeler mahalle adı altında birleştirilmiştir.

Kurtlusoğuksu bir köy idari sahasına sahipken bu tüzel kişiliği kalkarak mahalle adıyla yeni bir idari vasıf verilmiştir. Bu idari değişim kırsal kesimdeki hiçbir yerleşmede fonksiyonel anlamda bir değişim getirmemiştir. Kurtlusoğuksu yine bir köy yerleşmesi özelliği taşımaktadır. Kurtlusoğuksu Mahallesi'nin (Foto 1) hemen güneydoğusunda yer alan İmece Mahallesi 100-150 metre yükselti basamağında yer almaktadır (Şekil 2). İmece Mahallesi, Kırıkhan-Antakya karayolunun batısında Özyörük Mahallesi'nin hemen güneyinde yer alan bir yerleşmedir. Kuruluşunda devletin iskân konutu olarak yaptırmış olduğu 76 haneli bir yerleşme durumundayken günümüzde artan nüfusu karşılamak amacıyla eklenen konutlarla birlikte hane sayısı 100'ü aşmıştır. Kurtlusoğuksu köyünün 1940 yılından günümüze kadar yapılan nüfus sayımları ve bundan elde edilen istatistiki bilgilere bakıldığında 1970 ile 1975 yıllarının dikkat çektiği görülmektedir. Bu yıllar arasında köyün İmece Mahallesi'ne konargöçer nüfusun iskân edilmesi nüfustaki artışa sebep olan faktördür. Köyün nüfusunun 1970 yılında 987 kişi olduğu ve aradan geçen 5 yıl sonra yapılan sayımda ise bu rakamın 371 kişi artarak 1358'e yükseldiği buraya dışarıdan nüfus getirilerek yerleştirildiğinin kanıtlarıdır (Tablo 1)

Foto 1. Kurtlusoğuksu Köyünün Merkez Mahallesinden Bir Görüntü

Tablo 1. Kurtlusoğuksu Köyü (Kırıkhan) Nüfus Gelişimi (1940-2023).

Köy		1940	1945	1950	1955	1960	1965	1970	1975	1980	1985	1990	2000	2015	2023
Kurtlusoğuksu	E	245	216	-	357	408	411	501	692	720	820	1024	1786	1077	1009
	K	228	222	-	295	351	383	486	666	776	872	1041	1686	1042	1015
	T	473	438	531	652	759	794	987	1358	1496	1692	2065	3472	2119	2024

Kaynak: DİE, Türkiye Genel Nüfus Sayımı (1940-2000), TÜİK (2015, 2023) Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi İstatistikleri

Hatay ili sınırları içerisinde konargöçer yaşam sürdüren gruplardan 85 aile İmece Mahallesi'nde yapılacak olan iskân uygulaması için "*tarımsal iskân*" başvurusu yapmıştır. 2510 sayılı iskân kanununun 9. maddesinde göçebe ve

gezginci durumunda bulunan vatandaşların bakanlıkça uygun görülecek yerlere yerleştirilmesi öngörülmektedir. Bu yasanın ışığı altında Hatay ili sınırları dâhilinde uzun zamandan itibaren göçebe olarak yaşayan 161 Sarıkeçili ve Horzum göçebe grubuna mensup 85 ailenin Kırıkhan ilçesi sınırları içerisinde tarımsal iskânlarının yapılması bakanlıkça uygun görülmüştür. İskân uygulaması ile Sarıkeçili ve Horzum göçerlerine mensup bu ailelerin "*üretken hale getirilmeleri, insan haysiyetine yakışır bir yaşam sürdürmeleri, aile iş gücünün en iyi şekilde değerlendirilmesi ve birim alandan en yüksek verimi almak için*" bütün teknik tedbirlerin alınması amaç edinilmiştir. "Toprak ve İskân İşleri Genel Müdürlüğü" teftiş heyetinin inceleme ve tespitlerine dayanılarak Mahalli İskân Komisyonunun almış olduğu karara göre 85 aileden 76 aile İmece Mahallesi'ne iskân hakkına sahip kılınmıştır. İskân hakkı 2510 Sayılı Kanunun 16. maddesi ve bu kanuna ek 1306 sayılı kanunun Ek 1 ve uygulama şeklini gösterir yönetmelik ve bu maddeler ile ilgili genelgeler çerçevesinde gerçekleştirilmiştir. 85 ailenin hak sahiplik durumu Adana Valiliğinin 18.05.1973 tarih ve 601-6/580 sayılı yazıları ekinde gönderilen 15.5.1973 tarih ve 1 sayılı Mahalli İskân Komisyonu kararıyla saptanmıştır.

Tarımsal iskân, "*Bir aileye projesinde öngörülen miktarda tarım arazisi, işletme binası, konut, irat hayvanı, araç, gereç, tezgâh ve kredilerden bir veya birkaçının verilmesiyle yapılan iskândır*" (İskân Kanunu, Kanun No.5543, Kabul Tarihi: 19.09.2006, Resmi Gazete: 26.09.2006, Sayı:26301 3. Madde). Tarımsal iskân, daha çok kırsal kesimlerden göç edip başka yerlere iskân edilen ailelerin tercih ettiği iskân türüdür. Geçimini tarım ile sağlayan aileler devlet eliyle iskân ediliyorsa aileye tarım yapabileceği bir arazi, bununla beraber çeşitli araç-gereç, konut, kredi gibi yardımlar verilerek ailenin mağdur olmasının önüne geçilmektedir. Dolayısıyla iskân edilenlerin geldikleri yere uyum süresi de kısalmaktadır.

Planın tespitinde uyulan temel ilke en az 5 nüfuslu bir çiftçi ailesinin geçimi temini için 2510 sayılı iskân kanununa ek 1306 sayılı kanunun uygulama şeklini gösterir yönetmeliğin 4. maddesinde yer alan "iskân edileceklerin kavuşabilecekleri hayat seviyesi olan 13.400 kg buğdaya eşit olacak şekilde net gelire sahip olmasıdır. Ayrıca 5 nüfustan fazla ailelerde ulaşılabilecek net gelir bu miktar nüfus başına % 10 ilave edilmesi ve bu ilavenin % 50'yi geçmemesi esasına bağlıdır. Bu projenin uygulayıcısı durumunda olan Köy İşleri ve Kooperatifler Bakanlığı, Toprak ve İskân İşleri Genel Müdürlüğü'dür.

Gerek 161 ve gerekse 85 aileden ibaret olan Sarıkeçili ve Horzum göçerlerinin belirli bir yerleşim yerleri yoktu. 1939 yılından beri Hatay il sınırları dâhilinde yaşantılarını çadır içinde göçer olarak sürdürmekteydiler. 161 ve 85 aileden meydana gelen Sarıkeçili ve Horzum göçerleri 457 erkek ve 443 kadın ve 869 çocuk olmak üzere 1769 nüfustan ibaretti. Göçerlerin sabit bir yerleşim yerleri olmadığı için tarla ziraati yapamıyorlardı. Gelirlerini hayvancılık ve kısmen tarım işçiliği yaparak temin ediyorlardı. Göçebe oldukları için yaşamlarını çadırlarda sürdürüyorlardı. Hiçbir sosyal güvenceleri yoktu, dolayısıyla "*yarı aç yarı tok bir vaziyette*" yaşamlarını devam ettiriyorlardı. Yaşam seviyeleri kanunun uygulama şeklini gösterir yönetmeliğin 4. maddesinde belirtilen hayat standartlarının çok altındaydı. 85 ailenin 27 inek, 193 koyun, 998 keçi, 24 oğlak, 6 dana, 8 at, 48 merkep ve 15 deve olmak üzere toplam 1319 hayvanı mevcuttu.

Sarıkeçililer, Toros Dağları'nda birbirini tamamlayan iki seviyeli kademeli otlak üzerine oturan, basit dağlık alan göçerlerine klasik bir örnek oluşturmaktadır. Yazın kurak, çok sıcak olan Akdeniz'in alçak dağlık bölümü kış

aylarında ve kötü mevsim boyunca kar nedeniyle terkedilmek zorunda kalınmakta, daha bol bitki topluluğuna sahip yüksek dağlık bölümü yaz aylarında kullanılmaktadır. O halde yıllık göç planı çok basittir. Yaylak ve kışlakta yerleşik iki dönem, ilkbahar ve sonbaharda iki göç hareketi ile zaman olarak ayrı, sahada birbirine bağlıdır (Bazin, 1994: 326). Çalışma sahasına iskânları gerçekleştirilen bu göçer grubuna mensup ailelerin bir kısmı Hatay il sınırları içerisinde uzun zamandan beri bu hayatı sürdürmekte idi.

85 ailenin her birisine 5 nüfuslu aile birimi üzerinden 22.840 m² üzerinden nüfus farklılıkları da nazarı dikkate alınarak toplam 2245 dönüm arazi verilmiştir. Bu gruba verilen araziden bir kira bedeli alınmamıştır. Araziler Amik Ovası'nda, Reyhanlı ilçesi idari sınırlarında bulunan Aktaş köyünde Comba adı verilen mevkide bulunmaktadır. Araziler Kırıkhan ilçe merkezine 25 km, Reyhanlı ilçe merkezine 45 km, Hatay il merkezine 30 km mesafededir. Araziler iskân hakkına sahip aile reislerine 5 yılı ödemesiz, 20 eşit taksitle devredileceğinden bu hususta borçlanma sözleşmeleri tanzim edilerek Türkiye Cumhuriyeti Ziraat Bankası Antakya Şubesine intikal ettirilmiştir. "*İmece Mahallesi halkından arazi alanların arazileri üzerine 2510 Sayılı Kanunun 30. Maddesi gereğince 10 yıl takyit konulması kaydı ile sözü edilen arazilerin aynı kanunun 23. maddesi gereğince 76 aile adına temlik edilmek üzere Valilik Makamına araz edilmesine karar verilmiştir*" (Karar Tarihi 25.02.1981).

İskân edilecek ailelerin yöreye intibak edebilmeleri için her türlü teknik ve ekonomik eğitime tabi tutulmaları gerekmekte idi. Teknik eğitim dışında Milli Eğitim teşkilatınca yapılacak normal eğitim ile birlikte ailelerin ev ekonomisi yönünden de gerekli şekilde eğitime tabi tutulmalarıyla işletmesine bir yan gelir olanağı sağlanacaktı. Çiftçilere naziri ve uygulayıcı eğitim tatbik edilecekti. Okul çağına gelmiş olup ta okuryazar olmayanlara gece kursları açarak okuma yazma öğretmek, boş zamanları değerlendirmek için el sanatları kursları düzenlemek yoluna gidilecekti. Bu konuda Toprak-Su Genel Müdürlüğü ile Köy Araştırma ve Geliştirme Genel Müdürlüğünün araç ve gereçlerinden azami derecede istifade yoluna gidilecekti. Bu işlerin sorumluluğu ve tatbiki Toprak ve İskân İşleri Genel Müdürlüğüne aittir. Hedef aile işletmelerinin devamlılığı ve kendine yeterliliğini sağlamaktır (Hatay Toprak ve İskân Müdürlüğü Planlama Grubu).

Sarıkeçili 161 ve Horzum göçebe grubuna mensup ailelerin İmece Mahallesi'ne iskân edilmeleri için başvuru yaptıkları süreçte pek çok problemle karşılaştıkları ve bu problemlerin üstesinden gelebilmek için uğraş verdikleri tespit edilmiştir. Arşiv belgelerinin incelenmesi sırasında bazı grupların birbirlerini şikâyet ederek bu iskân sürecine engel olmaya çalıştıkları görülmüştür. Bu duruma bir örnek vermek gerekirse;

Sarıkeçili aşireti 161 aile 1963 yılında Kırıkhan ilçesi Alakoyun Mahallesi'nde "*şehirsel iskân*" olmak için başvuru yapmıştır. 1964 yılında iskânları kabul edilinceye kadar Comba mevkiindeki hazine arazisinden Köy İşleri Bakanlığı emri ile Hatay defterdarlığına aşiretlere aile başına 10'ar dönüm tarla icarlayabilmeleri için emir buyrulmuş ve verilmiştir. Aynı yıllarda Kurtlusoğuksu köyüne iskânları gerçekleştirilecek olan 54 Sarıkeçili aile ile 31 Horzum göçebelerinin de iskân başvuruları yapılmıştır. Ancak bunlar tarımsal iskân istemişlerdir. Tarımsal iskânları kabul edilen bu aileler ile Kırıkhan 161 grubu arasında anlaşmazlık yaşanmıştır. Anlaşmazlığın temelinde şehirsel iskân ile tarımsal iskândan kaynaklı tarla alma durumu yatmaktadır. Ayrıca Kurtlusoğuksu köyüne iskânları gerçekleştirilecek aileler için onların uzak vilayetlerden geliyor gibi diğer köy muhtarlarını tahrik ettikleri ve bu alana iskân edilmemeleri gerektiği yolunda çalışmalar yapılmıştır. İmece Mahallesi'ne iskânları gerçekleştirilecek

aileleri temsil edenlerden kendileri aleyhine yapılan kara propagandaya karşı vilayet Makamına yaptıkları şikâyet dilekçelerinde durumlarını açıkça anlatma yoluna gitmişlerdir. Bu şikâyet dilekçesinin içeriği şu şekildedir;

> "*Bizler Hatay halkından olup bizlerin 54 hanenin etüdünü Adana Bölge Müdürlüğünce Comba bataklığında çadırlarımızı Bölge Müdürlüğümüzce çadır çadır kontrol etmek suretiyle etüdümüz tamamlanmıştır. Yine Horzum aşireti 31 hane Erzin mıntıkalarında yine Adana Bölge Müdürlüğünce etüdleri tamamlanmıştır. O gün bugün Comba bataklığında açsızlık ve susuzlukla, sivrisinek taarruzuna katlanarak Devletimizin vermiş olduğu ışığa henüz kavuşmuş bulunuyoruz. 1970-1971 senelerinde Comba bataklığında çadırlarımızı su basmıştır. Can ve mallarımızı Comba halkı imdada yetişip kayıklarla kurtarmışlardır. Hatta çok yakında Genel Müdürlükçe bir heyet Comba'da çadırlarımızı kontrol etmiştir. Gerçeği kimse inkâr edemez. Bizlerin Devlete, Vatanına bağlı, zaman zaman aç susuz kalarak çocuklarımız okulsuz kalarak bazı aşiret reislerinin ya da ağalarının tepkisinden kurtarıp bir an evvel özgürlüğümüze kavuşmamız için durumlarımızın göz önüne alınarak 54 hane Aydınlı Sarıkeçili aşireti namına ve 31 hane Horzum aşireti namına saygılarımızla arz ederiz*". 19.11.1974 (Vilayet Makamına/Hatay).

Şikâyet dilekçelerinin ilgili birimlerce değerlendirilmesi neticesinde iskânları gerçekleştirilecek olan Sarıkeçili 161 grubu içerisinden 54 Sarıkeçili ailenin de eskiden beri Hatay ili sınırları içerisinde oturdukları ve Acemli Mahallesi'nde (Kırıkhan) iskân edilen ailelerle aynı kategoriye dâhil oldukları belirtilmiştir. Ayrıca Horzum aşiretine mensup 31 ailenin ise yine uzun zamandan beri Erzin bucağında çadırda barındıkları tespit edilmiştir. Bu aşiret mensubu ailelerle ilgili etütlerin Adana Toprak ve İskân Müdürlüğünce yapıldığı ve Kırıkhan'da iskân edilmelerinin bakanlıkça uygun görüldüğüne dair yazı kendilerine iletilmiştir. Hak sahiplikleri kabul edilen 85 aile 590 kişiden oluşmaktadır (Tablo 2).

Sarıkeçili ve Horzum göçebelerinden oluşan 85 ailelik gurup tarımsal iskân başvurusunda bulunduğu için kendilerine öncelikle tarım arazisi verilmiştir. Konutların yapımı ise daha sonraki yıllara kalmıştır. Köy İşleri ve Kooperatifleri Başkanlığı, Toprak ve İskân İşleri Genel Müdürlüğü, İskân Dairesi Başkanlığı'nın 9.3.1978 tarihli bakanlığa gönderilen yazısında konutların hazineye kayıtlı 8 ada, 858 parsel sayılı ve 48.062 dönümlük arazinin üzerinde yapılmakta olduğuna dair bilgilendirme yapılmaktadır. 76 konut, köy konağı ve köy camisinin revize çalışmaları sonunda hak sahibi olan ailelere teslim edileceği bildirilmiştir. İskân edilecek aile sayısının 76'dan fazla çıkması durumunda Genel Müdürlükçe satın alınan bitişik 148.052 dönümlük arazi üzerinde yeni ek konutların yapılacağı da eklenmiştir.

Tablo 2. İmece Mahallesi'ne Yerleştirilecek Olan Aile ve Nüfus Miktarı

Kişi Sayısı	Aile sayısı	Ailelerdeki Nüfus Miktarı
1	1	1
2	2	4
3	6	18
4	5	20
5	8	40
6	8	48
7	16	112
8	19	152
9	10	90
10	5	50
11	5	55
Toplam	**85**	**590**

Kırsal alanlarda kurulan köylerde bir avlu içine konut ve işletme binaları yapılmakta ve imar planı doğrultusunda ortak kullanım alanları belirlenmiş okul, cami, köy konağı gibi bazı sosyal tesislerde kurulmaktadır. Yerli halkla olan uyuşmazlık dışında, eğitim ve istihdam sorunlarının çözülemeyişi de iskân edilen nüfusun belli bir süre sonra yeniden göç etmesine yol açmaktadır (Doğanay, 1997: 200). İmece Mahallesi'nde iskân konutları tek katlı olarak yapılmıştır (Foto 2. a-c). Ancak ilerleyen zamanlarda artan nüfusla birlikte, ahırlar iptal edilip yerine konut inşa edilmiş, mevcut konutların üzerine plansız biçimde kat eklenmiş, boşluk olan alanlar nüfusu karşılamak maksadıyla kullanılmış ve nizami görüntünün dışına çıkılmıştır (Foto 2. b-d). Mahallede bahçe alanı ile beraber 400 m² genişliğe sahip olan tek katlı konutlar ile 330 m² genişliğe sahip eklenti ahırlardan oluşan 76 konut inşa edilmiştir.

Yerleşmede hayvancılığın bitmesiyle atıl durumda kalan ahırlar belirli maksatlarla kullanılmıştır. Tamamen ortadan kaldırılarak yerine yeni konutlar inşa edilmiş, mevcut ahırlar boşaltılarak odunluk ve depo gibi amaçlarla kullanılmış, tarlalardan elde edilen kışlık erzakları depolama alanı olarak kiler görevi üstlenmiş, yeniden düzenlenerek araba garajı olarak kullanılmıştır. Konutlar ve kullanımları ile ilgili olarak İmece Mahallesi ile Kurtlusoğuksu köyünün merkez mahallesi arasında farklılıklar mevcuttur. Bu farklılıkların başında İmece Mahallesi'ndeki düzen gelmektedir. Köyün merkez mahallesinde konutlar geniş ve sulak araziye dağınık bir biçimde yayılmıştır. Ayrıca İmece Mahallesi'nde başlangıçta bir plan dâhilinde (Şekil 3) inşa edilmiş olan konutlar bulunurken diğer yerlerde konutlar ihtiyaca hizmet edecek şekilde çok katlı biçimde ve plansız olarak inşa edilmiştir. Köyün iskân mahallesi dışındaki yerleşim birimlerinde bahçeler daha geniş yer tutarken, İmece Mahallesi'nde bahçeler daha minimal boyutlardadır.

Kültürel adaptasyon, bireylerin ve grupların gerek yer değiştirme sonucunda karşılaştıkları yeni mekân veya kültüre, gerekse de mevcut mekânlarının iç dinamiklerine bağlı olarak karşılaştıkları sosyal, ekonomik, siyasi gelişmelere uyumunu içeren dinamik bir süreci ifade etmektedir. Bu yönüyle kültürel adaptasyon topluluk veya bireylerin sadece başka kültürlere uyumunu değil, aynı zamanda bireyin kültürel kazanımları sayesinde mekâna adaptasyonuna bağlıdır (Lefebvre, 2023: 133). Çalışma alanı, konargöçer yaşam sürdüren ve Yörük kültürüyle büyümüş olan insanların, yerleşik düzen kurdukları bir sahadır. Bu düzeni kurarken çok çeşitli güçlüklerle karşılaşmışlarsa da "*Ölümüne yörüğüm ama ben buralıyım*" sözleri bu alana yerleşen insanların dillerinden düşmemektedir. Yörük kültürüne, gelenek ve göreneklerine duydukları özlem hiçbir zaman bitmese de onlar için yer yurt sahibi olmanın sağladığı aidiyet duygusu içlerine artık yer etmiş durumdadır. 1975 yılında başlayan serüven yaklaşık 50 yıldır aynı mekânda ve birlikte olmanın hissiyle güven içerisinde devam etmektedir. 50 yılda yaşadıkları mekânla o kadar bütünleşmişler ki çoğu gelenek ve göreneklerini geride bırakıp yerli halkla neredeyse aynı davranış kalıpları sürdürmeye başlamışlardır. Yaşadıkları mekânda azınlık oluşturmuş olmaları onları birbirine kenetlemiş ve kendi içlerinde çıkan sorunları görmezden gelerek tolere etmişlerdir.

Fotoğraf 2. a-c. İskân Konutlarının İlk Hali; **b-d.** Eklemelerin Yapıldığı İskân Konutları

Şekil 3. İmece Mahallesi İskân Konutlarının Planı

SONUÇ

Araştırma sahası Kırıkhan ilçesinin Kurtlusoğuksu köyüne bağlı İmece Mahallesi'dir. Burası 1934 yılında kabul edilen ve 2006 yılına kadar yürürlükte kalan 2510 sayılı iskân kanunu kapsamında yeni bir yerleşim sahası olarak devlet tarafından oluşturulmuştur. Bu yeni yerleşim sahası "*göçebe bir hayat süren, bir yere sürekli yerleşmeyen (aşiret, oba vb.) konargöçer ya da göçerkonar*" olarak bilinen hayvancılıkla geçinen grupların iskân edilmek istemesi neticesinde oluşturulmuştur. Hatay ili ve Kırıkhan ilçesi yerleşik olmayan bir yaşam sürdüren gruplar için eskiden beri önemli kışlak sahaları olmuştur. Kış aylarının hayvancılık açısından ılıman geçmesi ve ot potansiyelinin yüksek olması coğrafi olarak bu faaliyeti devam ettiren insanlar ve topluluklar açısından avantajlar sunmuştur. Yörede kışlayan Sarıkeçili ve Horzum aşiretine mensup 85 aile artık konargöçer hayatı terk edip yerleşik bir yaşantıya geçme isteklerini tarımsal iskân başvurusu yaparak talep etmişlerdir. Bu ailelerin yerleşme talepleri 1970'li yıllardaki adıyla Toprak ve İskân İşleri Genel Müdürlüğü tarafından değerlendirilmiş ve Mahalli İskân Komisyonunun 1973 yılında aldığı kararla hak sahiplikleri kabul edilmiştir. Tarımsal iskân için hak sahipliği kabul edilen ailelere ilk önce Amik Ovası'ndan tarım arazileri verilmiştir. 5 kişilik bir aile için 22.840 m² üzerinden nüfus farklılıkları da gözetilerek tarım yapılacak toprakların dağıtımı gerçekleştirilmiştir. 85 aileden 76'sı için İmece Mahallesi'nde konutların yapımı bir süre daha devam etmiştir ve konutlar ancak 1977 yılında teslim edilebilmiştir. İskân konutlarına yerleşen ve hayvancılığı bırakarak birden bire toprak işlemeye başlayan aileler uzun bir süre yeni hayat şartlarına alışmada zorluk çekmişlerdir. Toprağı işlemek ve gelir elde etmek, yerleşik yaşantıya geçmek ve eski yaşantıya sünger çekmek, yerli halk ile uyum içerisinde olmak ve yeni kültürle kaynaşmak bu insanlar için pek de kolay olmamıştır. Ancak aradan geçen bunca zaman içerisinde yerleşim yerine duyulan aidiyet duygusu giderek pekişmiş ve günümüzde kültürel adaptasyon sorunu ortadan kalkmıştır.

KAYNAKÇA

Aksoy, E., (2001). *Yörük ve Türkmenlerin sosyo-kültürel yapısı (Kırıkkale Karakeçili aşireti örneği)*, [Yayımlanmamış Doktora Tezi]. Hacettepe Üniversitesi.

Artun, E., (1996). Çukurova Yörüklerinin gelenek ve görenekleri, *I. Akdeniz Yöresi Türk Toplulukları Sosyo-Kültürel Yapısı (Yörükler) Sempozyumu Bildirileri*, Kültür Bakanlığı Yayını.

Bates, D.G., (1971). Güney-Doğu Anadolu' da göçebe Yörük yerleşmeleri üzerine bir çalışma. *Türkiye: Coğrafi ve Sosyal Araştırmalar*, s. 245-292.

Bates, D.G., (2009). *21. Yüzyılda Kültürel Antropoloji, İnsanın Doğadaki Yeri.* (Çeviren: Suavi Aydın vd.), İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Bazin, M., 1994, Orta Toros Yörüklerinden Sarıkeçili Aşireti. (Çeviren: Hamdi Kara) A.Ü. *Türkiye Coğrafyası Araştırma ve Uygulama Merkezi Dergisi, 3*, s.323-350.

Bulut, S., (2021). Göç, göçebe, göçer, göçer evli/evlü, göçer oba, göçgün(cü)/göçkün(cü), göçmel ve konargöçer/göçerkonar sözcükleri üzerine bazı notlar. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 18(3)*, s.1671-1720.

Büyükcan Sayılır, Ş., (2012). Göçebelik, konargöçerlik meselesi ve coğrafi bakımdan konargöçerlerin farklılaşması. *Türk Dünyası İncelemeleri Dergisi, XII/1*, s.563-580.

Çakır, S., (1989). Doğu Anadolu göçerlerinin sosyo-ekonomik sorunları, Fırat Üniversitesi *Sosyal Bilimler Dergisi, 3(2)*.

Denker, B., (1960). Güney Doğu Toroslarda göçebelik. Dr. Wolf-Dieter Hütteroth'a Göre, *Türk Coğrafya Dergisi, 20*, s.136-142.

Doğanay, F., (1997). Türkiye'ye göçmen olarak gelenlerin yerleşimi, *II. Ulusal Sosyoloji Kongresi Toplum ve Göç (20-22 Kasım 1996, Mersin)*, T.C. Başbakanlık Devlet İstatistik Enstitüsü ve Sosyoloji Derneği Basımevi.

Doğanay, H., & Altaş, N.T. (2017). *Coğrafya Bilim Alanları Sözlüğü*, Pegem Akademi Yayınları.

Emek inan, C., (2016). Türkiye'de göç politikaları: İskân kanunları üzerinden bir inceleme. *Göç Araştırmaları Dergisi, 2 (3)*, 10-33.

Emiroğlu, K., & Aydın, S. (2003). *Antropoloji sözlüğü*. Bilim ve Sanat Yayınları.

Eröz, M., (1967). Türk köy sosyolojisi meseleleri ve Yörük Türkmen köyleri. *1965-1966 Ders Yılı Sosyoloji Konferansları*, İ.Ü. Yay, No:1192, s.119-154.

Eröz, M., (1991). *Yörükler*. Türk Dünyası Araştırmaları Vakfı.

Eyüboğlu, İ.Z., (1988). *Türkçe kökler sözlüğü*. Remzi Kitabevi.

Gelekçi, C., (2004). Türk kültüründe Oğuz-Türkmen-Yörük kavramları. *Türkiyat Araştırmaları, 1(1)*, s.9-18.

Gökbilgin, T., (1957). *Rumeli'de Yörükler, Tatarlar ve Evlad-ı Fatihan.* İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayınları.

Gündüz, T., (1997). *Anadolu'da Türkmen aşiretleri-Boz-ulus Türkmenleri (1540-1560)*, Ankara.

Güngör, K., (1941). *Cenubî Anadolu Yörüklerinin etno-antropolojik tetkiki*. Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi, Antropoloji ve Etnoloji Enstitüsü Neşriyatı No:24, İdeal Basımevi.

Halaçoğlu, Y., (2006). *XVIII. yüzyılda Osmanlı İmparatorluğu'nun iskân siyaseti ve aşiretlerin yerleştirilmesi*. Türk Tarih Kurumu Yayınları.

Hatch, J.A., (2002). *Doing qualitative research in education settings*. Suny Press.

Kutlu, M. M,. (1992). Yaşayan bir alt-kültür geleneği: Anadolu göçer kültürü. *IV. Milletlerarası Türk Halk Kültürü Kongresi Bildirileri*, I. Cilt Genel Konular, Kültür Bakanlığı Halk Kültürlerini Araştırma ve Geliştirme Genel Müdürlüğü Yayınları:64, Seminer, Kongre Bildiriler Dizisi:34, ss. 59-64.

Lefebvre, H., (2023). *Mekânın üretimi*. (Çeviren: Işık Ergüden), Sel Yayıncılık.

Merriam, S.B, & Grenier, R.S. (2019). *Qualitative research in practice: examples fo discussion and analysis*. San Francisco, CA: Jossey-Bass Publishers.

Öngör, S., (1964). Ortadoğu ülkelerinde göçebe hayatın bugünkü şartları ve göçebe nüfusun sedantarizasyonu. Ankara Üniversitesi, *Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi, XIX(1)*, s.145-160.

Saydam, A., (2009). Sultanın özel statüye sahip tebaası: konargöçerler, SDÜ Fen Edebiyat Fakültesi, *Sosyal Bilimler Dergisi, 20*, s. 9-31.

Seale, C., (1999). Quality in qualitative research. *Qualtative Inquiry, 5(4),* 465-478.

Seyirci, M., (2000). *Batı Akdeniz bölgesi Yörükleri*. Der Yayınları.

Sümer, F., (1992). *Oğuzlar (Türkmenler).* Türk Dünyası Araştırmaları Vakfı.

Tolun-Denker, B., (1977). *Yerleşme coğrafyası: Kır yerleşmeleri*. İ.Ü. Coğ. Enst. Yay. No:93.

Tunçdilek, N., (1967). *Türkiye iskân coğrafyası (köy-altı iskânı).* İ.Ü. Edebiyat Fakültesi Yayınları: 1263, Coğrafya Enstitüsü Yayınları No: 49.

Türkay, C., (1979). *Başbakanlık arşiv belgelerine göre Osmanlı İmparatorluğu'nda oyman, aşiret ve cemaatler*. Tercüman Gazetesi Yayınları.

Yalman Yalkın, A.R., (1977). *Cenupta Türkmen oymakları I*. Kültür Bakanlığı Yayınları:256, Kültür Eserleri:14.

Kanunlar, İstatistikler, Arşivler

885 Sayılı İskân Kanunu, (1926). Kanun No: 885, Kabul Tarihi: 31.05.1926, Resmi Gazete: 01.Temmuz 1926

2510 Sayılı İskân Kanunu, (1934). Kanun No: 2510, Kabul Tarihi: 14.06.1934, Resmi Gazete: 21 Haziran 1934, Sayı: 27334

5098 Sayılı İskân Kanunu, (1947). Kanun No: 5098, Kabul Tarihi: 18.06.1947, Resmi Gazete: 24 Haziran 1947, Sahife: 12542

5543 Sayılı İskân Kanunu, (2006). Kanun No: 5543, Kabul Tarihi: 19.09.2006, Resmi Gazete: 26 Eylül 2006, Sayı: 26301

DİE, (1942-2002). 1940-2000 Genel nüfus sayımları, Ankara.

Hatay Çevre Şehircilik ve İklim Değişikliği İl Müdürlüğü, Kırıkhan İlçesi Konut Uygulamaları Arşiv Dosyaları

Hatay Toprak ve İskân İşleri Genel Müdürlüğü Arşiv Belgeleri

TBMM, (2012). 12.11.2012 Tarih ve 6360 Sayılı "On Üç İlde Büyükşehir Belediyesi ve Yirmi Altı İlçe Kurulması ile Bazı Kanun ve Kanun Hükmünde Kararnamelerde Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun", Resmi Gazete Tarih: 06.12.2012, Sayı: 28489.

TÜİK, (2015-2023). Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemleri İstatistik Verileri

TÜRKİYE'DE EKONOMİK BİR FAALİYET OLARAK TURİZM ve İSTİHDAM

Özlem Sertkaya Doğan
Prof.Dr.,İstanbul Üniversitesi/ Edebiyat Fakültesi Coğrafya Bölümü, İstanbul, Türkiye srtkydgn@istanbul.edu.tr

ÖZET

Türkiye'de turizm sektörünün kapsayıcı özellikleri ve istihdam dinamikleri gün geçtikçe daha da önem kazanmaktadır. Kapsamlı literatür analizi, istatistiksel veri incelemesi ve raporlara dayanan metodolojik bir yaklaşım kullanan çalışmada, Türkiye'nin turizm yapısı ve istihdam özellikleri araştırılmıştır. Bu çalışmanın kapsamı konaklama, ulaşım eğlence ve yeme- içme hizmetleri gibi çeşitli segmentleri içermektedir. Metodolojik olarak bu çalışmada, sektörün kapsamlı yapısını ortaya koymak için nitel ve nicel veriler bir araya getirilerek sentezlenmektedir. İstihdam boyutuna gelince, çalışma Türk turizm sektöründeki iş fırsatlarının mevcut durumuna ışık tutmaktadır. İstihdam eğilimlerini, zorlukları ve sektörün çeşitli alanlarındaki rollerini araştırmaktadır. Çalışma ayrıca, turizm faaliyetleri ile istihdam yaratma arasındaki etkileşimi inceleyerek sektörün Türkiye ekonomisine katkısına ilişkin değerlendirici bir bakış açısı sunmaktadır. Sonuç olarak, Türkiye'nin turizm sektörünün çok yönlü özelliklerine ve istihdam dinamiklerine dair genel bir bakış sunmaktadır. Bu bağlamda çalışmada sektörün farklı yönleri ortaya konularak literatüre katkıda bulunulmakta ve aynı zamanda Türkiye'nin canlı turizm dinamiklerini anlamak ve yönlendirmek isteyen politika yapıcılar, paydaşlar ve sektör uygulayıcıları için de bütüncül kaynak bilgiler sunulmaktadır.

Anahtar Kelimeler: : Turizm Sektörü, İstihdam Eğilimleri, Ekonomi, Nüfus, Türkiye.

TOURISM AS AN ECONOMIC ACTIVITY AND EMPLOYMENT IN TÜRKİYE

ABSTRACT

The inclusive features and employment dynamics of the tourism sector in Turkey are becoming more important day by day. Using a methodological approach based on extensive literature analysis, statistical data review and reports, the study explores various aspects of Turkey's tourism landscape. The scope of this research includes various segments such as accommodation, transportation, leisure and hospitality services. Methodologically, the study synthesizes a range of sources, bringing together qualitative and quantitative data to paint a comprehensive picture of the sector. As for the employment dimension, the study sheds light on the current state of job opportunities in the Turkish tourism sector. It explores employment trends, challenges and their role in various areas of the sector. The study also provides an evaluative perspective on the sector's contribution to the Turkish economy by examining the interaction between tourism activities and job creation. Overall, it provides a nuanced overview of the multifaceted characteristics and employment dynamics of Turkey's tourism sector. By presenting different facets of the sector, it not only contributes to the literature, but also provides valuable insights for policymakers, stakeholders and industry practitioners seeking to understand and navigate the complexities of Turkey's vibrant tourism landscape.

Keywords: Tourism Sector, Employment Trends, Economy, Population, Turkey.

GİRİŞ

Turizm; yatırım, tüketim, istihdam, ihracat ve kamu gelirleri gibi ekonomik bileşenleri olan ekonomik bir faaliyettir. Bu faaliyet tasarrufların ve boş zamanın nasıl değerlendirileceğine ilişkin ekonomik bir kararla başlar (Akın vd., 2014:64). Turizm endüstrisi, nakit yaratma, döviz çekme ve istihdam yaratma kabiliyeti olması sebebiyle küresel ekonomilerin önemli bir bileşeni olarak kabul edilmektedir. Bu endüstri, 21. yüzyılın küresel ekonomisinde en hızlı büyüyen sektördür ve birçok gelişmiş ve gelişmekte olan ülkede ekonomik büyüme ve kalkınmanın anahtarı olarak görülmektedir (Bahar,2006:137). Turizm endüstrisinin ekonomik önemi küreselleşme ile birlikte artmıştır. Ekonomik kalkınmaya, istihdam yaratılmasına ve döviz kazanımına yaptığı önemli katkılar nedeniyle turizm, Türkiye ekonomisi için de hayati önem taşımaktadır. Yerel şirketler, ulaşım ve konaklama dahil olmak üzere bir dizi sektörü destekleyen önemli bir gelir kaynağı olan turizm, ekonomik istikrar ve çeşitliliğin teşvik edilmesine yardımcı olmaktadır. 1950 sonrası turizm, dünya ekonomisinde hızlı gelişen sektörlerden biri haline gelmiştir. Turizm, çoğu zaman diğer bir çok endüstri gibi bölgesel veya ulusal kalkınma için bir araç olarak da kullanılmıştır. Özellikle coğrafi mevki bakımından kolay ulaşılabilir sahalar, elverişli iklime sahip, doğal ve kültürel çekicilikleri olan alanlar turistik merkezler haline gelmişlerdir. Turistik bakımdan dikkat çeken bu sahalar, hem bölgesel ve hem de ülkesel boyutta gelişmeye olanak sağlamıştır. Bu bölgeler, turizm sektörüne hizmet eden yatırımların artmasına, yeni iş imkanlarının oluşmasına, döviz girdisine ve böylece bulundukları alanın ekonomik bakımdan hareketlenmesine imkan sağlamışlardır (Doğan Sertkaya, 2011:132).

Turizm, küresel ekonomiye önemli katkı sağlayan hayati bir sektördür (Hall vd, 2014:1). Dünya küresel hatlarla birbirine daha bağlı hale geldikçe, turizmin ekonomik bir itici güç olarak önemi de zaman içerisinde artmıştır. Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü'ne göre, uluslararası turizm gelirleri 2019 yılında dolar bazında 1,5 milyara

ulaşarak bir önceki yıla göre %4'lük bir artış göstermiştir. Ancak 2020 yılıyla birlikte dünya çapında etkisini gösteren COVID-19 pandemisi nedeniyle dünya genelinde ziyaretçi sayılarında önemli miktarda düşüş gerçekleşmiştir. Bu durum beraberinde ülkelerin turizm gelirlerinde azalışı getirmiştir. 2020 yılında ancak 536 milyon ABD $ hacmine ulaşan turizm gelirleri 2021 yılında 705 milyon 'a ulaştı. Aynı dönemler içerisinde turist sayıları ise 401 milyondan 415 milyona yükselmiştir. 2022 yılında ise rakamlar artış eğilimi göstermiş ve bu yıl içerisinde toplam ziyaretçi sayısı 917 milyon olmuştur. Ancak bu rakam dünya çapında en yüksek turist sayısına ulaşıldığı 2019 yılına kıyasla uluslararası turist sayılarında %37'lik kayıp olduğunu ortaya (UNWTO, 2023). Uluslararası ölçekteki bu değerlendirmenin ardından ulusal olarak turizm sektörünün de yaşanan gelişmelere bakıldığında dünyada etkili olan koşulların ülkemiz adına da turizm sektörünü şekillendirdiği görülmektedir. 2019 yılında 51,8 milyon turist ağırlayarak en yüksek rakamlara ulaşıldığı bu yıldan itibaren 2020'de 15,9 milyona, 2021 yılında ise 30 milyon, 2022'de ise 51,3 milyona erişerek iyileşme eğilimine geçmiştir (TÜRSAB, 1990a). 2019 yılında 38,9 milyar ABD $ olan turizm gelirleri 2022'de 46,3 milyar ABD $'a ulaşmıştır (TÜRSAB, 1990b). Rakamlar turizmin dünya çapında büyük miktarda insan sirkülasyonu sağlayarak küreselden yerele önemli ekonomik getiriler sağladığını göstermektedir.

Turizm, her yıl milyonlarca insanın yeni kültürleri deneyimlemek, farklı manzaraları keşfetmek ve yeni ortamlarda rahatlamak için dünyayı dolaştığı sürekli büyüyen yaygın ve uluslararası bir sektördür (Jolliffe vd., 2001:149). Türkiye'nin ekonomik yapısında önemli bir kesişme noktası, ülkenin turizm endüstrisi ile nüfus eğilimleri arasındaki ilişkidir ve bunun önemli ekonomik sonuçları vardır. Çeşitli coğrafi manzaraları ve zengin kültürel mirasıyla bilinen Türkiye, ekonomik büyümesini desteklemek için turizm sektöründen faydalanmaktadır. Aynı zamanda, göç eğilimleri ve demografik değişimler gibi nüfus dinamikleri de turizm sektörünün başarısı üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Bu çalışma, ekonomik başarı için karşılıklı etkilere ve olası sonuçlara ışık tutmak amacıyla, Türkiye'nin turizm sektörü ile istihdam arasındaki bağlantıyı ekonomik bir perspektiften incelemeyi amaçlamaktadır.

Türkiye'nin en canlı ve hızla büyüyen ekonomik sektörlerinden biri turizmdir. Turizm, 2018 yılında 2,2 milyon kişiye doğrudan istihdam sağlamış ve tüm istihdamın %7,7'sini oluşturmuştur. Turizmden elde edilen toplam gelir GSYH'nin %3,8'ini oluşturmuştur. 2018 yılında ihraç edilen hizmetlerin %51,9'u seyahatle ilgiliydi. Yoksulluğun azaltılması, ekonomik entegrasyon ve çeşitliliğin teşvik edilmesi için yararlı bir araç turizmdir. Doğal ve kültürel çevrenin yanı sıra yerel ve kırsal ekonomilerin büyümesi de turizmden etkilenebilir. Nüfus eğilimleri ve turizm endüstrisi arasında daha incelikli bir etkileşim vardır. Turizm arz ve talebini etkileyebilecek değişkenlerden biri de nüfus artışıdır. Örneğin, nüfusun yaşlanması ziyaretçilerin zevklerini ve eylemlerini değiştirebilir. Ayrıca, cinsiyet, zenginlik ve eğitim düzeyi gibi sosyo demografik faktörler de seyahat edenlerin talebini etkilemektedir. Nüfus artışı, turizm endüstrisine işgücü mevcudiyeti, altyapı ve hizmet gelişimi ve çevre sorunları açısından faydalar sağlayabileceği gibi engeller de çıkarabilir. Bu noktada çalışma Türkiye'nin nüfus yapısı ve turizm sektöründe istihdam edilen nüfusa odaklanmaktadır. Çalışma kapsamında veri kaynaklarını, Türkiye İstatistik Kurumu ve Sosyal Güvenlik Kurumu'ndan sağlanan veriler oluşturmaktadır.

YÖNTEM

Çalışma kapsamında temel kaynaklar, Türkiye İstatistik Kurumu ve Sosyal Güvenlik Kurumu'ndan sağlanan verilerden oluşturmaktadır. Toplanan veriler nicel araştırma yöntemleri çerçevesinde karşılaştırmalı tablo ve grafikler oluşturularak yorumlanmıştır.

BULGULAR

1.TURİZM VE NÜFUS İLİŞKİSİ ÜZERİNE

Turizm ve nüfus dinamikleri arasındaki bağlantı çok yönlüdür. Bir destinasyonun nüfus büyüklüğü, yaş, gelir ve kültürel çeşitliliği kapsayan kompozisyonu ve dağılımı gibi faktörler turizm modelleri üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Demografik değişkenler turizm talebinin şekillenmesinde önemli bir rol oynamaktadır; örneğin, yaşlanan bir nüfus daha genç bir demografik gruptan farklı tercihler sergilemekte ve böylece bir destinasyonda arzu edilen çekicilikleri ve hizmetleri etkilemektedir. Bu demografik özellikler, farklı nüfus kesimleri tarafından aranan faaliyetler, hizmetler ve konaklamadaki farklılıklar yoluyla turizmi önemli ölçüde etkilemekte ve sonuç olarak turizm gelişimi ve destinasyonların yapısını şekillendirmektedir.

Turizm, hizmet sektörü içerisinde, özellikle yapısal özellikleri ve belirgin emek-yoğun niteliği ile ayırt edici özellikler sergilemektedir. Hizmet sağlayıcılar ve alıcılar arasındaki dinamik etkileşim, turizm sektöründe çalışan bireylerin sahip olması gereken yetkinlikleri önemli ölçüde şekillendirmektedir. Bu sektördeki istihdamın niteliğini etkileyen faktörler arasında demografik özellikler, turizm eğitimi, turizm işletmelerinin özellikleri, turizm mesleğine yönelim, işgücü tahminleri, işgücü devir oranları ve mevsimsel istihdam kalıpları yer almaktadır (Günel,2009:99). Turizmde istihdam kalitesi ile ilgili demografik özellikler yaş, cinsiyet ve eğitim durumu ile ilgili hususları kapsamaktadır.

AB Turizm Sektörü İşgücü Anketine göre turizm sektörünün istihdam edilen bireylerin %48,4'ünün 15- 34 yaş ve %24,4'ünün 35-44 yaş aralığında olduğunu ve Türkiye'de ise %78'inin 15-34 yaş ve %16'sının 35-44 yaş aralığında olduğunu ortaya koyan yaş dağılımındaki farklılık, ülkelerin gelişmişlik düzeyleri, nüfusları veya işgücü yapılarındaki farklılıklar tarafından şekillendirilmektedir. Buna ek olarak, turizm istihdamında cinsiyet dağılımının incelenmesi, çeşitli sektörlerde daha yüksek erkek istihdam oranlarının küresel yaygınlığına rağmen, kadın temsilinde artan bir eğilim olduğunu ortaya koymaktadır (Ünlüönen vd., 2011:15).

AB üyesi ülkelerde 2004 yılı itibariyle konaklama ve yiyecek-içecek işletmelerinde çalışanların %54,1'i kadın, %45,9'u erkektir ve bu eğilim kadın çalışanların lehinedir. Bir diğer önemli husus da sektör çalışanlarının eğitim düzeyidir; gelişmekte olan ülkeler, gelişmiş ülkelerin turizm sektörlerinde yaygın olan yüksek eğitim düzeylerine kıyasla işgücünün daha düşük eğitim düzeyine sahip olması nedeniyle zorluklarla karşılaşmaktadır. İlgili ülkelerin genel ekonomik yapısıyla karşılaştırıldığında, turizm sektöründeki eğitim seviyesi nispeten daha düşük görünmektedir (Özdemir, 2020:58). Örneğin Avusturya'da turizm sektöründe çalışanların %32'si zorunlu eğitimi tamamlamış (genel ekonomide %13), %34'ü lise veya mesleki eğitim almış (genel ekonomide %45) ve sadece %3'ü üniversite mezunudur (genel ekonomide %13). Buna karşılık, Türkiye'de 1993 yılında Turizm Bakanlığı tarafından yapılan bir araştırmaya göre, turizm sektöründe istihdam edilenlerin yaklaşık %60'ı ilköğretim ve altı eğitim düzeyine sahiptir. Bu durum sadece bireysel kapasitelerden değil, aynı zamanda ülke içindeki eğitim

olanaklarından, mevcut işgücü piyasası koşullarından ve yönetim ideolojilerinden de etkilenmektedir (Ünlüönen vd. 2011:15).

Başka bir açıdan bakıldığında turizm ve nüfus arasındaki karmaşık etkileşim, karşılıklı etkileri kapsamaktadır. Turizm, çeşitli demografik faktörlerden etkilenirken nüfus dinamiklerini de önemli ölçüde etkilemektedir. Gelişen turizm, ekonomik büyümeyi teşvik ederek turizm odaklı bölgelerde nüfus artışına neden olabilmektedir. Ayrıca, artan turizm talebi kentleşmeyi ve altyapı gelişimini teşvik ederek fırsat arayan bireyleri çeker ve böylece göç modellerini şekillendirir. Diğer taraftan, nüfus dinamikleri de turizm üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Daha büyük nüfuslar turizm işletmeleri için daha geniş bir müşteri tabanını temsil ederek talebi ve büyüme beklentilerini değiştirebilir. Farklı nüfus yapıları, belirli turist segmentlerine hitap ederek turizm deneyimlerini geliştirir. Bununla birlikte, yüksek nüfus yoğunlukları kaynakları zorlayabilir ve sürdürülebilir turizm gelişimi için zorluklar ortaya çıkarabilir.

Yaş, gelir, eğitim, aile yapısı, kentleşme düzeyleri ve kültürel değerler gibi temel nüfus bileşenleri turizmi karmaşık bir şekilde şekillendirmektedir. Farklı yaş grupları farklı seyahat tercihleri sergileyerek destinasyonları etkilemektedir. Daha yüksek gelirler genellikle artan seyahat eğilimi ile ilişkilidir ve bu da turizm harcamalarını etkiler. Yine eğitim seviyeleri seyahat tercihlerini etkilemekte, daha eğitimli bireyler seyahatlerinde farklı özellikler arayabilmektedir.

2.TÜRKİYE'DE TURİZM FAALİYETLERİNİN GELİŞİMİ VE GENEL ÖZELLİKLERİ

Doğal, tarihi ve kültürel cazibesini sergileyen Türkiye'de turizmin gelişimi oldukça hızlı bir şekilde ilerlemiştir. Ülke 2022 yılında 50 milyondan fazla turisti ağırlayarak 46 milyar doları aşan bir turizm geliri elde etmiş ve dış ticaret açığının kapatılmasına önemli ölçüde katkıda bulunmuştur. Turizm sektörü, döviz rezervlerini doğrudan desteklemenin ötesinde, istihdam yaratmada ve yan sektörleri canlandırmada çok önemli bir rol oynamakta ve ülkenin istihdam yapısını derinden etkilemektedir. Bu etkiyi anlamlandırmak açısından bu kısımda Türkiye'de turizmin gelişimi, mevcut durumu ve ülkenin istihdam yapısını olan etkileri değerlendirilecektir.

Türkiye'de turizm sektörü, denizlerle çevrili coğrafyası ve kıyı bölgelerindeki güneşli gün sayısının fazlalığı nedeniyle deniz, güneş ve kum üçlüsüne dayalı deniz turizmine ağırlık vermektedir (Çetin ve Gürgil, 2014). İzmir gibi Güney Ege kıyıları ile Kemer ve Antalya gibi Akdeniz kıyıları başlıca kıyı bölgeleri olarak öne çıkmaktadır. Karadeniz bölgesi Samsun ve Giresun gibi yerlerde gelişmiş deniz turizmine sahip olsa da, Ege ve Akdeniz kıyılarındaki güneşli günler Karadeniz bölgesindekileri önemli ölçüde geride bırakmaktadır. Ayrıca, Türkiye deniz turizmi projelerinin yanı sıra golf, kongre, kültürel miras ve ekoturizm gibi alternatif turizm faaliyetlerini de teşvik etmektedir (Yüksel, 2013). Turizmi çeşitlendirme çabalarına rağmen, Türkiye'nin tüm potansiyeli yeterince kullanılamamaktadır ve turizmi tüm bölgelere yaymak için hassas politikalar, pazarlama stratejileri ve girişimci desteği gerekmektedir. Bu stratejik yaklaşım, kitle turizminin baskınlığını ve mevsimsel dengesizlikleri azaltmayı amaçlamaktadır. Bununla birlikte son yıllarda alternatif turizm faaliyetleri de giderek yaygınlaşmaktadır.

Turizm içinde 1980'lerin başında büyümeye başlayan konaklama sektörünün tesis, oda ve yatak kapasiteleri açısından dağılımı 1990'ların başında kitle turizmiyle uyumlu hale gelmiştir. Turizmle birlikte konaklama

sektörünün gelişimi, Türkiye'nin çeşitli illeri için önemli bir ekonomik araç teşkil etmekte ve bu illerin ekonomik kalkınmasına katkıda bulunmaktadır.

Konaklama tesisleri sadece misafirlerin gecelemeleri için değil, aynı zamanda yeme-içme ve kısmen eğlence ihtiyaçlarını karşılamak için de kurulmaktadır. Konaklama işletmeleri arasında oteller en önemli grubu oluşturmakta ve turizm faaliyetlerinin statik bölümünü oluşturmaktadır. Konaklama kolaylıkları turizmin gelişmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Türkiye'deki konaklama işletmelerinin tarihsel geçmişi incelendiğinde, kökenlerinin Selçuklu ve Osmanlı dönemlerinde inşa edilen kervansaray ve hanlara kadar uzandığı görülmektedir. Konaklama tesislerinin modern örnekleri ilk olarak Orient Express treninin İstanbul'a yaptığı yolculuklar sırasında görülmüştür. Bu yıllarda İstanbul'da birçok konaklama tesisi açılmıştır. 1982 yılında inşa edilen Pera Palas (Beyoğlu), modern anlamda ilk konaklama tesisidir. Modern Türk turizmine öncülük eden, Türkiye'de kurulan ilk uluslararası otel zinciri ise 21 Nisan 1955 tarihinde hizmete giren, Hilton Istanbul Bosphorus (Şişli) 'dur.

Türkiye'de Cumhuriyet'in ilanından 1963 yılına kadar olan planlı dönem öncesinde, faaliyete olan konaklama tesisi sayısı nispeten azdır. Turizm ve Tanıtma Bakanlığı'nın 1963 yılında kurulması, planlı dönemde turizm alanında önemli bir gelişmeye işaret etmektedir. Bu bakanlık, turizm tesislerini yönlendirmek ve ruhsatlı konaklama ve yemek işletmelerinin fiyatlarını düzenlemekle yetkilendirilmiştir. Planlı dönemde özellikle Marmara, Ege ve Akdeniz bölgelerinde konaklama tesisi yatırımlarının artırılması hedeflenmiştir. İlk üç kalkınma planında konaklama yatırımlarının öncelikli bölgelerde yoğunlaştırılması ve kurulan tesislerin kapasite ve niteliklerinin kitle turizminin gerekliliklerine uygun hale getirilmesi üzerinde durulmuştur (Çakır, 2019:44).

Türkiye'de konaklama sektöründeki önemli büyüme 1982 yılında Turizmi Teşvik Kanunu'nun yürürlüğe girmesinden sonra gerçekleşmiştir. Bu mevzuat, Türkiye'de turizm sektörünü düzenlemek ve geliştirmek için dinamik bir yapı ve işleyiş sağlamış, artan talep nedeniyle yatırımları teşvik etmiştir. 1980'lerin sonlarında yetersiz sosyal, ekonomik ve teknolojik altyapıya rağmen, turist sayısındaki hızlı artış nedeniyle Türkiye popüler bir destinasyon haline gelmiş, bu da gerekli araştırma ve planlama yapılmadan aceleyle konaklama ve destek birimlerinin kurulmasına neden olmuştur (Atça, 2019:38).

1985-1989 yılları arasındaki dönem, sektörel yatırımlar için hibe tipi teşviklerin en önemli kullanımına tanıklık etmiştir. Sonuç olarak, 1990 yılına gelindiğinde Türkiye 1.260 turizm belgeli tesise, 83.953 odaya ve 173.227 yatak kapasitesine ulaşmıştır. 1985-1989 yılları arasındaki dönem, sektörel yatırımlar için hibe tipi teşviklerin kullanıldığı bir dönem olmuştur. 1990'lardan itibaren turizmin nitelik ve nicelik olarak geliştirilmesine odaklanılmıştır. Turizm faaliyetlerinin süresinin uzatılması, mevcut tesislerin doluluk oranlarının artırılması ve küçük kapasiteli işletmelerin teşvik edilmesi için çaba gösterilmiştir. Özellikle Doğu Karadeniz'de turizm faaliyetlerinin gelişmesi aile işletmelerine kapı açmıştır. Türkiye'de tesis, oda ve yatak kapasitelerindeki artışta devlet desteği, özel girişimler ve uluslararası turizm talebindeki artış etkili olmuştur.

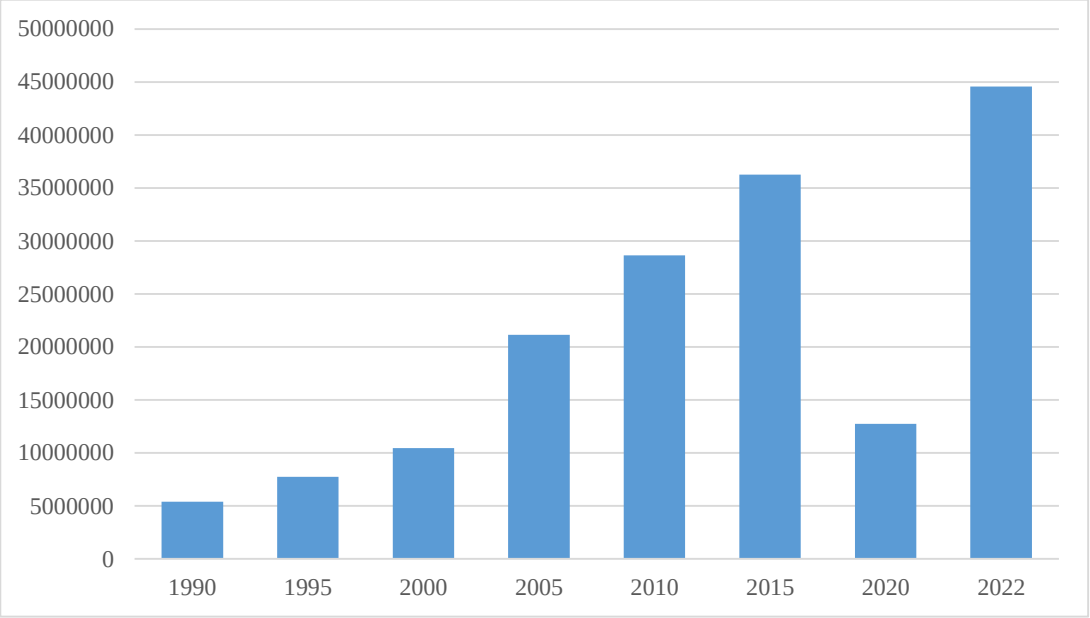
Türk turizm sektörünün hızlı gelişimi, 1980 yılında Ekonomik İstikrar Tedbirleri kapsamında çıkarılan 1982 tarihli ve 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu'ndan kaynaklanmaktadır. Bu kanun, turizm yatırımcılarına primler, kamu arazisi tahsisleri (1983'ten itibaren), vergi indirimleri, yabancı personel istihdamı, döviz tahsisleri ve gelişmiş iletişim

olanakları gibi benzeri görülmemiş teşvikler getirmiştir. Çanakkale'den İçel'e kadar uzanan kıyı şeridinde kamu arazilerinin kiralanmasına başlanmış ve 1989'da imzalanan Dünya Bankası sözleşmesinden sağlanan finansmanla 1998'de tamamlanan Akdeniz-Ege Turizm Altyapısı ve Kıyı Yönetimi (ATAK) projesiyle sonuçlanmıştır. Tur operatörleri, 3S (Sea (deniz)-Sand (kum)- Sun (güneş)) turizm ürününü benzer destinasyonlara yönlendirmelerini sağlayan paket tur fiyatlandırması üzerinde kontrol sahibidir. 2010 yılında Türkiye'yi ziyaret eden 28 milyon turistin 13 milyonu paket turlarla gelmiştir (Bayraktar, 2015:97).

Özellikle 1980'lerden bu yana, Türkiye'nin turizm sektörü önemli ölçüde büyümeye başlamış ve artık ülke ekonomisini destekleyen başlıca gelir kaynaklarından biri haline gelmiştir. Ayrıca, Türkiye dünyanın dört bir yanından gelen gezginler için çok sevilen bir seyahat noktası haline gelmiştir. Türkiye'nin uluslararası turizm gelirleri, diğer geleneksel turizm gelirleriyle karşılaştırıldığında, 1983 ve 1989 yılları arasında seyahat edenlerde %127'lik rekor bir artış göstermiştir. Aynı dönemde turizmle ilgili gelirlerin tüm ihracat içindeki oranı %11,2'den %28,8'e yükselirken, turizmle ilgili gelirlerin Gayri Safi Milli Hasıla içindeki oranı 1980'de %0,6'dan 2001'de %6,9'a yükselmiştir. Türkiye, yabancı para kaynağı olarak ve yeni iş olanakları yaratarak işsizliği azaltan ve ödemeler dengesi sorunlarını çözen bir araç olarak turizme büyük ölçüde güvenmektedir. Nihayetinde, turizm endüstrisi Türkiye'nin ekonomik büyüme planında önemli bir rol oynamaya başlamıştır (Bayraktar, 2015:78). 2021 yılında turizm sektörü toplam ihracat gelirlerine %13,4 (30,173,5 milyar $) katkı sağlarken, ithalat giderlerinin %0,7'sini (1,851,9 milyar $) oluşturmuştur. Buna karşın, 2022 yılında turizm geliri ihracatın %18,2'sine (46,284,9 milyar $) yükselirken, turizm harcamaları ithalatın %1,2'sine (4,276,5 milyar $) yükselmiştir. Bu istatistikler, 2021'den 2022'ye kadar ihracat ve ithalat değerlerine göre hem turizm gelirinde hem de harcamalarında kayda değer bir artış olduğunu göstermekte ve turizmin ekonomi üzerindeki artan etkisini yansıtmaktadır (TÜRSAB, 2023).

Türkiye'nin turizm rakamları zaman içinde değişkenlik göstermiş, belirgin düşüşlerin arasına serpiştirilmiş artan modeller sergilemiştir. 2020 yılında, seyahat kısıtlamaları ve dünya çapındaki COVID-19 salgınıyla ilişkili olabilecek kayda değer bir düşüş yaşanmıştır. Bununla birlikte, büyük olasılıkla seyahat kısıtlamalarının gevşetilmesi ve sektörün yavaş ama istikrarlı bir şekilde toparlanmasının bir sonucu olarak 2022'de turizmde kayda değer bir artış yaşandı. Bu rakamlar, salgın hastalıklar ve jeopolitik koşullar gibi dış değişkenlerin Türkiye'nin seyahat alışkanlıklarını nasıl etkilediğini göstermektedir.

Türkiye, 1990 ile 2020 yılları arasında ziyaretçi sayısında, büyüme oranlarında zaman zaman görülen değişikliklerle birlikte, istikrarlı bir artış kaydetmiştir. Ziyaretçi sayısı 2000 yılında 10.428.153 ile zirveye ulaşmıştır. Bu tarihten sonra ziyaretçi sayısı artışını sürdürerek 2015 yılında 36.244.632'ye ulaşmıştır. Ancak, COVID-19 salgını 2020 yılında seyahatler üzerinde önemli bir olumsuz etki yaratarak 12.734.213 turistlik keskin bir düşüşe neden olmuştur. 2022'de 44.564.395 ziyarete ulaşan artış, güçlü bir geri dönüşe işaret etmektedir. Bu değişimler, sektörün dış etkilere karşı kırılganlığını vurgularken aynı zamanda hızlı toparlanabilme gücünü de ortaya koymaktadır (Şekil 1).



Şekil 1. 1990-2022 yılları Türkiye'ye Gelen Turist Sayısı (https://www.tursab.org.tr).

4.TURİZM SEKTÖRÜNÜN TÜRKİYE EKONOMİSİNDEKİ YERİ

Uluslararası turizm faaliyetleri, Türkiye gibi çok büyük turizm potansiyeline sahip ülkeler açısından önemli ekonomik gelir kaynaklarından biridir. Türkiye lokasyon itibariyle dünyanın en merkezi sahalarından birinde yer almaktadır. Genel olarak bakıldığında Asya ile Avrupa kıtalarının buluştuğu noktada yer alan yurdumuz bu bağlamda hem Asya hem de Avrupa kıtalarında topraklara sahip ender ülkelerden biridir. Kuzeyden Karadeniz, güneyden Akdeniz ve batıdan da Ege deniziyle çevrelenmiş ve bu denizlere kıyısı olan ülkelerle güçlü ilişkileri olan Türkiye, aynı zamanda Ortadoğu ülkeleriyle de bağlantı noktası durumundadır. Ülkemizin yer aldığı bu coğrafya, tarihin ilk çağlarından itibaren daima yerleşim alanı olarak tercih edilmiştir. Bu nedenle ülkemizde ilkçağ ve ortaçağ eserleri oldukça yaygındır. Doğal güzelliklerinin yanı sıra kültürel anlamda da zengin kaynaklara sahip olması Türkiye'yi klasik turizm döngüsü olan deniz, kum ve güneş (3S) dışında kültür ve inanç turizmi bakımından da önemli bir noktaya getirmiştir. Türkiye'de ve tüm dünyada en hızlı gelişen sosyoekonomik olgulardan biri turizm sektörüdür. Türkiye ekonomisinin, hem yurt içinde hem de küresel ölçekte genişleyen ve artan turizm sektöründen önemli ölçüde etkilendiği açıktır. Bu etkiler arasında en önemlisi turizmin istihdamı artırmasıdır (Güngören vd. 2019:769; Yıldız, 2016: 69).

Gelişmekte olan turizm sektörü, bir ulus içindeki istihdam fırsatlarını önemli ölçüde canlandırmaktadır. İstihdam, üretim faktörlerinin ulusal ekonomiye katılımını, bireysel hizmetlerin üretim faaliyetlerinde kullanılmasını ve bireylerin milli gelire katkıda bulunmasını kapsamaktadır. 2015 yılında Türkiye'de turizm sektöründe yaklaşık 2 milyon kişi istihdam edilmiş olup bu sayının 2025 yılında 2,81 milyona yükseleceği tahmin edilmektedir (Şit, 2016:101). Bu sektör sadece genel istihdam hacmini etkilemekle kalmamakta, aynı zamanda turizmle ilgili harcamalar nedeniyle ulaşım, eğlence ve yerel pazarlar gibi çeşitli sektörleri etkileyerek doğrudan, dolaylı ve ek istihdam olmak üzere üç istihdam kategorisi geliştirmektedir. Arazi, sermaye, girişimciler ve işgücünden oluşan

girdiler, arz kaynaklarının yaratılmasını ve turizm ürün ve hizmetlerinin oluşturulmasını sağlayarak turizmin birçok ülkede istihdamda oynadığı önemli rolün altını çizmektedir (Güngören vd., 2019:771; Şit, 2016: 106).

Türkiye ekonomisinde 2022 yılına ait ana sektörlere göre istihdam edilen nüfus verileri incelendiğinde, hizmetler sektörünün (%56,6) en başat sektör olduğu, bunu sanayi sektörü (%21,8), tarım sektörü (%15,6) ve inşaat sektörünün (%6) izlediği görülmektedir. Hizmetlere güçlü bir şekilde odaklanan bu ekonomik yapı, tarım gibi daha geleneksel sektörlerden uzaklaşıp genel ekonomik eğilimlerle uyumlu daha çağdaş iş ve hizmetlere doğru bir yönelime işaret etmektedir. Ulaştırma, ticaret, bankacılık, turizm ve diğer sektörlerin tümü hizmet sektörünün genişlemesine önemli ölçüde katkıda bulunmaktadır.

Turizm, bir ülkede üç farklı istihdam biçimine katkıda bulunur. Doğrudan istihdam, otel ve restoran gibi turizmle ilgili işletmelerdeki turist harcamalarından kaynaklanır ve bu birincil turizm unsurlarındaki işgücünü doğrudan artırır. Dolaylı istihdam, turizmin diğer sektörler üzerindeki etkisinden kaynaklanır ve bölgedeki turizm kalıplarındaki değişimler nedeniyle ulaşım, eğlence ve alışveriş merkezlerindeki istihdamı değiştirir. Buna ek olarak, yerel halkın turizm tesislerinden elde etiği geliri yeniden yatırıma dönüştürmesi, marketler ve kuyumcular gibi yerlerde istihdama teşvik ettiği için ek istihdam ortaya çıkmaktadır (Şit, 2016, s. 103).

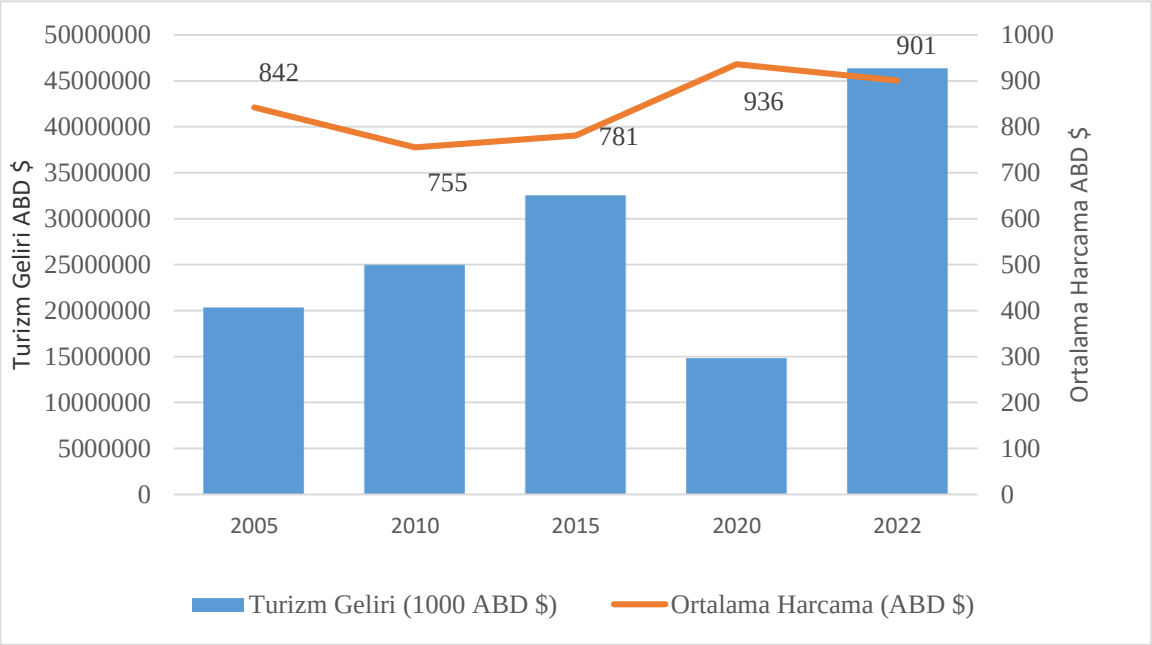
Tablo 1. Yıllara Göre Türkiye'nin Turizm Gelirleri.

	Turizm Geliri (1000 $)	Ortalama Harcama ($)	Turizm gelirinin GSYİH İçindeki Payı (%)
2005	20322111	842	4,1
2010	24930997	755	3,2
2015	32492212	781	3,7
2020	14817273	936	2,1
2022	46284907	901	5,1

Kaynak: https://www.tursab.org.tr verilerinden faydalanılarak hazırlanmıştır.

Turizm gelirlerine ilişkin istatistikler (Tablo 1.), Türkiye'nin on yıllar boyunca turizmden elde ettiği ekonomik faydayı göstermektedir. Türkiye'nin turizm sektörü 1960'ların sonlarından 1980'lerin ortalarına kadar istikrarlı ve umut verici bir artış göstererek cazibesini ortaya koymuştur. 1980'lerin ortasından 1990'ların sonuna kadar yaşanan hızlı artış, Türkiye'nin etkili pazarlama kampanyaları, daha iyi altyapı ve artan ilgi nedeniyle popüler bir seyahat destinasyonu olduğunu göstermektedir. Ancak 2000'li yılların başında, jeopolitik sorunlar, dünya çapındaki ekonomik farklılaşmalar veya gezginlerin tercihlerini etkileyen diğer sosyo ekonomik unsurlar nedeniyle düşüş yaşanmıştır. 2022 yılına kadar turizm sektöründe inişler ve çıkışlar yaşanmış, ancak bu süre zarfında sektörün kazançları, gelecekteki gelişmeye ve bir turizm destinasyonu olarak Türkiye'ye olan ilginin yeniden canlanmasına işaret eden kayda değer bir yükseliş göstermiştir. Yukarıda belirtilen veriler, Türkiye'nin zor zamanlardan çıkma

kabiliyetini ve dayanıklılığını vurgulamakta, ülkenin cazibesinin ve küresel seyahat trendlerindeki değişimler karşısında dahi turist çekme kabiliyetini ortaya koymaktadır.



Şekil 2. Yıllara Göre Turizm Gelirleri ve Kişi Başına Düşen Ortalama Harcama (TÜİK Turizm İstatistikleri).

Türkiye'nin 2005'ten 2022'ye kadar olan turizm geliri verileri, kayda değer eğilimlerin yanı sıra değişimler de göstermektedir. 2005'ten 2020'ye kadar, istikrarlı bir büyüme söz konusudur. Ancak 2020'de, pandeminin ve sonucunda yaşanan kısıtlamaların seyahat üzerindeki etkilerinin bir sonucu olarak, önemli bir düşüş yaşanmış ve 2022'de normalleşme süreciyle birlikte artış yaşanarak büyüme kaydedilmiştir. (Şekil 2.). Turistlerin ortalama harcama verileri incelendiğinde ise, 2022 yılı hariç tutulursa düzenli artış kaydedilmiştir. Farklı tüketici alışkanlıklarının ve ekonomik durumların ulusal satın alma kalıplarını etkilediğini görülmektedir. Farklı ülkelerin turizm sektörleri aracılığıyla izledikleri hedefler, gelişim aşamalarına göre değişiklik göstermektedir. Gelişmiş ülkeler ekonomik faydalar elde etmeye odaklanırken, gelişmekte olan veya az gelişmiş ülkeler işsizlikle mücadele etmek için yeni iş fırsatları yaratmaya öncelik vermekte ve turizmi önemli bir çözüm olarak görmektedir. Emek yoğun yapısı ve çeşitli sektörlerle olan bağlantısı nedeniyle turizmin istihdam üzerindeki önemli etkisi, özellikle makineleşme ve otomasyon seçeneklerinin sınırlı olduğu bölgelerde turizmi işsizlikle mücadelede önemli bir katkı sağlayıcı haline getirmektedir.

İstihdamın önemli bir itici gücü olan turizm sektörü, istihdam politikalarını uygulayan hükümetler için öncelikli bir odak noktası olmaya devam etmekte ve gelecek öngörülerinde küresel istihdam yaratma konusunda liderlik etmesi beklenmektedir. Konaklama, seyahat, ulaşım, yemek ve eğlence hizmetleri gibi çeşitli alt dalları, yıl boyunca bölgesel işgücünü önemli ölçüde desteklemekte ve özellikle gelişmekte olan ülkelerde hem erkek hem de kadın çalışanlar için fırsatları artırmaktadır (Şit, 2016, s. 102).

5.TÜRKİYE'DE TURİZM SEKTÖRÜNDE İSTİHDAM DURUMU

Ülkemizdeki nüfus istihdamı verilerindeki eksiklikler, turizm sektörü istihdamını belgelemede zorluklar yaratmaktadır. Genel faaliyet grupları içerisinde turizm sektörüyle ilişkili olan (Konaklama (55), Yiyecek ve İçecek Hizmet Faaliyetleri (56), Seyahat Acentesi Tur Operatörleri Rezervasyon Hizmetleri (79), Yaratıcı Sanatlar, Eğlence Faaliyetleri (90), Spor, Eğlence ve Dinlence Faaliyetleri (93) alt gruplar birleştirilerek hizmet sektörü verileri altında değerlendirilmiştir.

Turizm sektörünün insan kaynaklarına dayanan emek yoğun yapısı, önemli bir istihdam gücü olarak potansiyelini ortaya koymaktadır. Nihayetinde, bir ülkede turizmin ilerlemesi, sektörde önemli iş fırsatlarını kolaylaştırabilir ve potansiyel olarak işsizlik sorunlarının hafifletilmesine önemli düzeyde katkıda bulunabilir (Tutar vd., 2014, s. 20).

Türkiye'de genel istihdam durumuna bakıldığında, 2019'dan 2023'e kadar çalışan sayılarında genel bir artış eğilimi göstermekte ve bu yıllar boyunca istihdamda genel bir büyüme olduğunu ortaya koymaktadır. Her yıl içinde, muhtemelen mevsimsel değişimleri veya belirli ekonomik etkileri yansıtan dalgalanmalar vardır.

Tablo 2. Ekonomik faaliyete göre istihdam edilenler 2015- 2020 (15+ yaş) (Bin kişi)

			Erkek		Kadın	
	Toplam	Hizmetler	Toplam	Hizmetler	Toplam	Hizmetler
2015	318015	166605	221946	115667	96070	50940
2020	320217	179162	220695	119147	99523	60010

Kaynak: https://data.tuik.gov.tr/Kategori/GetKategori?p=istihdam-issizlik-ve-ucret-108&dil=1

Verilerinden faydalanılarak hazırlanmıştır.

İstihdam miktarlarında 2015- 2020 yılları arasında mutlak bir artış görülmektedir (Tablo 2.). 2015 yılında istihdam edilenlerin %52,1'i turizm çalışanlarının da içinde bulunduğu hizmet sektörüne aittir. 2020 yılında bu oran %55,9'a yükselmiştir. Dolayısıyla 2015- 2020 yılları arasında geçen 5 yıllık süreçte istihdam edilenler mutlak olarak artmışken toplam istihdam oranları açısından da oransal olarak yükselme yaşanmıştır. İstihdam edilenlerin cinsiyete göre dağılımı incelendiğinde, 2015 yılında %69 erkek, %31 kadın iken 2020 yılında %67 erkek, %33 kadın nüfusun yer aldığı görülmektedir.

Türkiye'nin çeşitli şehirlerindeki turizm işletmelerinin sayısına ilişkin veriler, farklı bölgeler arasında turizmle ilgili altyapı ve işletmeler açısından belirgin bir eşitsizlik olduğunu göstermektedir. Kültür başkenti İstanbul, turizm başkenti olarak anılan Antalya, Muğla, İzmir ve Ankara gibi illerimiz başta olmak üzere tüm Ege ve Akdeniz bölgesi sahil şeridi önemli ölçüde yüksek turizm işletmesi yoğunluğuyla öne çıkmaktadır. Turizm destinasyon alanlarının önemli oranda belli bölgelerde toplanmış olması, turizmle ilgili altyapı ve ekonomik fırsatların dağılımında potansiyel bir dengesizliğe işaret etmekte ve ülkenin turizm sektöründe belirli kilit noktaların baskınlığını vurgulamaktadır.

Tablo 3. İş yerleri ile zorunlu sigortalıların faaliyet grubu dağılımı, 2022.

	İş yeri (Adet)	Sigortalı kişi
Konaklama	22734	310449
Yiyecek Ve İçecek Hizmeti Faal.	135840	795695
Seyahat Acentesi,Tur Oper.Rez.Hiz	10412	63532
Yaratıcı Sanatlar,Eğlence Faal.	1688	15462
Spor, Eğlence Ve Dinlence Faal.	10356	57875
Toplam	181030	1243013

Kaynak: https://www.sgk.gov.tr/Istatistik/Yillik/fcd5e59b-6af9-4d90-a451-ee7500eb1cb4

Verilerinden faydalanılarak hazırlanmıştır.

Turizm sektörü dahilinde ele alınabilecek farklı alt gruplara ait iş yeri sayıları oransal olarak değerlendirildiğinde yiyecek ve içecek hizmeti faaliyetleri kapsamında yer alan iş yerlerinin %75, konaklama %12, seyahat acentesi, tur operatörlüğü, rezervasyon hizmetleri ile spor, eğlence ve dinlence faaliyetleri alanında hizmet veren iş yeri oranlarının %6'şar ve yaratıcı sanatlar, eğlence faaliyetleri alanında ise %1 oranına sahip oldukları görülmektedir. İfade edilen oransal durum söz konusu birimlerde istihdam edilen sigortalı çalışan sayısına da yansımıştır. Buna göre istihdam edilen sigortalı kişilerin; yiyecek ve içecek hizmeti faaliyetleri kapsamında %64, konaklama %25, seyahat acentesi, tur operatörlüğü, rezervasyon hizmetleri ile spor, eğlence ve dinlence faaliyetleri alanında %5'er ve yaratıcı sanatlar, eğlence faaliyetleri alanında ise %1oranında dağılım gösterdikleri belirtilebilir (Tablo 3.).

Tablo 4. İş Yerleri ile Zorunlu Sigortalıların faaliyet grubu ve seçilmiş illere göre dağılımı, 2022.

En Fazla	Ankara		Antalya		İstanbul		İzmir		Muğla	
	İş yeri	Sigortalı	İş yeri	Sigortalı	İş yeri	Sigortalı	İş yeri	Sigortalı	İş yeri	Sigortalı
Konaklama	784	11590	2969	88782	4224	61552	1471	11727	2416	19760
Yiyecek İçecek Hizmeti Faal.	9228	71830	6327	37382	36159	255686	10649	55524	4200	18824
Seyahat Ac.Tur Oper.Rez.Hiz	647	3396	1268	10194	4568	32585	430	2513	487	1944
Yaratıcı San.Eğ.Faal.	123	2751	114	1174	1014	7911	110	1234	35	187
Spor, Eğlence ve Dinlence Faal.	725	4777	717	4087	3066	19701	717	3728	331	1698
Toplam	11507	94344	11395	141619	49031	377435	13377	74726	7469	42413
En Az	Muş		Tunceli		Bayburt		Hakkari		Ardahan	

	İş yeri	Sigortalı	İş yeri	Sigortalı	İş yeri	Sigortalı	İş yeri	Sigortalı	İş yeri	Sigortalı
Konaklama	21	274	18	213	29	269	17	199	28	207
Yiyecek İçecek Hizmeti Faal.	108	482	160	657	102	608	131	527	88	369
Seyahat Ac.Tur Oper.Rez.Hiz	7	40	1	1	3	6	8	57	2	3
Yaratıcı San.Eğ.Faal.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Spor, Eğlence ve Dinlence Faal.	7	44	8	81	10	74	5	16	5	6
Toplam	143	840	187	952	144	957	161	799	123	585

Kaynak: https://www.sgk.gov.tr/Istatistik/Yillik/fcd5e59b-6af9-4d90-a451-ee7500eb1cb4 Verilerinden faydalanılarak hazırlanmıştır.

Turizm sektöründe istihdam edilen kişi sayısı ile turizm işletmelerinin sayısını gösteren iki veri kümesinde karşılaştırma yapılması çeşitli bilgilerin daha kolay yorumlanmasına imkan tanır.

Türkiye'nin turizm sektöründeki istihdam verileri, farklı bölgeler arasında belirgin bir farklılık olduğunu ortaya koymaktadır. İstanbul, Antalya, Muğla, Ankara ve İzmir gibi büyük şehirler, önemli iş olanaklarına sahip gelişen turizm endüstrileri ile önemli ölçüde yüksek istihdam rakamları sergilemektedir. Buna karşılık, Muş, Tunceli, Bayburt, Ardahan ve Hakkari gibi daha küçük şehirler turizm sektöründe belirgin bir şekilde daha düşük istihdam oranları sergilemektedir. Bu eşitsizlik, turizm endüstrisinin belirli şehir merkezlerinde yoğunlaşmış yapısını göstermekte ve dengeli ekonomik büyüme için turizmle ilgili fırsatların ülke genelinde daha yaygın bir şekilde geliştirilmesi gerektiğini göstermektedir (Tablo 4).

Turizmin istihdam üzerindeki etkisi, yoğun sezonlarda çeşitli sektörlerden işgücünün yeniden tahsis edilmesine neden olduğu için genellikle belirsiz kalmaktadır, ancak bu değişimler resmi istihdam ölçütlerine dahil edilmemekte ve turizmin istihdam etkilerinin kapsamlı bir şekilde değerlendirilmesini engellemektedir. Sigorta kapsamından yoksun olan turizm işgücünün önemli bir kesimi, aktif katılımlarına rağmen kayıtlarda işsiz olarak görünmektedir. Sonuç olarak, bu karmaşıklıklar göz önüne alındığında, turizm sektörü bir ülkenin ödemeler dengesini önemli ölçüde etkilemekte, gelir yaratmakta, döviz rezervlerini güçlendirmekte, çeşitli sektörleri (inşaat, gıda hizmetleri, eğlence, ulaşım gibi) canlandırmakta ve iş fırsatlarını teşvik ederek işsizliği azaltmaktadır (Akın vd., 2014, s. 76; Yıldız, 2016, s. 69)

TARTIŞMA VE SONUÇ

Demografik faktörler turizm talebini belirgin bir şekilde şekillendirmekte ve farklı yaş gruplarında farklı tercihler ortaya çıkarmaktadır. Özellikle, demografik değişimlere ve işgücü eğilimlerine yanıt veren turizm sektörü, kadın katılımında kayda değer bir artış sergilemektedir. Nüfus dinamikleri ve turizmin karşılıklı etkiler sergilediği, turizmin ekonomik büyüme için bir katalizör görevi gördüğü ve nüfus artışını etkilediği açıktır. Başta yaş ve gelir

olmak üzere nüfus dinamiklerinin temel unsurları, seyahat eğilimlerini ve harcama kalıplarını etkileyen diğer faktörlerdendir.

İfade edilen veriler ışığında turizm sektörünün, 2022 yılında Türkiye ekonomisinde 1.243.013 kişiye doğrudan istihdam sağladığı ve tüm istihdamın % 4,84'ünü oluşturduğu görülmektedir. Yoğun sezonlarda farklı sektörlerden işgücünün yeniden tahsisi söz konusu olduğundan, turizmin istihdam üzerindeki etkisi çoğu zaman bilinmemektedir. Ancak, bu hareketler resmi istihdam ölçütleri tarafından dikkate alınmadığından, turizmin istihdam etkilerinin kapsamlı bir şekilde değerlendirilmesi mümkün değildir. Bu nedenle bu zamana kadar yapılan çalışmalarda olduğu gibi turizm istihdamına dair kapsayıcı ve net veriler ortaya koyulması mümkün olmamıştır. Bu durum turizmin diğer sektörlerle olan bağlantısından kaynaklanmaktadır.

Turizmdeki küresel ve yerel artış, ülkemizin tarihi ve doğal zenginliklerinin dünya çapında tanıtılmasını ve ulusal ekonomiye katkısının desteklenmesini ve sürdürülmesini gerektirmektedir. Son dönemde ev sahipliği yapılan etkinliklerde elde edilen kısmi başarıya rağmen, tanıtım çalışmalarına öncelik verilmesi büyük önem taşımaktadır. Turizm işletmelerini kapsayan fonların kurulması, iç turizm sorunlarını ele alabilir ve potansiyel pazarlar için tanıtım kampanyalarını geliştirebilir. Ülkemizin işsizlik ve ticaret açığı gibi önemli ekonomik sorunları göz önünde bulundurulduğunda, turizm sektörü çok önemli bir çözüm olarak karşımıza çıkmaktadır. Teşvik, destek ve yapısal reformların uygulanması, sektörel engelleri hızla çözebilir ve bu sorunların hafifletilmesi için hayati önem taşıyan yeni projeleri teşvik edebilir.

Günümüzde önemli bir endüstri olan turizm, ülke ekonomilerinde gün geçtikçe daha da önem kazanmaktadır. 2000'li yıllarla birlikte teknoloji alanındaki gelişmelerden de hızlı şekilde etkilenen turizm, turistlerin taleplerinde teknolojik imkanları kullanmaya başlamalarıyla (otel ve ulaşımda rezervasyon işlemleri- gidilecek bölgenin video filmlerinin izlenmesi veya sanal gezi yapabilme imkanları vb.) daha da çeşitlenme ve turistlerin isteklerine daha kapsamlı cevaplar verebilme zorunluluğuyla karşı karşıya kalmaktadır. Bunların yanısıra küreselleşmeyle birlikte dünya ülkelerinin ulaşılabilirliğinin artması sonucu yeni turizm destinasyonları ortaya çıkmakta ve uluslararası turizm piyasasında rekabet artmaktadır. Bu durumda Türk turizmi de uluslararası turizm faaliyetlerindeki gelişmeleri dikkate alarak sektörle ilgili sorunlarını çözüme ulaştıracak ve böylece pazar payını daha da arttıracak önlemler almak zorundadır.

Turizm, gerek ulaştığı boyutlar, gerekse gösterdiği hızlı gelişme bakımından son derece önemli bir ekonomik faaliyet alanı oluşturmaktadır. Aynı zamanda turizm bölgesel ve ülkesel kalkınmanın gerçekleşmesi için de önemli bir unsurdur. Türkiye başarılı bir turizm stratejisi uygulamaktadır. Ancak turizmde sağlanan bu başarının sürdürülebilir olması ve var olan doğal potansiyelin gelecekte de rantabl şekilde kullanılabilmesi oldukça önemlidir. Özellikle çevreye duyarlı, sosyo kültürel yapıya uygun, gelişmeye açık, pazar ve piyasa ihtiyaçlarına uzun vadeli cevap verebilecek turizm politikalarının uygulanması sürdürülebilir turizm açısından büyük önem taşımaktadır. Sürdürülebilir turizm faaliyetlerinin devamlılık göstermesi ve turizmden elde edilen gelirin artarak devam etmesi, milli ekonomimize katkı açısından da önemlidir.

ÖNERİLER

Çevreye duyarlı, sosyo kültürel yapıya uygun, gelişmeye açık, pazar ve piyasa ihtiyaçlarına uzun vadeli cevap verebilecek turizm politikalarının uygulanması sürdürülebilir turizm açısından büyük önem taşımaktadır. Sürdürülebilir turizm faaliyetlerinin devamlılık göstermesi ve turizmden elde edilen gelirin artarak devam etmesi, milli ekonomimize katkı açısından da önemlidir.

KAYNAKÇA

Akın, A., Şimşek, M. Y., (2014), Turizm Sektörünün Ekonomideki Yeri ve Önemi, *Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi (AKAD)*, *4*(7), https://doi.org/10.20990/aacd.77776

Atça, S. T. (2019), *Türkiye'de Turizm Politikası ve Planlaması* [Yüksek Lisans Tezi]. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Bayraktar, M. (2015), *Turizm ve Ekonomik Gelişme: Türkiye Ekonomisi Üzerine Bir Uygulama* [Yüksek Lisans Tezi]. Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Çakır, M. (2019), *Turizm gelirleri ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Türkiye Örneği* [Yüksek Lisans Tezi]. Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Doğan Sertkaya Ö. (2011), Place And Importance Of Tourism For Turkish Economy in 2000- 2010 Period, Journal of Balkan Ecology, pp.131-143, Burgas, Bulgaria.

Günel, Ö. D. (2009), *Turizm Sektöründe Mevsimsellik Sorunu ve Mevsimlik İstihdamın Sektör Çalışanlarının Örgütsel Bağlılıklarına Etkisi: Konaklama İşletmeleri Çalışanlarına Yönelik Bir Araştırma* [Doktora Tezi], Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Güngören, F., Özcan, C. C. (2019), Turizm ve İstihdam İlişkisinin Ampirik Bir Analizi: Türkiye Örneği, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, *24*(4), 767-781.

Hall, C. M., & Page, S. (2014), *The geography of tourism and recreation: Environment, place and space* (Fouth edition). Routledge.

Jolliffe, L., & Smith, R. (2001), Heritage, Tourism and Museums: The case of the North Atlantic islands of Skye, Scotland and Prince Edward Island, Canada. *International Journal of Heritage Studies*, *7*(2), 149-172. https://doi.org/10.1080/13527250119047

Özdemir, Y. (2020), *Turizmin İstihdama Katkısının Ölçülmesi: Erzurum Ölçeğinde Bir Araştırma* [Yüksek Lisans Tezi]. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. SGK., (2023), *Sosyal Güvenlik Kurumu İstatistik Yıllıkları*.

https://www.sgk.gov.tr/Istatistik/yillik/fcd5e59b-6af9-4d90-a451-ee7500eb1cb4/

Şit, M. (2016), Türkiye'de Turizm Sektörünün İstihdama Katkısı. *Akademik Yaklaşımlar Dergisi*, *7*(1), 101-117.

T. C. Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı. (2023), *İsçi Sayıları ve Sendikaların Üye Sayıları Hakkında Tebliğler*.

http://www.csgb.gov.tr/istatistikler/calisma-hayatiistatistikleri/sendikal-istatistikler/isci-sayilari-ve-sendikalarin-uye-sayilari-hakkinda-tebligler/

Tutar, F., Alpaslan, C., Tutar, E., & Erkan, Ç. (2014), Turizm Sektörünün İstihdam Üzerine Etkileri, *Global Journal of Economics and Business Studies*, *2*(4), Article 4.

TÜİK. (2023), *Turizm İstatistikleri 2022*.

https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Turizm-%C4%B0statistikleri-IV.%C3%87eyrek:-Ekim-Aral%C4%B1k-ve-Y%C4%B1ll%C4%B1k,-2022- 49606&dil=1

TÜİK. (2023a), *Cinsiyete Göre Nüfus* (Türkiye İstatistik Kurumu Nüfus İstatistikleri Portalı) [dataset]. https://nip.tuik.gov.tr/?value=CinsiyeteGoreNufus

TÜİK. (2023b), *Eğitim Durumu* (Türkiye İstatistik Kurumu Nüfus İstatistikleri Portalı) [dataset]. https://nip.tuik.gov.tr/?value=egitimdurumu

TÜİK. (2023c), *Yaş Grubuna Göre Nüfus* (Türkiye İstatistik Kurumu Nüfus İstatistikleri Portalı) [dataset]. https://nip.tuik.gov.tr/?value=yasgrubunagorenufus

TÜİK. (2023d), *İşgücü İstatistikleri 2022*. https://data.tuik.gov.tr/bulten/index?p=isgucu-istatistikleri- 2022-49390

TÜİK. (2023e), *Kent-Kır Nüfus İstatistikleri*. https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Kent-Kir-Nufus- Istatistikleri-2022-49755

TÜRSAB.(1990a, 2023), *TÜRSAB Ziyaretçi Sayıları*. https://www.tursab.org.tr/ziyaretci- sayilari/ziyaretci-sayilari

TÜRSAB. (1990b, 2023). *Yıllara Göre Türkiye'nin Turizm Geliri*. https://www.tursab.org.tr/turizm- geliri/turizm-geliri

UNWTO. (2023). *Global and Regional Tourism Performance*. https://www.unwto.org/tourism- data/global-and-regional-tourism-performance

Ünlüönen, K., & Şahin, S. Z. (2011), Turizmde İstihdam. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, *10*(37), Article 37.

Yıldız, Z. (2016). Turizm sektörünün gelişimi ve istihdam üzerindeki etkisi, *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, *3*(5), Article 5.

İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER ALANINDA SİMÜLASYON TABANLI EĞİTİM*

Prof. Dr. Serpil SENAL
Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta, Türkiye, serpilsenal@sdu.edu.tr

Prof. Dr. Didar BÜYÜKER İŞLER
Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta, Türkiye, didarbuyuker@sdu.edu.tr

Prof. Dr. Aygen OKSAY
Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta, Türkiye, aygenoksay@sdu.edu.tr

Prof. Dr. Burcu ASLANTAŞ ATEŞ
Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta, Türkiye, burcuates@sdu.edu.tr

Prof. Dr. Ecir Uğur KÜÇÜKSİLLE
Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta, Türkiye, ecirkucuksille@sdu.edu.tr

Doç. Dr. Gülay BULGAN
Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta, Türkiye, gulaybulgan@sdu.edu.tr

Dr. Öğr. Üyesi Turgay AYDOĞAN
Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta, Türkiye, turgayaydogan@sdu.edu.tr

Öğr. Gör. Ziya DİRLİK
Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Isparta, Türkiye, ziyadirlik@isparta.edu.tr

Arş. Gör. Mehmet MAZAK
Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta, Türkiye, mehmetmazak@sdu.edu.tr

ÖZET

Dijitalleşme süreçleri eğitim sektörünün yanı sıra her sektör ve endüstride önemli değişim ve dönüşümlerin önünü açmıştır. Dijitalleşmenin eğitim sektöründe görülen yansımalardan biri de simülasyon uygulamalarının bir öğrenme aracı olarak kullanılmasıdır. Öğrencilere aktif bir öğrenme ortamı sunan simülasyonlar, dünyada özellikle tıp bilimleri ve mühendislik alanlarında sıklıkla kullanılmaktadır. Aynı zamanda simülasyon uygulamalarının, sosyal ve beşeri bilimlerde çok yoğun bir kullanımının olmamasına rağmen iktisadi ve idari bilimler fakültelerinde; lisans ve lisansüstü eğitim seviyelerinde bu uygulamaların kullanıldığı görülmektedir. Ancak kullanılan mevcut simülasyonlar çoğunlukla özel şirketler tarafından geliştirilmekte, eğitim sürecinde öğrencilerin ve eğiticinin sınırlı karar almasına neden olmakta ve üniversitelere yüksek maliyet oluşturmaktadır. Ayrıca bu simülasyonlar sadece simülasyonun yapıldığı ülkenin muhasebe, finansman ve vergi sistemlerini kapsamakta olup eğitimciye simülasyona müdahale etme şansı vermemekte ve esneklik tanımamaktadır. Bu durumdan yola çıkarak Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi bünyesinde Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu (TÜBİTAK) tarafından kabul edilen bir proje olarak yeni bir simülasyon uygulaması geliştirilmiştir. Finans ve Bankacılık Bölümü bünyesinde öğrenme aracı olarak kullanılacak olan bu yeni simülasyon uygulaması, öğrencilerin ülkenin mevcut makroekonomik koşullarına göre daha kapsamlı şekilde stratejik finansal kararlar almasına olanak sağlayacaktır. Aynı zamanda simülasyon kullanımı; öğrencilerin pazarlama, üretim, satış, tedarik zinciri, muhasebe ve finans gibi işletme fonksiyonlarında uzmanlaşmalarına da olanak sağlayacaktır. Bununla beraber öğrencilerin bilgi işlem teknolojilerini kullanma becerilerinin de gelişmesi beklenmektedir. Simülasyonun karar alma süreçlerinde öğrencilerin birlikte karar verebilmesi, takım çalışması kültürüne katkı sağlamakta ve öğrencilerin sosyal yeteneklerini geliştirmesine imkan vermektedir. Bu sayede öğrencilerin karar verme becerileri artırılarak, uygulamalı eğitim almalarına olanak sağlanacaktır. Ayrıca öğrencilerin simülasyon uygulaması sayesinde iş dünyasına ilişkin para kaybetmeden tecrübe kazanmaları da amaçlanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Simülasyon, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, dijitalleşme, dijital eğitim.

---

*Bu çalışma; Bu çalışma, Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu (TÜBİTAK) tarafından 121K320 Numaralı proje ile desteklenmiştir. Projeye verdiği destekten ötürü TÜBİTAK'a teşekkürlerimizi sunarız

THE SIMULATION BASED EDUCATION IN THE FIELD OF ECONOMICS AND ADMINISTRATIVE SCIENCES*

ABSTRACT

The digitalization processes have paved the way for significant changes and transformations in every sector as well as the education sector. One of the reflections faced in the education sector is the usage of simulations as a learning tool. The simulations which offer an active learning environment to the students are used frequently especially in medicine and engineering areas in the World. In social studies and humanities, although not very intensively, simulations are seen to be used in undergraduate and graduate level education within the Faculty of Economics and Administrative Sciences. However, the current simulations used are mostly done by private companies, enable limited decisions and are costly to the universities. These simulations only include the accounting, financing and tax systems of the simulation's country and gives no chance to the educator to interfere with the simulation. Based on this condition, a new simulation has been developed within Suleyman Demirel University Faculty of Economics and Administrative Sciences, as a project accepted by The Scientific and Technological Research Council of Türkiye (TUBİTAK). The new simulation developed, which will be used as a learning tool in the Finance and Banking Department, will enable students to make more comprehensive strategic financial decisions according to the current macroeconomic conditions of the country. Students will simultaneously be guaranteed to specialize in business functions like marketing, production, sales, supply chain, accounting, and finance. Furthermore, it is expected that students' abilities in using information technologies will improve. The ability of students to make decisions together in the decision-making processes of the simulation contributes to the culture of teamwork and allows students to develop their social skills. In this way, the students will increase their decision-making skills, have practical training and have a chance to make decisions without losing real money.

Keywords: Simulation, faculty of economics and administrative sciences, digitalization, digital education.

INTRODUCTION

Covid-19 has changed many things in our lives along with the education methods. The pandemic has stopped face-to-face education and all the education institutions have started online education. This obligation has quickly turned to an opportunity, where online education has started being used as a supportive way to face-to-face education instead of an alternative way. Therefore, the need to find ways to increase the effectiveness of online education has increased.

The literature shows that the simulations used are divided into 2: the physical simulations are used to provide information and the functional ones are used to teach how to do something (Sözen, 2007). The simulations used in the educational area are mostly functional simulations where the behavior of individuals or teams in an environment is modeled (Keskin, 2020). Along with technology, access to information is much easier and this makes the current education models insufficient. The new generation finds the lecture style of teaching very ineffective since they can reach information very easily. In this context Kern & Rubin (2012) summarizes the features of new generation learning processes as follows:

* This study was supported by Scientific and Technological Research Council of Turkey (TUBITAK) under the Grant Number 121K320 The authors thank to TUBITAK for their supports

- The students should give their own decisions and analyze the results of these given decisions,
- The learning process should be supported as much as it could with technology,
- The learning process should be carried out both individually and in groups, the system should include processes such as gamification, case studies and projects.

King (1993) in her study claims that transmittal model is outdated and will not be effective in the 21st century. She believes that the new model, called the constructivist model, will replace the old one. In this model the students are at the center of the process working like a sculptor and the teacher instead of being “a sage on the stage” functions as a guide to the students. The transmittal model seems to be effective for those students who are good at listening and taking notes in the classroom. But as Bloom (1956)’s taxonomy points out the students have individual differences. The learning ability, motivation and the learning speed differs in every student (Arslan, 2006). Thus, the transmittal model is being criticized and constructivist model where the students are allowed to do something and think about what they do is recommended.

Behavioral theory states that for learning to be more effective some principals should be taken into account (Duman & Ünal, 2017: 517):

- The student should actively take part in learning process due to the fact that a student learns by “doing”. Therefore, learning should be done through hands-on experience.
- The student should be able to try again and again in the learning process. Because repetition allows the student to gain skills and makes what they have learned more permanent.
- For learning to be ensured, the student needs to be motivated. In other words, they must be willing to engage in the task.

In simulation-based education, students are active learners. This is because students read the case, analyze the results, and generate strategies to solve problems. Simulations enhance students' problem-solving and decision-making skills. In simulations, the implementation of strategies is crucial and processes are important. Decisions should be made considering all business processes (Hermens & Clarke, 2009). Additionally, simulations prioritize creating robust learning environments by allowing students to follow natural learning stages such as exploratory learning and learning by doing (Antao & Bourne, 1992). According to Gaba (2004), simulation is not a technology but a "technique" focusing on recreating real-life situations to allow students to practice in a safe environment (Gaba, cited in Aebersold, Tschannen, and Bathish, 2012). These systems aim to provide an environment that facilitates both real and experiential knowledge acquisition for students. Simulation tools outside the electronic environment, such as graphics, written materials, and pictures, have begun to be replaced by digital simulations as of today. This transition allows for a shift to a more student-centered structure, offering opportunities for students to practice and reinforce learned knowledge. The use of simulation dates back several centuries, with chess games being one of the first applications simulating war tactics. Simulators were first used in the 1960s for the resuscitation process, requiring the coordinated operation of all units to restart the heart and respiratory systems. Subsequently, they proved effective in anesthesia and clinical skill training (Perkins, 2007). The popularity of simulation use, especially in medical education, has been steadily increasing. Modern simulation initially appeared in the military field and later extended to business and education. From the 1950s onwards, manual calculations gave way to computer simulations, offering an alternative for learning situations that were costly,

dangerous, or risky to try in real life (Çakaloz, 2008: 67-69). Simulations used in medical (Sezer & Alçin, 2017; Gürol, Akpınar & Apay, 2016; Edeer & Sarıkaya, 2015), logistics (Çakaloz, 2008), industrial and engineering (Çelen, 2017; Faller & Feldmüller, 2015), and aviation (Mevlütoğlu, 2013) training have now reached the primary education level (Karal et al., 2010).

When looked at the literature it can be seen that the significant and positive impact of using simulations in education is widely discussed. There are several studies that highlight the importance of simulations in learning. The first well-known business decision-making simulation game, Top Management Decision Simulation, was developed by the American Management Association in 1956. In this simulation, five separate teams operated firms competing in a single-product market. Each management team made decisions every quarter regarding pricing, production amount, budgets, research and development, advertisement and sales force. The simulation also included reports on unit sales, revenues, costs and profits in computer production. In a meta-analysis, a total of 160 studies comparing learning gained through simulations with other learning styles also indicates that simulations are at least as effective as, even better than, other teaching methods (Faria & Dickinson, 1994).

METHODOLOGY

Software process model is the road map to be followed for the software process. When structuring the software process model, environmental uncertainties and several different obstacles are encountered. To minimize these uncertainties, it is necessary to plan the specific steps of the software process model intended for use. Waterfall, spiral, incremental are some of the traditionally used software process models. However, these approaches have received criticism for reasons such as weak communication, inadequacy in dealing with uncertainty and change, neglecting the end user and have been found insufficient in software projects. Agile software development approaches have emerged especially to eliminate these deficiencies (Keskinkılıç & Kahveci, 2019).

The Agile method is a software development approach that aims to reduce overall costs in software systems and respond quickly to desired changes without causing significant changes. Considering both the dependent and independent variables in the study it was decided that the Agile model and the Scrum methodology within this model, which support teamwork, face-to-face communication and allow improvements as well as changes during the process, were the best options to be used within the study.

IMPLEMENTATION

In the scope of the study, two different interfaces-one for the instructor and one for the students- have been developed. The instructor (admin) has the ability to control both interfaces. The following section introduces the simulation screens for the Instructor (Admin) and the student.

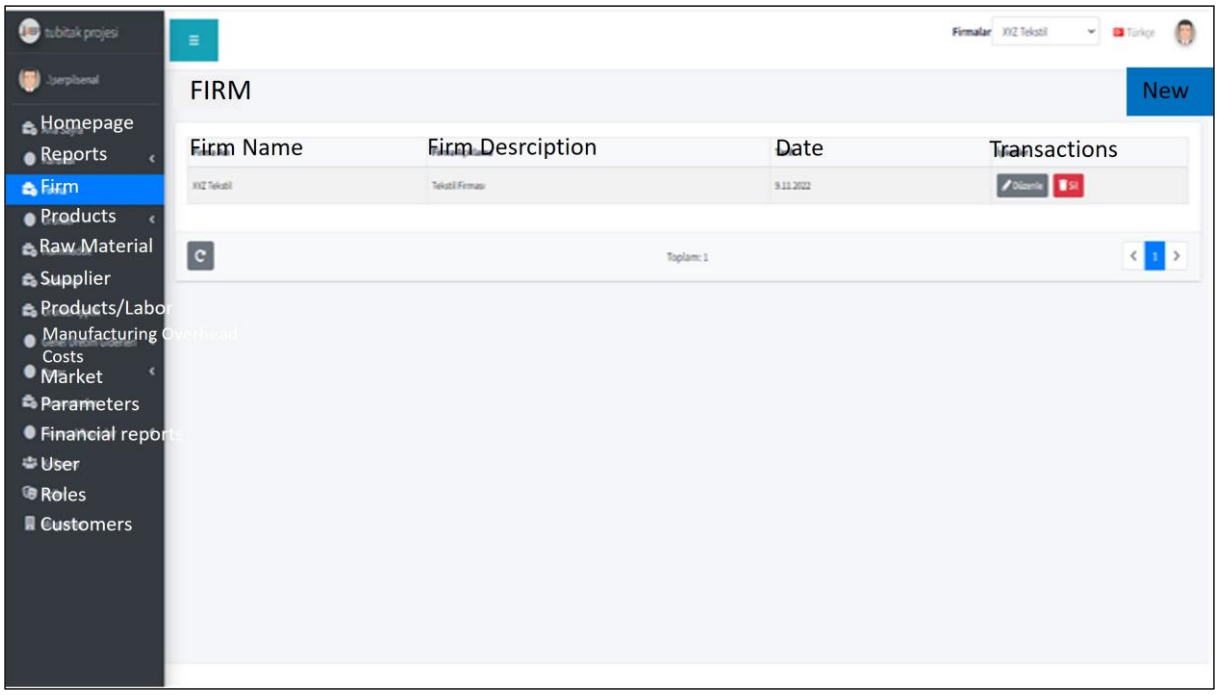


Figure 1. The Instructor's Interface

Figure 1 represents the interface designed for the instructor. In this simulation, the "Firm" menu is where the instructor defines the company. This allows for different firm definitions in subsequent processes. However, it is essential to note that the newly defined business should be a manufacturing enterprise, even if its' field of activity is different because the simulation is prepared based on the processes of a production facility. The "Products" menu is where the instructor can define products for the business. The instructor can define different products in this tab and can even define products that have not been produced yet but are planned for production in the future. After entering the "Products" menu and making product definitions, the instructor matches the raw materials that can be used for the production of the specified product on the "Raw Materials" menu. Additionally, the entry of the production time based on the raw material preference and the electricity usage required for the production of a product is also arranged within this menu.

In the "Supplier" menu, the instructor defines the suppliers and the contract manufacturers. It is possible to purchase raw materials from the suppliers and specific products from the contract manufacturers. The "Manufacturing Overhead Costs" menu is divided into three sub-menus: "fixed expenses," "variable expenses" and "product-variable expenses." In the "Fixed Expenses" menu, all fixed expenses of the business are defined and their amounts are entered as a sum at the end of the collection process. In this context, the fixed expenses of the business are defined as auxiliary personnel, rent, electricity and depreciation expenses and can be increased if it's necessary. The "Variable Expenses" menu involves defining the variable expenses of the business.

The "Market" menu is divided into "Market Share" and "Market Distribution Channel." In the "Market Share" menu, the instructor defines the unit costs of existing expenses on a market basis. The estimated selling price and estimated sales quantity of the product in the market are also entered in this menu. All the entries about current operations and future operations can also be entered here. In the "Market Distribution Channel" menu under the "Market" menu, logistics channel definitions are made for each market and unit costs are determined for each

logistics channel. The "Parameters" menu is where the parameters are entered. Parameters such as exchange rates that may be needed in case of import and export scenarios, long-term credit interest rates in case of machine investment, the current machine and building capacity of the business, the number of employees in the business, the hourly wage of the employee and corporate tax rate are entered in this menu. The instructor can make changes to parameters based on the scenarios.

The "Financial Reports" menu allows the instructor to define the financial reports that the business will prepare at the end of the term. In the Financial Reports menu, students see Balance Sheet, Income Statement, Cost of Sales Statement and Cash Flow Statement. These reports are also presented to the students after completing their steps in the scenarios. The "Users" menu is where the instructor gives authorization to those to enter the simulation. The "Roles" menu is where teams are created in the simulation. The performance of students is monitored individually and as a teamwork in the simulation.

Figure 2 represents the student interface. "Home" is the main menu that the student will see at the opening of the simulation. In this interface, information about the sector, product and market related to the business simulated for the student is provided. Additionally, the scenario information for the week to be processed is presented on this menu. On the main screen, students can also message team members through the chatbox. The "Decisions" menu is the area where the student will make decisions with the given scenario. Under the "Decisions" menu, there are sub-menus for Market, Sales, Production, Cost Analysis and Finance, where the student will make decisions. Menus other than "Home" and "Decisions" are not visible to the students, they're only visible to the instructor.

The "Market" menu provides information to the students about the market the business operates in at the moment and plans to operate in the future in the given scenario. The simulated business currently operates only in the Turkish market but it is planned to work in Russian, British and Balkan markets in the future. In this menu market types and market information can be modified by the instructor. Under the "Market" menu, information such as customs expenses, packaging costs, advertising and promotion costs, R&D costs and quality costs for each market can be entered. Additionally, when entering a market, the estimated sales quantity and estimated sales price for that market are given to the student. If a student wants to enter a new market, they must make their choice and enter this area. If they do not select the market they plan to enter under this menu, they cannot process transactions related to that market in subsequent menus. Thus, it is shown that for a student to enter a market, one needs to prepare for it beforehand due to some unexpected market costs. When entering a market, the students should be aware that they cannot exceed the estimated sales quantities specified, however flexibility is provided for the estimated selling price in subsequent menus.

The students determine the sales quantity and sales price for the market he/shes plans to enter in the "Sales" menu. When determining the sales quantity, one must pay attention to the estimated sales quantity. They cannot exceed this amount. Planning is made in terms of market and product in the "Sales" menu. In this menu, the student's options are limited to the markets previously defined by the instructor. The student makes sales planning for markets under the "Operations" menu. The "Production" menu is where the students will plan the

production process in line with the sales planning made on market and product basis. When the student enters the production menu, they will be able to ssee the sales quantity they planned within the market. During planning the production, the students must consider the building and machine capacity of the firm. If necessary, the students will also make an investment decision for a new machine under this menu. If the student does not have enough workforce for production, they should also activate the shift option in this menu. However, the student should not forget that machine investment and the shift option will also have a cost.

The "Cost Analysis" menu will show the reports on the costs resulting from the previous production planning. In this context, direct first material and material costs of production, direct labor costs and general production costs will be presented to the students as a report. Additionally, after the planned production, general production expenses, fixed and variable general production expenses will be reported to the students to facilitate the student's strategic decision-making. Especially in comparing the estimated selling price set for the product with the production costs of the product reports will be helpful to students' decisions. The reports will be created when all transactions are completed because the data for this interface will be determined according to other decisions made. Considering the possibility of updates that can be made in other interfaces, the creation of cost analysis graphics is left to the final stage. The "Decisions-Finance" menu consists of two sub-menus: "Financial Decisions" and "Financial Reports." The "Financial Decisions" menu is where the student plans collections and payments that will arise after the sales and production planning. While collections and payments can be made in cash and cash equivalents, they can also be made on credit. After determining the distribution, these amounts are reflected in the financial reports. After this stage, the students can see the reflection of their transactions in the financial reports. Under this menu, along with the financial reports, the financial ratios of the business are also reported.

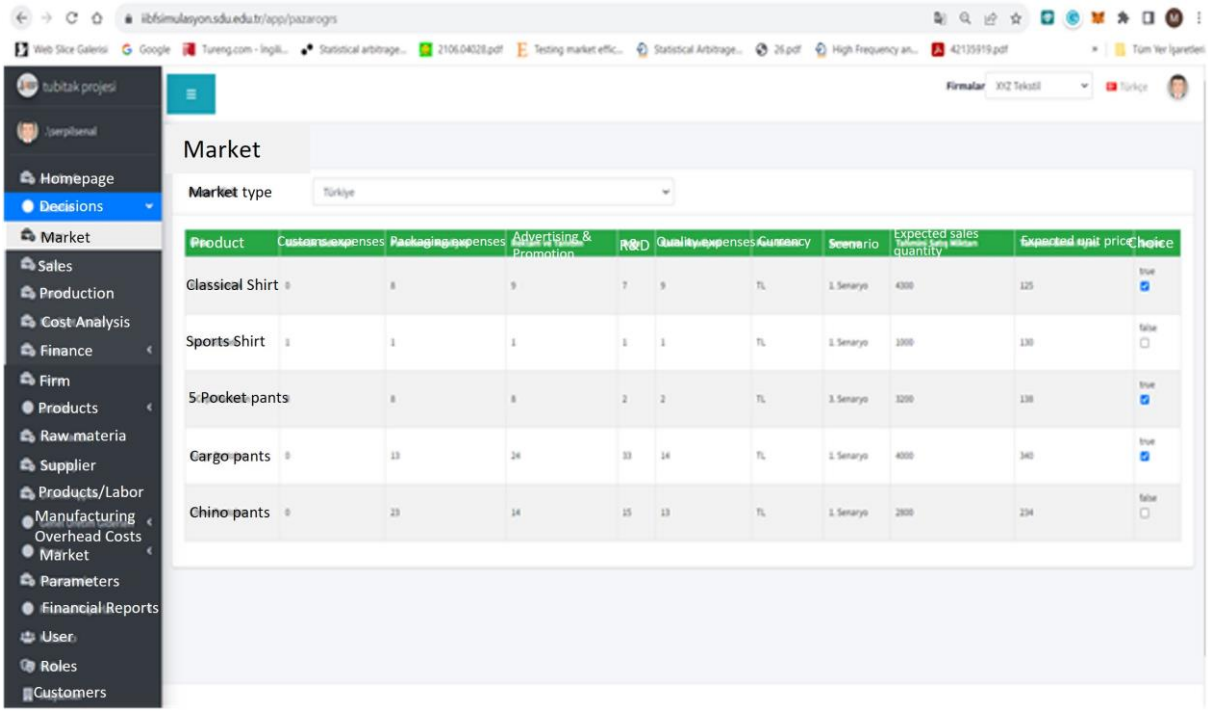


Figure 2. Student Data Entry Interface

CONCLUSION

Simulation-based training applications within the scope of education increase the qualitative value of the education and training processes in universities by providing a virtual reality environment. The developments in information and communication technologies, especially in today's world, have led to a constant change in the qualifications of employees working in organizational structures, the way work is done and the differentiation of the content of the work (Yelkikalan, 2019: 127). In this context, the restructuring of education programs in line with the needs of sectors is crucial for more effective solutions that meet the need for qualified human resources. Simulation trainings applied in the faculties of Economics and Administrative Sciences, like in other faculties, contribute to teaching these courses based on experience, thus enabling students in departments such as marketing, management, human resources, accounting, etc., to be preferred in organizational processes sectors for their high understanding of qualitative value. In this context, it is thought that this business simulation prepared with this study will make a significant contribution to the education process in the field of social sciences. However, in the next stage of this study produced within the scope of the TUBITAK 1001 project, it is planned to apply it first as an elective course. In addition, its contribution to the education process will be measured through qualitative and quantitative analyses. In addition, with an Erasmus+ project KA220-HED accepted, it is aimed to include the simulation in the education process in different countries. Thus, students with different economic markets, languages and cultures will be brought together on the same educational platform using the simulation tool developed.

REFERENCES

Aebersold, M., Tschannen, D., Bathish, M. (2012). Innovative Simulation Strategies in Education. *Nursing Research and Practice*, 2012, 1-7. https://doi.org/10.1155/2012/765212

Antao, B. A. A. & Bourne, J.R. (1992). Building Intelligent Tutorial Systems for Teaching Simulation in Engineering Education. *IEEE Transactions on Education*, 35 (1), 50-56.

Arslan, M. (2006). *Tam Öğrenme, Öğrenmenin Nörofizyolojisi Öğretimde Yeni Yaklaşımlar.* Anı Yayıncılık.

Çakaloz, B. (2008). Lojistik Yönetiminde Simülasyon Temelli Eğitim Yaklaşımları [Master's thesis, Dokuz Eylül University]. http://acikerisim.deu.edu.tr:8080/xmlui/bitstream/handle/20.500.12397/11258/220243.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Çelen, S. (2017). Sanayi 4.0 ve Simülasyon. *International Journal of 3D Printing Technologies and Digital Industry,* 1(1), 9-26.

Duman, T. & Ünal, D. P. (2017). Etkili Öğrenim ve Öğrenme. In Aral, N. & Duman, T. (Eds.), *Eğitim Psikolojisi* (pp. 496-520). Pegem Akademi Yayıncılık.

Edeer, A.D. & Sarıkaya, A. (2015). Hemşirelik Eğitiminde Simülasyon Kullanımı ve Simülasyon Tipleri. *Hemşirelikte Eğitim ve Araştırma Dergisi*, 12(2), 121-125.

Faller, C. & Feldmüller, D. (2015). Industry 4.0 Learning Factory for regional SMEs. *Procedia CIRP,* 32, 88-91.

Faria, A. J. & Dickinson, J. R. (1994). Simulation Gaming for Sales Management Training. *Journal of Management Development,* 13(1), 47–59.

Gürol, A., Akpınar, R.B. & Apay, S.E. (2016). Simülasyon Uygulamalarının Öğrencilerin Beceri Düzeylerine Etkisi. *Kocatepe Tıp Dergisi*, 17(3), 99-104.

Karal, H., Çebi, A., Pekşen, M. & Turgut, Y.E. (2010). Sözel Problemlerin Anlamlandırılması ve Çözümünde Web Tabanlı Eğitsel Simülasyonların Etkisi. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(1), 147-162.

Kern, T. & Rubin, A. (2012). Designing The Future of Learning: Unthink School to Rethink Learning. [Online]. 2Revolutions. https://www.2revolutions.net/s/2Rev_Designing_the_Future_of_Learning.pdf

Keskin, U. (2020). Ulaşım Sistemlerinde Etmen Tabanlı Simülasyon Geliştirilmesi ve Bir Lojistik Firmasında Vaka Çalışması [Master's thesis, Istanbul Medeniyet University]. https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/TezGoster?key=_F5QEpayDXGqGZlp9XiFtD_3hWzAHcjxO_wLM5DmlJZ7MStxQTobNBwBzVhI19RS

Keskinkıllıç, M. & Kahveci, F. (2019). Yazılım Mühendisliğinde Çevik Yöntemler Üzerine Kavramsal Bir İnceleme ve Sınıflandırma. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitü Dergisi*, 23(3), 1067-1091.

King, A. (1993). From Sage on the Stage to Guide on the Side. *College Teaching*, 41 (1), 30-35.

Mevlütoğlu, A. (2013). Uçuş Eğitiminde Simülatörler. *Mühendis ve Makine*, 54 (636), 17-21.

Perkins, G.D. (2007). Simulation in Resuscitation Training. *Resuscitation,* 73(2), 202-211. https://doi.org/10.1016/j.resuscitation.2007.01.005

Sezer, B. & Alçin, M. (2017). Tıp Eğitiminde Simülasyon, Eğitim Teknolojileri Okumaları. In Odabaşı, H., F., Akkoyunlu, B. & İşman, A. (Eds.), *TOJET* (pp.159-182), Sakarya Üniversitesi - The Turkish Online Journal of Educational Technology.

Sözen, A. (2007). Hız kesicilerin trafik yüklemesi altındaki dinamik simülasyonu [Master's thesis, Süleyman Demirel University]. https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/TezGoster?key=ePX_SaJ0b35Gq45swKG3lHSiaBlaPCgD6XjCDEOH53rww4dWdl_1wlaWv-PPh6Os

YAZ TATİLİNDE SOSYAL BİLGİLER EĞİTİMİ UYGULAMALARI[7]

Merve DİLEK

Dr., Millî Eğitim Bakanlığı, Kocaeli, Türkiye, aydilek_merve@hotmail.com

Handan DEVECİ

Prof. Dr., Anadolu Üniversitesi, Eskişehir, Türkiye, hanil@anadolu.edu.tr

ÖZET

Sosyal bilgiler bireylerin değişen ve gelişen dünya koşullarına uyum sağlayabilmesine yardımcı olan, yaşamsal önemi yüksek bir ders olarak okul programları arasında yer almaktadır. Sosyal bilgiler dersinin sağladığı kazanımlar bireylerin yaşamlarının her alanında kullanabileceği günlük yaşamı içeren kazanımlardır. Yaz tatilleri ise öğrencilerin sosyal bilgiler dersinde öğrendiklerini deneyimlemelerine olanak sağlayan önemli bir zaman dilimidir. Bu çalışmanın amacı, sosyal bilgiler dersine ait bilgi, beceri, değer ve kazanımların yaz tatilinde uygulanan planlı etkinlikler ile geliştirilerek devam ettirilebileceğine dair örnekler sunmaktır. Etkinlikler 2022-2023 eğitim-öğretim yılının yaz tatilinde 6. sınıfı bitiren sekiz öğrenci ve velileri ile gerçekleştirilmiştir. Öğrenciler ile yaz tatilinde sosyal bilgiler eğitimine yönelik çeşitli etkinlikler uygulanmıştır. Uygulanan etkinlikler sonucunda öğrencilerin çeşitli bilişsel ve duyuşsal kazanımlar elde ettikleri gözlenmiştir.
Anahtar Kelimeler: Sosyal bilgiler, yaz tatili, eğitim uygulamaları.

[7] Bu araştırma Merve Dilek tarafından Anadolu Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü bünyesinde Prof.Dr. Handan Deveci'nin danışmanlığında hazırlanan doktora tezinden üretilmiştir.

SOCIAL STUDIES PRACTICES DURING SUMMER HOLIDAY

ABSTRACT

Social studies is included in school programmes as a course of vital importance that helps individuals adapt to the changing and developing world conditions. The acquisitions provided by the social studies course are acquisitions that include daily life that individuals can use in all areas of their lives. Summer holidays are an important time period that allows students to experience what they have learnt in the social studies course. The aim of this study is to provide examples of how the knowledge, skills, values and outcomes of the social studies course can be developed and maintained through planned activities implemented during the summer holidays. The activities were carried out with eight students who completed the 6th grade and their parents during the summer holiday of the 2022-2023 academic year. Various activities for social studies education were carried out with the students during the summer holiday. As a result of the activities, it was observed that the students gained various cognitive and affective gains.
Keywords: Social studies, summer holiday, educational practices.

GİRİŞ

Sosyal bilgiler dersi bireylerin günlük yaşamlarında iç içe oldukları ve yaparak-yaşayarak öğrenme gerçekleştirecekleri amaç ve içerikten oluşmaktadır. Yaşamı ele alan bu derste kalıcı öğrenmeler gerçekleştirebilmek için öğrencilerin doğrudan eğitim süreci içerisinde yer alacağı etkinliklerin oluşturulması önemli görülmektedir. Öğrencilerin günlük yaşamları yalnızca öğretim dönemleri ile sınırlı olmadığından yaz tatillerinde sosyal bilgiler eğitiminin devam edebileceği düşüncesi ortaya çıkmaktadır. Sosyal bilgiler dersinin toplumsal önemi, günlük yaşam ile iç içe olması ve yaz tatillerinin uzun bir süreyi kapsamasının öğrencilerde çeşitli öğrenme kayıplarına yol açtığı dikkate alındığında yaz tatilinde sosyal bilgiler eğitiminin devamlılığının sağlanmasına yönelik etkinliklerin düzenlenmesinin önemli olduğu düşünülmektedir.

YAZ TATİLLERİNDE SOSYAL BİLGİLER EĞİTİMİ UYGULAMALARI

Sosyal bilgiler dersi ulaşmak istediği amaçları ve ele aldığı konuları birey ve toplumdan almaktadır. Sosyal bilgiler dersi öğrencilerin öğrendiklerini kendi yaşamlarında uygulama olanağı sağlayan bir derstir (Rossi, 1995: 88; Todd ve Brinkman, 2007: 80-81). Sosyal bilgiler dersinin bu özellikleri dikkate alındığında sosyal bilgiler eğitiminin okul sınırları içerisine sığmadığı ve öğrencilerin günlük yaşamlarının devamı ile bu eğitimin sağlandığı görülmektedir (Foran, 2008: 1). Bilindiği üzere öğrenme yaşam boyu devam etmektedir. Bu yüzden öğrenmeyi yalnızca okul ortamı ile sınırlı kılmak bireylerin öğrenmelerinin eksik değerlendirilmesine yol açmaktadır (Şimşek ve Kaymakçı, 2015: 7). Öğrenmeler okul içinde olduğu kadar okul dışında da gerçekleşmekte; okul dışı ortam öğrenmenin tamamlayıcısı olarak görülmektedir.

Okul dışı öğrenmeler okul ile okul dışı öğrenmeler arasında ilişki kuran öğrenmeler olarak açıklanmaktadır. Bu nedenle, okul dışı öğrenmeler okul içinde gerçekleştirilen öğrenmelerin tamamlayıcısı olarak görülmektedir (Tösten, 2020: 5). Okul dışı öğrenmelerden beklenen etkiyi sağlayabilmek için bu öğrenme etkinliklerinin planlı olarak gerçekleştirilmesi gereklidir. Planlı olarak gerçekleştirilen okul dışı öğrenmeler okul içi öğrenmelere olumlu yönde katkı sağlayacaktır (Henriksson, 2018: 10). Okul dışı öğrenmeler öğrencileri bilişsel, duyuşsal, sosyal ve

devinişsel olarak geliştirmeyi amaçlamaktadır. Okul dışı öğrenmeler okul içi öğrenmeleri destekler, böylece bilgilerin kalıcı hale gelmesi ve çeşitli beceri ve değerlerin kazanılması sağlanabilir (Morag ve Tal, 2012: 748; Bell ve Chang, 2017: 57). Okul dışı öğrenmelerin gerçekleştirilmesi ile zihinsel beceriler, çevresel farkındalık, öğrenilenlerin somutlaştırılması ve pekiştirilmesi, deneyim edinme, sorumluluk bilinci, kişilerarası iletişimin gelişmesi gibi pek çok yarar sağlanmaktadır (Power, Tylor, Rees ve Jones, 2009: 440) ki bu yararlar da sosyal bilgiler dersinin öğrencilere kazandırmaya çalıştığı amaçlar arasındadır. Geçmişten günümüze kadar uygulanan Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programları incelediğinde, programlarda okul dışı öğrenmelerin hedeflendiği ve okul dışı öğrenmelerin gerekliliğinin vurgulandığı görülmektedir. 2023 Sosyal Bilgiler Öğretim Programı (MEB, 2023: 10)'nda yer alan "Sosyal Bilgiler öğretiminde okul dışı ortamlardan da faydalanmaya önem verilmelidir." ifadesi ile okul dışı öğrenmeye verilen önem ortaya konulmaktadır. Ayrıca Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programı'nda yer alan beceri, değer ve kazanımlar okul dışı öğrenmeyi gerekli kılmaktadır. Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programı'nda bulunan "mekânı algılama, değişim ve sürekliliği algılama, gözlem" (MEB,2023: 9) gibi beceriler bu duruma örnek olarak verilebilir. Böylece okul dışında gerçekleştirilecek sosyal bilgiler dersi etkinlikleri öğrencilerin öğrendiklerini davranış haline getirmesine ve günlük yaşam ile bağlantı kurmasına olanak sağlayabilmektedir.

Öğrencilerin kendilerini, ailelerini ve yakın çevrelerini ele alan sosyal bilgiler eğitiminin devam etmesi açısından okul dışı öğrenme kaynaklarından değerlendirilebilecek önemli kaynaklardan birinin yaz tatili olabileceği fikri ortaya çıkmaktadır. Okul dışı öğrenmelerin yararları göz önüne alındığında yaz tatilinde gerçekleştirilecek uygulamalar ile öğrenmenin devamlılığının sürdürüleceği söylenebilir. Yaz tatilleri okul dışı öğrenme etkinliklerinin gerçekleştirilebileceği ortamı ve süreyi sağlamaktadır. Yaz tatili, sınavların bitimi tarihinden yeni öğretim yılının başına kadar olan süreyi kapsar. Yaz tatilini kapsayan sürenin uzun olması nedeniyle bu dönemde öğrenme kayıpları başta olmak üzere eğitsel bakımdan birçok sorun yaşandığı bilinmektedir (Zvoch ve Stevens, 2015: 434). Öğrencilerin yaz tatillerinde gerçekleşen öğrenmeleri ve öğrenme kayıpları sosyo-ekonomik düzeyden etkilenmektedir (Goard, Siddiqui ve See, 2015: 1). Oysa ki, yaz tatilinde gerçekleşecek eğitimler ile öğrenme kayıplarının olduğu gibi sosyo-ekonomik nedenlerle gelişen öğrenme adaletsizliklerinin de önüne geçilmiş olacaktır.

Yaz tatilinde öğrencilerin yaşamları içinde doğal olarak gerçekleştirdikleri asker uğurlama, turşu yapımı, kına gecesi, ürün hasadı, piknik gibi birçok etkinlik sosyal bilgiler dersinin içeriğine uygundur. Yaz tatilinde gerçekleştirilecek sosyal bilgiler eğitimi etkinlikleri ile bireylerin dönem içerisinde öğrendikleri birçok bilginin yaşama geçirilmesi sağlanabilir. Yaz tatilinde gerçekleştirilecek etkinlikler sosyal bilgiler dersinin amaçlarına ulaşmasını sağlarken, sosyal bilgiler dersine yönelik akademik bilgi ve becerilerin gelişmesine ve yaşam boyu öğrenmenin sürdürülmesine de olanak sağlayacaktır.

Yurtiçi alan yazın incelendiğinde sosyal bilgiler eğitimi ile yaz tatili ilişkisini inceleyen sınırlı sayıda çalışmaya rastlanılmaktadır. Gerçekleştirilen çalışmalarda yaz tatilleri ve sosyal bilgiler dersi arasında bir ilişki olduğu belirlenmiş ve yaz tatilinde sosyal bilgiler eğitiminin devam etmesi önerisinde bulunulmuştur (Deveci ve Türe, 2017; Gök ve Deveci, 2022; Gök, 2023;). Yurt dışı alan yazın incelendiğinde ise yaz tatilinin bireyler üzerindeki etkilerini inceleyen birçok çalışma ile karşılaşılmışken; sosyal bilgiler dersi ve yaz tatili ilişkisini inceleyen bir çalışmaya rastlanmamıştır. Gerçekleştirilen çalışmalarda uzun süren yaz tatillerinin bireylerin öğrenmelerine olumsuz etki bıraktığı, (Arı, 2004; Lee ve diğerleri, 2015) küçük grup ile gerçekleşen yaz tatili etkinliklerinin daha verimli oluğu (Cooper, 2001, Lauer ve diğerleri, 2006) ve sosyo-ekonomik yönden düşük öğrencilere düzenlenen

yaz tatili etkinlikleri ile öğrenme adaletsizliklerinin önüne geçilebildiği belirtilmiştir (Cuddapah ve diğerleri, 2008; Pane, 2016). Planlı olarak gerçekleştirilen yaz tatili etkinliklerinin öğrenme üzerinde olumlu etkilerini ortaya koyan bu sonuçların, yaz tatillerinde yaşam eğitimi veren sosyal bilgiler eğitiminin güçlendirilmesini de sağlayacağı söylenebilir.

YAZ TATİLİNDE DEVAM EDEN SOSYAL BİLGİLER EĞİTİMİ ETKİNLİK PLANLARI VE UYGULAMA ÖRNEKLERİ

Sosyal bilgiler eğitiminin yaz tatillerinde sürdürülmesine yönelik uygulama içeren bir çalışmanın olmaması nedeniyle, yaz tatilinde gerçekleştirilecek sosyal bilgiler eğitimine yönelik uygulama örneklerinin ilgili alan yazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Çalışmada Sosyal Bilgiler Öğretim Programı'nın "Üretim, Dağıtım ve Tüketim" öğrenme alanında gerçekleştirilen etkinliğe yönelik video kayıt dökümlerine, öğrenci ve veli görüşlerine yer verilmekte, görüşler doğrudan alıntılar biçiminde sunulmaktadır. Uygulama ilçeye bağlı bir ortaokul bünyesinde sekiz öğrenci ve aileleri ile gerçekleştirilmiştir. Aşağıda yaz tatilinde devam eden sosyal bilgiler eğitimine örnek olarak etkinlik planları sunulmaktadır. Etkinlik planının uygulanması sonrasında öğrencilerin ve velilerin etkinliğe ilişkin görüşlerini içeren alıntılara yer verilmektedir.

Tablo 1.1. Yaz Tatilinde Devam Eden Sosyal Bilgiler Eğitimi Etkinlik Planı 1

Etkinlik Adı	Çevre Gezisi
Sınıf Düzeyi	6. Sınıf
Etkinlik Süresi	240'
Öğrenme alanı	Üretim, Dağıtım ve Tüketim
Uygulama Tarihi:	10.07.2023
Kazanım	SB.6.5.2. Kaynakların bilinçsizce tüketilmesinin canlı yaşamına etkilerini analiz eder.
Değerler	Duyarlılık, estetik, sorumluluk, tasarruf, vatanseverlik
Beceriler	Çevre okuryazarlığı, değişim ve sürekliliği algılama, eleştirel düşünme, girişimcilik, gözlem, kalıp ve ön yargıları fark etme, karar verme, problem çözme, sosyal katılım, yenilikçi düşünme
Hazırlık	• Öğretmen öğrencilere "Yaşamınızda daha önce yenilenebilir ve yenilenemeyen enerji kaynakları ile karşılaştınız mı? Örnek verebilir misiniz?" diye bir soru yöneltir. • Öğrencilerin örnekleri dinlenir. • Öğrenciler ile etkinliğin gerçekleşeceği alana giderken çevredeki rüzgârgülleri yakından incelenir. • Rüzgârgüllerinin çalışması ve gerçek boyutları hakkında öğrencilere bilgi verilir.
Geliştirme	• Öğrenciler ile etkinliğin yapılacağı alana gelinir ve alan gezisi gerçekleştirilir. • Öğretmen gezinin gerçekleştiği sırada öğrencilerin dikkatlerini çevre kirliliğine yönlendirir. • Öğretmen öğrencilere çevre kirliliğinin nedenleri ve sonuçları hakkında bilgilendirme yapar. • Öğrenciler ile çevreyi kirleten atıklar toplanır. • Toplanan atıklar ile neler yapılabileceği ve bu atıkların tekrar kullanılıp kullanılamayacağı sorulur. Gelen cevaplar üzerine öğrencilerden atıkları tekrar kullanmak üzere bir geri dönüşüm materyali düşünmeleri istenir. • Toplanan atıklar ile geri dönüşüm materyalleri hazırlanır (pet şişeden saksı yapma, konserve kutularından kalemlik yapma, ağaç dallarından askılık yapma, çöp poşetlerinden elbise yapma vb.)
Değerlendirme	• Öğrenciler ile yapılan geri dönüşüm materyalinden sonra piknik gerçekleştirilir. • Sürdürülebilirlik kavramı üzerinden örnekler verilir. • Öğrencilerden gerçekleştirilen etkinliğin katkılarına dair günlük yazmaları istenir. • Öğretmen öğrencilerden bir bitki yetiştirip o bitkinin takibini yapmalarını ister.

Etkinliğin hazırlık bölümünde öğrencilerin geçmiş bilgilerinin hatırlanmasının sağlanması için yenilenebilir ve

yenilenemeyen enerji kaynakları hakkında sorular sorulmuş ve öğrencilerin soruları cevaplaması istenmiştir. Daha sonra öğrencilerden çevrelerinde gördükleri yenilenebilir enerji kaynaklarından olan rüzgâr güllerini incelemeleri istenmiştir. Aşağıda etkinliğin bu bölümüne ilişkin konuşmaların yer aldığı video dökümüne ait bir bölüm doğrudan alıntılar halinde sunulmaktadır:

Araştırmacı: Çocuklar çevrenizde hiç yenilenebilir enerji kaynağı gördünüz mü?

Fikret: Ben gördüm.

Araştırmacı: Ne gördün? Nerede gördün?

Fikret: Rüzgâr gülleri. Hem buraya yakın bir yerde gördüm hem de bizim köyümüzde var.

Araştırmacı: Peki başka bir yenilenebilir enerji kaynağı ile karşılaşan var mı?

Ece: Evlerimizde güneş enerjisi panelleri var.

Ahmet: Suyu da kullanabiliyoruz. Kandıra yakınlarında baraj var.

Araştırmacı: Çok güzel. Peki, burada bahsettiğimiz yenilenebilir ve yenilemeyen enerji kaynaklarının hangisi daha fazla kullanılıyor?

Ahmet: Yenilenemeyen.

Uygulamanın geliştirme bölümünde öğrenciler ile çevre gezisi gerçekleştirilmiş ve atık malzemeler toplanmıştır. Toplanılan atık malzemelerin doğada kaç yılda yok olduğu tahmin edilmiştir. Aşağıda etkinliğin bu bölümüne ilişkin konuşmaların yer aldığı video dökümüne ait bir bölüm doğrudan alıntılar halinde sunulmaktadır:

Araştırmacı: Çocuklar elinizde neler var? Neler topladınız?

Uğur: Benim elimde sopa var, bir de plastik atık var.

Araştırmacı: Çocuklar sizce elimde tuttuğum tahta parçasının doğada kaç senede çözündüğünü bilen var mı?

Uğur: Ben bilmiyorum ama tahmin edebilirim.

Melike: 20 yıl.

Ece: Bence 50 yıl.

Ahmet: 100 yıl olmalı.

Araştırmacı: Çocuklar doğada 15 yılda yok olabiliyor.

Araştırmanın değerlendirme bölümünde piknik gerçekleştirilmiş ve toplanılan atık malzemelerden geri dönüşüm materyali tasarlanmıştır. Ayrıca araştırmacı öğrenciler ile gün içerisinde öğrenilen bilgilerin değerlendirmesini yapmıştır ve öğrencilerden yaz boyu yetiştirecekleri bir bitki ekmelerini istemiştir. Aşağıda etkinlik esnasında gerçekleştirilen piknik ve tasarlanan materyale ilişkin görsellere Görsel 1.1 ve Görsel 1.2'de yer verilmektedir:

Görsel 1.1. Uygulama sırasında gerçekleştirilen piknik

Görsel 1.2. Uygulama sırasında tasarlanan materyal

Gerçekleştirilen etkinlik sonrasında öğrencilerin bazılarının günlüklerinde yer alan görüşlerine aşağıda doğrudan alıntılar halinde yer verilmiştir:

Melike: Bugün yenilenebilir ve yenilenemez enerji kaynaklarını hatırladık. Sonra sahile gidip, orada bulduğumuz atık eşyalarla yeni bir süs eşyası yaptık. Bence bu çok güzel ve eğlenceliydi. Ama insanların doğayı kirletmesi ve ormanlara çöp atmaları hiç doğru bir şey değildi. Bu yüzden bu konuda insanlar daha çok bilinçlendirilmeli.

Neşe: Bana göre çok eğlenceliydi ve birbirimizi görmek yüz yüze konuşmak mükemmeldi. Yaptığımız etkinlikte çok güzeldi. Aynı zamanda çok bilgi doluydu. Öğrendiğimiz konuyu tekrar ettik. Böylece aklımızda kaldı, çok mutluyum ve bir dahaki dersimiz için heyecanlıyım.

Uğur: Bugün hocam ve arkadaşlarımla piknik yaptık. Çok eğlenceli geçti. Arkadaşlarımı çok özlemişim. Beraber top bile oynadık. Sanırım sosyal bilgiler dersini daha çok sevmeye başladım. Derste öğretmen anlatırken birden eski bilgiler aklıma geldi. Hepsini hatırladım. Yaz tatilim böyle eğlenceli geçiyor. Ders ile çevremde çok fazla rüzgâr gülü olduğunu fark ettim. Hocama bizi Kerpe'ye götürmesini söyledim. Umarım daha çok gezeriz.

Leman: Bugün çok eğlenceli etkinlikler yaptık. Çok mutlu oldum. Öğretmen bizi pikniğe götürdü. Okuldan sonra ilk kez arkadaşlarımı gördüm. Piknik yaptık. Sonra kumlardan bir şeyler topladık. Biz toplarken öğretmenimiz bize bilgi verdi. Soru sordu. Ben bilmeye çalıştım. Yeni dersler öğrendik. Sonra topladıklarımızdan yeni malzeme yaptık. Biraz zorlandım ama güzel süs eşyası yaptım. Çok el emeği verdim. Çok güzel bir gündü.

Öğrencilerin günlüklerine yazdıkları görüşlere göre etkinliğin eğlenceli bulunduğu ve sevildiği anlaşılmaktadır. Öğrencilerin sosyal bilgiler dersine daha fazla önem vermeye başladıkları ve gerçekleşecek etkinlikleri merak ettikleri görülmektedir. Aşağıda etkinlik sonrasında öğrenciler ile gerçekleştirilen görüşmelere doğrudan alıntılar ile yer verilmektedir:

Ahmet: Yaz tatili etkinliklerini iyi buluyorum. İyi diyebilirim, eğlenceli geçiyor. Bu etkinlikler beni güzel etkiledi. Akılda daha fazla kalıcı oluyor. Eski derslerimizi, yaptıklarımızı anladım. Ekinliklerin böyle devam etmesini isterim. Bugün gerçekleştirdiğimiz etkinliği, tasarruf yapmayı gündelik hayatımızda görebiliyoruz. Etkinliklerin daha çok uzatılmasını istiyorum.

Buse: Etkinlikleri güzel ve keyifli buluyorum. Etkinliklerin yazın olması daha iyi çünkü tekrardan konuları hatırlıyoruz ve bu şekilde eğlenceli geçiyor. Yaz tatilimiz boş olmuyor. Ayrıca bu etkinlikler devamlı olarak sosyalleşmemi sağladı. Yaz tatili eğlenceli oldu, sıkıcı değil. Etkinliklerden sonra sosyal bilgiler dersini daha çok sevmeye ve daha çok ilgi göstermeye başladım.

Ece: Etkinliklerimizi çok iyi buluyorum, çok eğleniyorum. Bilgilerim artıyor, daha kalıcı oluyor. Konu tekrarı da yapıyorum. Çok eğlenceli. Sizinle ve arkadaşlarımla görüşmek daha güzel. Arkadaşlarımla yaz tatilinde buluşuyorum. Normalde buluşamıyoruz. Okulda bu kadar çok eğlenemiyordum. Tatilde daha çok eğleniyorum. Daha kalıcı oldu benim

için. Yaz tatilinde çevre kirliliğini önlemek için proje yapabiliriz.

Etkinlikten sonra yapılan görüşmelerde öğrenciler etkinliğin eğlenceli bulunduğunu, etkinlikte sosyalleştiklerini ve etkinliğin öğrendikleri bilgileri hatırlamalarına yardımcı olduğunu belirtmişlerdir. Etkinlik sonrasında uygulamaya katılım gösteren öğrencilerin velileri ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Aşağıda gerçekleştirilen bu görüşmeye yönelik diyaloglar doğrudan alıntılar halinde sunulmuştur:

Aile 2: Etkinlikler gayet güzel ilerliyor, devam ediyor. Çocuklar için faydası olduğunu biliyorum ve görüyorum. Gözlemlediğim kadarıyla gayet etkinlikler eğlenceli geçiyor. Onlarda hevesliler ders devamlı akıllarında kalıyor. Çocuklar dört gözle bekliyorlar etkinliği. Çocuğumda ders bakımından etkinlik bakımından olsun, gayet güzel değişiklikler var. Hevesliler ve ders yapmaya da ilgileri artıyor hem de arkadaşlarından da geri kalmıyorlar. Hasret kalmıyorlar mesela. Etkinliklerin bu şekilde yazın devam etmesini isteriz. Çocuklar için yaz aktivitesi oluyor, eğlenceli oluyor. Güzel zaman geçiriyorlar.

Aile 4: Etkinliklerin çok güzel devam ettiğini düşünüyorum. Çok ilgilisiniz. Çocuklar birbirleriyle vakit geçirebiliyorlar. Yaz tatilinde hem eğleniyorlar, kafalarını dağıtıyorlar. Ders açısından da etkili oluyor. Daha çok doğayla birlikte öğrenme gerçekleştirebiliyorlar. Akılda kalıcı olabiliyor. Etkinlik süreci çocuklar için çok etkin geçiyor. Bence çok eğleniyorlar. Eğlendikleri gayet belli oluyor. Onlar etkinlikleri olumlu buluyorlar. Çocukların odakları artıyor. Bir konu üzerinde yapılan etkinliklerle ilgilenmeye çalışıyorlar. İlgi düzeyleri artıyor. Etkinliklerin bu şekilde devam etmesini isterim. Çocuklar bir şeye adapte olmayı öğreniyorlar.

Aileler uygulanan etkinliği çocukları açsından yararlı bulduklarını belirtmişlerdir. Çocuklarının sosyal bilgiler dersine yönelik ilgi düzeylerinin, meraklarının arttığını ve sosyalleştiklerini açıklamışlardır. Aşağıda etkinliğin değerlendirme bölümüne öğrencilerin yetiştirdikleri fasulye bitkisi için günlüklerine yazdıkları görüşleri doğrudan alıntılar biçiminde sunulmaktadır:

Ahmet: Bence bu fasulye etkinliği çok güzeldi. Fasulyenin nasıl yetiştiğini öğrenmemi sağladı. Sabır yeteneğim daha da gelişti. Bazı yerlerde acaba bundan sonra ne olacak diye merak ettim. Bir şeye emek harcamadan yapıp kenara atıyordum, ancak artık daha çok emek harcıyorum.

Uğur: Fasulyenin oluşum süreçlerini sevdim. Fasulyenin nasıl oluştuğunu merak ettim. Fasulyem büyüyene kadar gözlemledim. Nasıl yetiştirilir onu öğrendim. Onu yetiştirene kadar ter döktüm. Sabah akşam fasulyemi gözlemledim.

Neşe: Fasulyenin nasıl yetiştirildiğini öğrendim. Ekme, büyüme gibi olaylarını gözlemledim. Benim açımdan çok güzeldi. Bayağı bir emek harcadım ve çıkmasını beklediğim için sabrımı geliştirdim. Fasulyenin büyüme sürecini çok sevdim. Fasulye yetiştiren arkadaşlarım ile empati kurduk. Hocamız sayesinde yetiştirme sürecinin inceliklerini öğrendim. Kısacası benim açımdan gayet güzel ve bilgi doluydu. Fasulyelerim ilk çıktığında çok güzel görünüyordu. Fasulyenin çıkmış yerlerini iyice inceledim ve birçok bilgi öğrendim. Benim için çok iyiydi ve gayet güzel bir süreçti.

Öğrenciler etkinlik kapsamında gelişimlerini gözlemledikleri ve yaz boyu yetiştirdikleri bitkiler için bu süreçte sabırlı olduklarını, emek harcadıklarını, gözlem yaptıklarını açıklamışlardır. Uygulama sırasında öğrenciler yaz boyu yetiştirdikleri bitkileri araştırmacı ile paylaşmıştır. Aşağıda öğrencilerin yetiştirdikleri bitkilere yönelik görüntüler Görsel 1.3'te sunulmaktadır:

Görsel 1.3. Etkinlik sırasında yetiştirilen bitkilerden örnekler

Çalışmada yer alan diğer bir etkinlik örneği Sosyal Bilgiler Öğretim Programı içerisinde yer alan "Birey ve toplum öğrenme alanına göre hazırlanmıştır. Etkinliğe yönelik video kayıt dökümlerine, öğrenci görüşlerine doğrudan alıntılar biçiminde yer verilmiştir. Uygulama dört öğrenci ile gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda uygulanan etkinlik planına Tablo 1.2'de yer verilmiştir:2

Tablo 1.2. Yaz Tatilinde Devam Eden Sosyal Bilgiler Eğitimi Etkinlik Planı 2

Sınıf Düzeyi	6. Sınıf
Etkinlik Süresi	90'
Öğrenme alanı	Birey ve Toplum
Uygulama tarihi	24/08/2023
Kazanım	SB.6.1.4. Toplumsal birlikteliğin oluşmasında sosyal yardımlaşma ve dayanışmayı destekleyici faaliyetlere katılır.
Değerler	Çalışkanlık, duyarlılık, saygı, yardımseverlik, sorumluluk, özgürlük, dayanışma, sevgi
Beceriler	Empati, iletişim, kalıp ve önyargıları fark etme, Türkçeyi doğru, güzel ve etkili kullanma, sosyal katılım, problem çözme, karar verme, gözlem, çevre okuryazarlığı
Hazırlık	• Öğretmen öğrencilere 6 Şubat günü ne hissettiklerini ve sonrasında neler yaşadıklarını sorar. • Öğrencilerin hepsinin görüşleri dinlenir. • Öğretmen öğrencilere bulundukları yerin deprem riski hakkında neler düşündüklerini sorar.
Geliştirme	• Öğrencilerin yaşadıkları yerin fay hatları ile toprak yapısı hakkında bilgiler verilir. https://tdth.afad.gov.tr/ https://www.afad.gov.tr/turkiye-deprem-tehlike-haritasi http://yerbilimleri.mta.gov.tr/anasayfa.aspx (Fay hatları ve toprak türleri haritası) • 6 Şubat günü depremden zarar gören şehirlerdeki kişiler için yardım kolisi hazırlanmaya başlanır. • Koli içerisinde yer alacak malzemeler öğrenciler ile birlikte yerleştirilirken yardımlaşma ve birlik, beraberliğin önemine vurgu yapılır. • Öğrencilere ülkemizin içerisinde bulunduğu kuşağın deprem kuşağında yer aldığı hatırlatılarak, öğrencilerden depremzedeler ile empati yapmaları istenir.
Değerlendirme	• Öğrencilerden deprem kolisinin içerisine konulmak üzere duygularını içeren bir mektup yazılması istenir. • Öğrencilerin ürünleri yardım kolisinin içerisine konularak ilgili kuruluşlara teslim edilir.

Etkinliğin hazırlık aşamasında araştırmacı 6 Şubat ve 17 Ağustos depremleri ile ilgili öğrencilerin neler düşündüklerini ve hissettiklerini sormuştur. Öğrencilerin cevapları dinlenerek yaşadıkları bölgenin deprem riski ile ilgili bilgileri ve düşünceleri öğrenilmiştir. Aşağıda etkinliğin bu bölümüne ilişkin konuşmaların yer aldığı video dökümüne ait bir bölüm doğrudan alıntı halinde sunulmaktadır:

Araştırmacı: 1999 yılında Gölcük'te 7.4 civarında çok büyük bir deprem oldu. Çocuklar sizce bu depremde bizim

bulunduğumuz Kocaeli ilinin Kandıra ilçesi etkilenmiş midir?

Neşe: Etkilenmiştir.

Araştırmacı: Evet. Burada yıkılan ev var mı? Biliyor musunuz?

Ahmet: Bilmiyoruz hocam.

Araştırmacı: Evet, yoktunuz, peki anne babanız size bu deprem ile ilgili bir şeyler anlattı mı?

Ece: Benim annemler gece dışarıda kalmışlar, öyle söylediler.

Etkinliğin geliştirme bölümünde araştırmacı öğrencilere yaşadıkları bölgenin toprak yapısı ve fay hatları ile ilgili bilgiler vermiştir. Etkinliğin devam eden bölümünde öğrenciler ile birlikte 6 Şubat depreminde zarar gören depremzedelere yardım amaçlı yardım kolisi hazırlanmıştır. Aşağıda etkinliğin bu bölümüne ilişkin konuşmaların yer aldığı video dökümüne ait bir bölüm doğrudan alıntı halinde sunulmaktadır:

Araştırmacı: Çocuklar hangi toprak yapısına sahip bölgelerde deprem olmaz biliyor musunuz?

Uğur: Hayır.

Araştırmacı: Yaşlı toprak yapısına sahip yerler depremden etkilenmezken, genç toprak yapısına sahip yerler depremden etkilenir. Sizce bizim ülkemizin çoğunluğu hangi toprak yapısına sahip?

Neşe: Genç olmasına mı sevinelim yoksa deprem olmasına mı?

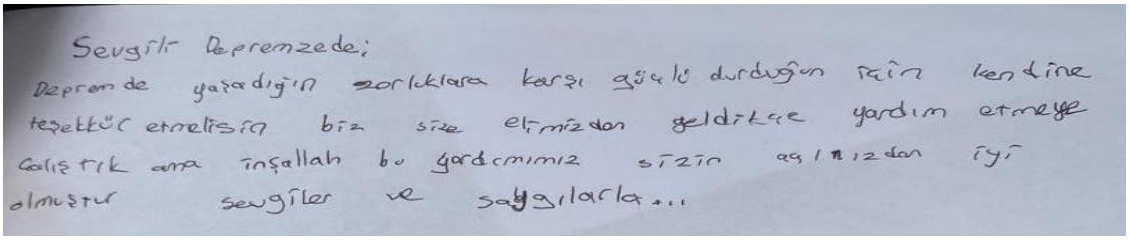
Uğur: Hocam bu toprak yaşlı mı, genç mi?

Araştırmacı: Bizim ülkemizde genç topraklar çoğunlukta ama yaşlı toprağa sahip yerlerde var.

Öğrenciler ve araştırmacı tarafından hazırlanan deprem yardım kolisine ilişkin resme Görsel 1.4'te yer verilmektedir:

Görsel 1.4. Deprem kolisi hazırlama

Etkinliğin değerlendirme bölümünde, öğrencilerden hazırlanan deprem yardım kolisinin içerisine koymak üzere duygu ve düşüncelerini içeren bir mektup yazılması istenmiştir. Görsel 1.5'te öğrencilerin yazmış olduğu mektuba ilişkin örnek sunulmaktadır:


Sevgili Depremzede;
Depremde yaşadığın zorluklara karşı güçlü durduğun için kendine teşekkür etmelisin biz size elimizden geldikçe yardım etmeye çalıştık ama inşallah bu yardımımız sizin aklınızdan iyi olmuştur sevgiler ve saygılarla...

Görsel 1.5. Deprem kolisi içerisinde bulunan mektup

Uygulanan etkinlikten sonra öğrenciler ile gerçekleştirirlen görüşmelere doğrudan alıntı biçiminde aşağıda yer

verilmiştir:

Neşe: Bu etkinlikten depremzedelerin çok zorluklar çektiğini ve bizim bölgemizin biraz daha diğer bölgelere göre toprak yapısı olarak daha dayanıklı olduğunu öğrendim. Gayet bilgilendiriciydi. Bilmediğim şeyleri öğrendiğim için de mutluyum. Depremden korunma yöntemlerini anladım. Etkinlikler aynı böyle bilgilendirici bir şekilde devam etmeli. Bu yaz tatili biraz daha eğlenceli oldu. Etkinlikler sosyal bilgiler dersine karşı daha iyi düşünmemi sağlıyor.

Ece: Depremde nasıl önlemleri alabileceğimizi öğrendim. Evimizin altında fay var mı, yok mu? O siteyi öğrendim. Diri fay hattı onları öğrendim. 17 Ağustos 1999 depreminde neler olduğunu öğrendim. Eğlenceli bir etkinlikti ama biraz depremzedelere üzüldüm. Üzüldüğümüz içinde zaten koli hazırladık, mektup yazdık. Benim için empati kurma açısından önemliydi. Daha çok empati kurmaya başladım. Bilgi açısından çok katkısı oluyor. Etkinliklerimizde bugünki gibi doğal ortamında ders işleyelim. Böylece sosyal bilgiler dersini daha çok sevmeye başladım. Bilgilenmem açısından daha çok katkısı oldu. Şimdi bana çok eğlenceli geliyor.

SONUÇ

Sosyal bilgiler bireylerin günlük yaşamları ile uyumlu toplumsal yaşamın her alanına yansıyan bir derstir. Yaz tatilleri de günlük yaşam içerisinde yer aldığından yaz tatilinde sosyal bilgiler eğitiminin devam etmesi sağlanabilir. Eğitim-öğretim yılı içerisinde öğrenilen bilgilere dair öğrenme kayıplarının olmaması ve dönem boyunca öğrenilenlerin uygulamaya geçirilmesi için yaz tatilinde sosyal bilgiler eğitimine yönelik uygulama alanının oluşturulması önemli görülmektedir.

Bu çalışmada sosyal bilgiler dersi kapsamında yer alan bilgi, beceri ve değerlerin yaz tatilinde geliştirilmesi ve sosyal bilgiler eğitiminin devam ettirilmesi için öğretmenlere rehberlik edebilecek çalışma örnekleri yer almaktadır. Çalışmada yaz tatilinde sosyal bilgiler eğitiminin nasıl gerçekleştirileceğine yönelik etkinlik planları sunulmuş ve uygulanmış, uygulanan yaz tatili sosyal bilgiler etkinliği sonucunda elde edilen öğrenci ve veli görüşlerine doğrudan alıntılar ile yer verilmiştir. Sosyal bilgiler dersinin yaz tatilinde devam ettirilmesi, öğrenilen bilgilerin somutlaştırılması ve pekiştirilmesi için aileler ile iş birliği gerçekleştirmek, yaz tatilini değerlendirmek ve araştırma bulguları ile süreci ortaya koymak sosyal bilgiler eğitiminin gelişimine önemli katkılar sağlayabilir.

KAYNAKÇA

Arı, A. (2004). Yaz tatili öğrenme kaybı. *Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi, 24*(2), 243-258.

Bell B. J. & Chang, H. (2017). Outdoor orientation programs: A critical review of program impacts on retention and graduation. *Journal of Outdoor Recreation Education and Leadership*, *9*(1), 56-68.

Cooper, H. (2001). *Summer school: Research based recommendations for policymakers. Tallahassee*, Washington: Educational Resources Information Center.

Cuddapah, J. L., Masc, F., Smallwood, E. & Holland, J. (2008). A professional development school sponsored summer program for at risk secondary students. *NASSP Bulletin, 92*(4), 261-275.

Deveci, H. & Gürdoğan Bayır, Ö. (2011). Hayallerdeki sosyal bilgiler: İlköğretim üçüncü sınıf öğrencilerinin algıları. *Uluslararası Avrasya Sosyal Bilimler Dergisi*, *2*(4), 9-28.

Deveci, H. & Türe H. (2017). Günlük yaşam içindeki sosyal bilgiler: Yaz tatillerinin sosyal bilgiler eğitimi bakımından incelenmesi. *Uluslararası Avrasya Sosyal Bilimler Kongresi'nde* sunulan bildiri.

Foran, A. (2008). An outside place for social studies. *Canadian Social Studies, 41*(1), 1-9.

Goard, S., Siddiqui, N. & See, B. H. (2015). How effective is a summer school for catch up attainment in english and maths? *International Journal of Educational Resaerch, 73*, 1-11.

Gök, A. & Deveci, H. (2022). *Yaz tatillerinde sosyal bilgiler eğitimine ilişkin veli görüşleri.* 6. International Congress of Eurosan Social Sciences, Bodrum.

Gök, A. (2023). *Yaz tatillerinde sosyal bilgiler öğretimi: Öğrenci ile öğretmen görüşleri ile deneyimleri.* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Anadolu Üniversitesi.

Henriksson, A., C. (2018). Primary school teachers perceptions of out of school learning within science education. *International Journal on Math, Science and Technology Education*, *6*(2), 9-26.

Lee, Y., Kubilius, O., Makel, M. C. & Putallaz, M. (2015). Gifted students perceptions of an accelerated summer program and social support. *Gifted Child Quarterly*, *59*(4), 265–282.

Millî Eğitim Bakanlığı. (2023). *Sosyal bilgiler dersi öğretim programı* (4, 5, 6 ve 7. Sınıflar). Ankara.

Morag, O. & Tal, T. (2012). Assessing learning in the outdoors with the field trip in natural environments (fine) framework. *International Journal of Science Education, 34*(5), 745–777.

Pane, J. (2016). *Learning from summer: effects of voluntary summer learning programs on low income urban youth*. Santa Monica: Rand Corporation.

Power, S., Taylor, C., Rees, G. & Jones, K. (2009). Out-of-school learning: Variations in provision and participation in secondary schools. *Research Papers in Education, 24*(4), 439–460.

Rossi, J. A. (1995). In-depth study in an issues-oriented social studies classroom. *Theory and Research in Social Education*, 23 (2), 88-120.

Şimşek A. ve Kaymakçı, S. (2015). Okul dışı sosyal bilgiler öğretiminin amacı ve kapsamı. Şimşek A. ve Kaymakçı, S. (Eds.), *Okul dışı sosyal bilgiler öğretimi* içinde (pp. 1-11). Ankara: Pegem Akademi.

Todd, R. H. & Brinkman, S. G. (2007) Service learning in a social studies methods course: Experience and place based curriculum. *The Educational Forum*, *72*(1), 79-91.

Tösten, R. (2019). Okul dışı öğretim ve öğrenme. Küçükoğlu, A. ve Kaya H. İ. (Eds.), *Kuramdan uygulamaya okul dışı öğrenme ortamları* içinde (pp. 2-21). Ankara: Pegem Akademi.

Zvoch, K. & Stevens, J. J. (2015). Identificatıon of summer school effects by comparing the in and out of school growth rates of struggling early readers. *The Elementary School Journal, 115*(3), 434-456.

PERCEPTION OF E-WALLET PAYMENT AMONG HIGHER EDUCATION STUDENTS IN SELANGOR, MALAYSIA

Khairiani Othman
Politeknik Sultan Salahuddin Abdul Aziz Shah, Shah Alam, Malaysia, okhairiani@gmail.com

ABSTRACT

Electronic wallet (e-wallet) is one of the fastest growing payment trends in Malaysia, transforming the way people pay in the country towards a cashless society. Currently, there are more than 53 e-wallets officially licensed by Bank Negara Malaysia, such as AEON Wallet, Boost, BigPay, GrabPay, WeChat Pay and Touch'n Go e-Wallet. The use of e-wallets has become very popular among all age groups, especially among Malaysian students since the e-Tunai Rakyat program was launched by the Malaysian government on 15 January 2020. In addition, the Madani Economy 2023 initiative, led by Prime Minister Datuk Seri Anwar Ibrahim also grants qualified Malaysians aged 21 and above a RM100 e-wallet credit. There were limited studies that can be found to examine the intention to use e-wallets among higher education students. Hence, the study aims to investigate the perception of e-wallet payment services among higher education students in Selangor. Samples were collected from 384 higher education students in Selangor, Malaysia. A structured questionnaire was used and distributed online using Google Forms. Descriptive analysis is used to analyze the demographic data and related information on perceived usefulness and perceived ease of use of e-wallets. The result showed that the majority of higher education students use e-wallets and have installed at least one (1) e-wallet application on their smartphone and there is a significant perceived usefulness and perceived ease of use of e-wallet services among higher education students in Selangor.

Keywords: e-wallet, Madani, student.

INTRODUCTION

In today's interconnected world, digital innovations continue to reshape financial transactions, with electronic wallets, or e-wallets, emerging as a cornerstone of modern payment systems. Offering unparalleled convenience and efficiency, e-wallets allow users to securely store and manage their payment information digitally, revolutionizing how purchases are made, funds are transferred, and finances are managed.

In Malaysia, the proliferation of e-wallets has been remarkable, with a diverse array of platforms competing for consumer attention. From established names like AEON Wallet and GrabPay to emerging contenders such as Boost and BigPay, these platforms are driving the nation toward a cashless future. This adoption is fueled not only by the inherent advantages of e-wallets—speed, security, and cost-effectiveness—but also by the changing preferences and behaviors of tech-savvy consumers.

Of particular interest is the uptake of e-wallets among higher education students, who are often at the forefront of technological trends. Unlike previous generations, these students are inherently comfortable with technology, seamlessly incorporating it into various aspects of their daily lives. Understanding the factors driving their adoption of e-wallets is crucial for businesses and policymakers aiming to navigate the transition towards a cashless economy.

Research Objectives and Importance

In Malaysia, the landscape of e-wallet adoption has been marked by a significant number of providers compared to the population, indicating potential for growth and innovation in the digital payment sector. However, despite the availability of numerous e-wallet services, higher education students in Malaysia have not embraced e-wallets as their preferred payment method, with credit and debit cards maintaining dominance in the e-payment sector. Surveys conducted in 2018, such as the one conducted by Carousell Malaysia, revealed low adoption rates of digital wallets among Malaysians, highlighting the need for initiatives to stimulate e-wallet usage. In response, on January 15, 2020, the Malaysian government launched the RM450 million e-Tunai Rakyat program in collaboration with the country's three largest e-wallet service providers. This initiative aims to increase cashless transactions and encourage e-wallet adoption, particularly among higher education students. The objective of the study is to examine the specific factors influencing e-wallet deployment in Malaysia, particularly among higher education students. The e-Tunai Rakyat program is expected to enhance the acceptance of electronic payments among customers and small retail businesses in Malaysia. Furthermore, the absence of studies examining the specific factors influencing e-wallet deployment in Malaysia, especially among higher education students, underscores the need for further research in this area. Malaysia's ongoing initiatives, such as the Malaysia Digital Economy Blueprint (MyDIGITAL) and the promotion of Malaysia Madani, align with efforts to accelerate digital transformation and promote e-wallet adoption as part of broader economic development strategies.

In Malaysia, particularly in Selangor, where e-wallet adoption is of interest, this study aims to explore the factors influencing the intention to use e-wallets among higher education students. The objective is to investigate perceived usefulness and perceived ease of use, with the following specific aims:

1. To examine the relationship between perceived usefulness and the intention to use e-wallets among higher education students in Selangor, Malaysia.

2. To assess the relationship between perceived ease of use and the intention to use e-wallets among higher education students in Selangor, Malaysia.

By focusing on these specific objectives, this study seeks to provide insights into the factors driving e-wallet adoption among higher education students in Selangor, which can inform strategies aimed at promoting wider acceptance and usage of e-wallets in the region.

Research Scopes

The research scope is to investigate the factors influencing the intention to use e-wallets among higher education students in the Selangor area. Selangor, being one of the most densely populated states in Malaysia, offers an ideal location for studying consumer behavior and preferences, including e-wallet adoption, among a large and diverse population. Additionally, Selangor's status as a major economic hub in Malaysia provides a rich environment to study the usage patterns and adoption rates of e-wallets across various sectors, including retail, services, and finance. Its advanced technological infrastructure, coupled with widespread internet connectivity and access to mobile devices, facilitates e-wallet usage and serves as an optimal setting to explore the factors influencing their adoption among higher education students.

Moreover, Selangor's numerous prominent universities and colleges attract a sizable population of higher education students from diverse backgrounds, making it an ideal location to study e-wallet adoption among this group, given their potential as significant users of digital payment solutions. The region's rapid urbanization and modernization in recent years have also led to changes in consumer preferences and payment behaviours, further emphasizing the importance of focusing on Selangor to capture the dynamics of e-wallet adoption within this evolving urban landscape.

The research will only specifically delve into two factors affecting e-wallet adoption: perceived usefulness and ease of use. Data collection primarily occurs through Google Forms and messaging apps, ensuring anonymity and data security.

METHODOLOGY

Primary data is collected through structured itemnaires distributed via Google Forms to higher education students. Excel is used to collect respondent information, facilitating trend identification. Statistical Package for Social Science (SPSS) is employed for data analysis, including descriptive analysis to assess the level of intention to use e-wallets. Insights gained from this analysis prioritize interventions or strategies aimed at promoting e-wallet adoption based on influential factors.

Research Model

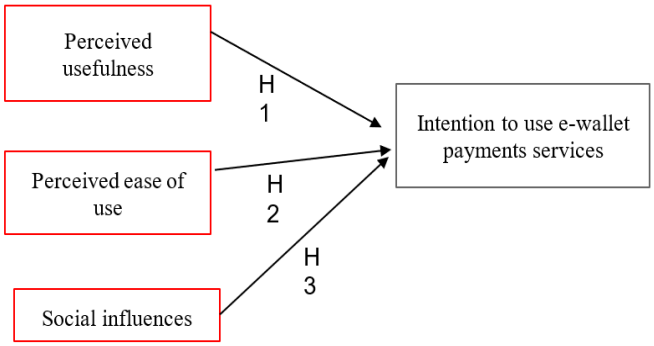
The study on the intention to use e-wallets among higher education students in Selangor is closely aligned with the Technology Acceptance Model (TAM) developed by Davis and Venkatesh (1989). According to TAM, perceived ease of use and perceived usefulness are crucial determinants of individuals' attitudes and behaviors toward adopting new technologies.

In the context of this study, perceived ease of use refers to the extent to which higher education students perceive using e-wallets as effortless or devoid of difficulty. According to TAM, if students find e-wallets easy to use, they are more likely to develop a positive attitude toward adopting e-wallet technology. This positive attitude is expected to lead to an increased intention to use e-wallets.

Similarly, perceived usefulness in the study pertains to the extent to which higher education students believe that using e-wallets would enhance their tasks or performance. According to TAM, if students perceive e-wallets as useful tools for their financial transactions, they are more likely to develop a favourable attitude towards adopting e-wallet technology. Consequently, their intention to use e-wallets is expected to increase.

Furthermore, the study may also consider the influence of social factors, such as peer recommendations or social norms, on the intention to use e-wallets among higher education students. This aligns with the social influence construct in the TAM model, which suggests that individuals' attitudes and behaviours toward technology adoption can be influenced by the opinions and behaviours of others in their social network.

By investigating the relationships between perceived ease of use, perceived usefulness, social influence, and intention to use e-wallets among higher education students in Selangor, the study provides empirical support for the TAM model and contributes to our understanding of the factors driving e-wallet adoption in this demographic group. Figure 1 illustrates the conceptual framework depicting the interrelationships among these variables.



Figures 1: Research framework.

Population and Sampling

According to the Population and Housing Census of Malaysia 2010, the population in Selangor was reported to be 6.56 million people. Considering higher education students aged 18 years old to more than 26 years old within this

population, Krejcie and Morgan's (1970) formula suggests that 384 questionnaires would be sufficient for respondents to complete. However, to mitigate the risk of incomplete data, the study opted to distribute 400 questionnaire to higher education students across various districts in Selangor, including Gombak, Hulu Langat, Hulu Selangor, Klang, Kuala Selangor, Petaling, Sabak Bernam, and Sepang.

Validity-reliability

To ensure the accuracy and reliability of the questionnaire designs, a pilot test was conducted, following the recommendation of Zikmund (2010). This pilot test involved 30 respondents and aimed to assess the effectiveness of the information variables included in the questionnaire. Through this process, the questionnaire was refined to ensure its suitability for the main study. Moreover, the reliability of the questionnaire items was assessed using Cronbach's alpha. The results indicated satisfactory internal consistency for the constructs under investigation, with Cronbach's alpha values of 0.743 for Perceived Usefulness, 0.664 for Perceived Ease of Use, and 0.719 for Social Influences. These findings affirm the reliability of the questionnaire in measuring the intended constructs and enhance the validity of the study's results.

RESULTS

Among the 384 respondents selected at random, the distribution between genders is nearly equal, with 163 (43%) male respondents and 221 (57%) female respondents. The majority of respondents belong to the age group of 18-20 years old, comprising a total of 163 (43%) respondents. Following this, the age group of 21-23 years old accounts for 103 (26.8%) respondents, while the age group of 24-26 years old consists of 66 (17.2%) respondents. In terms of geographical distribution, the highest number of respondents is from Hulu Selangor, with 102 (26.6%) respondents, followed by Petaling with 74 (19.3%) respondents, and Sepang with 46 (12.0%) respondents. Conversely, the districts of Kuala Selangor and Sabak Bernam have the lowest representation, with 22 (5.7%) respondents each. Detailed descriptive statistics regarding the respondents' demographic profile are presented in Table 1.

Table 1. Demographic profile.

Profile	*Frequency*	*Percentage*	*Profile*	*Frequency*	*Percentage*
Gender			**District**		
Male	163	43%	Hulu Selangor	102	26.6%
Female	221	57%	Petaling	74	19.3%
			Sepang	46	12%
			Klang	39	10.2%
Age			Hulu Langat	31	8.1%
18 – 20 years	165	43%	Kuala Langat	25	6.5%
21 - 23 years	103	26.8%	Gombak	23	6.0%
24 - 26 years	66	17.2%	Kuala Selangor	22	5.7%
Above 26 years	49	12.8%	Sabak Bernam	22	5.7%

Number Of e-wallet Applications Registered And The Most E-wallet Payment Used.

Table 2 provides an overview of the number of e-wallet registrations among the respondents, shedding light on their engagement with digital payment platforms. Notably, the data reveals that all respondents have registered at least one e-wallet application, underscoring the widespread adoption of digital payment solutions among higher education students in Selangor. Moreover, a significant portion of respondents, comprising 39 individuals (10.2%), have registered more than four applications, indicating a high level of engagement with multiple e-wallet platforms. Additionally, 46 respondents (12%) have registered precisely four e-wallets, further emphasizing the diverse range of platforms utilized by this demographic. On average, 131 respondents (34.1%) have registered three applications, highlighting the prevalence of multi-platform usage among respondents. This comprehensive breakdown offers valuable insights into the e-wallet registration patterns among higher education students in Selangor, informing strategies aimed at optimizing digital payment adoption in this demographic.

Table 2. Number of e-wallets application registered.

Number of e-wallets	Frequency	Percentage (%)
1	51	13.3%
2	117	30.5%
3	131	34.1%
4	46	12.0%
More than 4	39	10.2%

In the context of exploring e-wallet adoption among higher education students in Selangor, Table 3 presents a breakdown of e-wallet usage among respondents. It provides insight into the preferred e-wallet platforms among this demographic group, shedding light on their payment preferences and behaviors.

Table 3. E-Wallet Payment Among Respondents.

E-wallet	**Frequency**	**Percentage(%)**
Touch ‘n’ Go	150	39.06%
MAE	110	28.65%
Boost	52	13.54%
Samsung Pay	48	12.5%
Grab Pay	14	3.65%
Shopee Pay	8	2.8%
Apple Pay	1	0.26%
Debit or Credit Card	1	0.26%

The data reveals that Touch 'n' Go e-wallet is the most widely used among respondents, with 150 individuals (39.06%) indicating it as their primary choice. MAE follows closely behind, with 110 respondents (28.65%) opting for this platform. Boost, Samsung Pay, and GrabPay are also popular choices among respondents, with 52 (13.54%), 48 (12.5%), and 4 (3.65%) individuals respectively using these platforms. Conversely, Shoppe Pay and Apple Pay are less frequently utilized, with preference rates of 2.8% and 0.26% respectively. This breakdown

offers valuable insights into the e-wallet landscape among higher education students in Selangor, informing future strategies and initiatives aimed at promoting e-wallet adoption in this demographic.

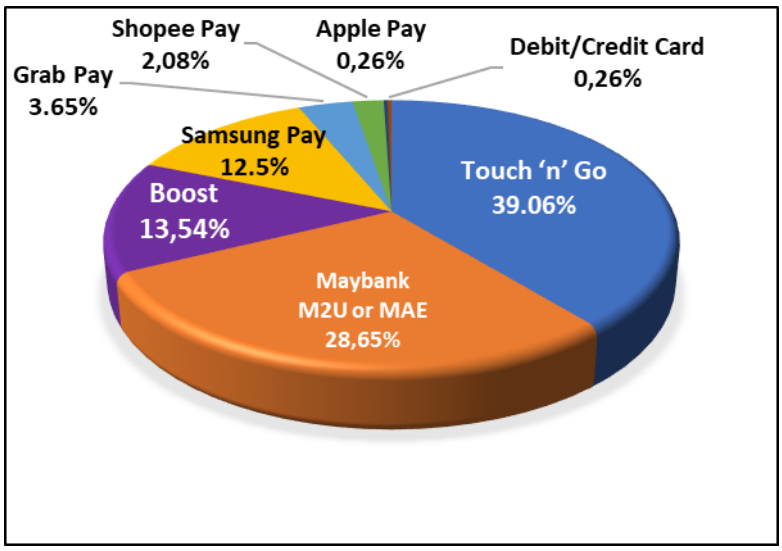


Figure 1: e-wallet Payment Providers

Monthly spending using e-wallet

The study delves into the monthly spending habits of e-wallet users, providing insights into their expenditure patterns. Table 4 presents a breakdown of monthly spending among respondents. The data showcases a spectrum of expenditure levels, ranging from below RM200 to over RM1000. Interestingly, no distinct spending ranges emerged from the study's findings.

Table 4. Monthly Spending using e-wallet.

Monthly Spending(RM)	Frequency	Percentage(%)
Below than RM200	65	16.9%
RM201- RM400	65	16.9%
RM401- RM600	63	16.4%
RM601-RM800	65	16.9%
RM801-RM1000	65	16.9%
More than RM1000	61	15.9%

The Relationship between Perceived Usefulness and The Intention to Use e-Wallets among Higher Education Students in Selangor, Malaysia.

E-wallets have revolutionized the landscape of financial transactions, offering convenience and efficiency to users in today's digital age. These digital payment platforms enable individuals to securely store and manage their payment information, facilitating seamless transactions for various goods and services. The widespread adoption of e-wallets in Malaysia reflects their growing popularity among consumers, with a diverse array of platforms

competing for market share. Among these platforms, Touch 'n' Go, MAE, and Boost have emerged as leading choices among users.

Table 5, sheds light on users' perceptions of the usefulness of e-wallet payment services. Notably, Item 1, "I believe that using e-wallet payment services improves the effectiveness of the payment process," received the highest frequency score of 4.71. This perception is indicated by the high frequency score of 4.71, which suggests a strong consensus among respondents. Additionally, the low standard deviation of 0.572 indicates that the responses are closely clustered around the mean, further supporting the notion of widespread agreement among users.

Respondents strongly agree that using e-wallet platforms saves them time, especially during transactions, as indicated by a high frequency score of 4.43 and a low standard deviation of 0.846. This perception underscores the efficiency and convenience of e-wallets in streamlining payment processes. E-wallet providers can leverage this perception to attract users by emphasizing the time-saving benefits of their platforms and continuously enhancing features for an improved user experience

Table 5. Perceive usefulness

Item	Frequency	SD	Level
1. I believe using e-wallet payment services enhance the effectiveness of the payment process.	4.71	.572	High
2. I believe using e-wallet platform system saves me time, especially in transaction process.	4.43	.846	High
3. I found using an e-wallet makes it easier to buy products or services.	4.40	.795	High
4. The use of e-wallet will improve the quality of my online transactions.	4.56	.705	High

Respondents perceive that using an e-wallet makes purchasing products or services easier, with a high frequency score of 4.40 and a low standard deviation of 0.795, indicating strong consensus among respondents. This perception highlights the convenience and efficiency of e-wallets in facilitating transactions. E-wallet providers can capitalize on this perception by emphasizing the ease of purchasing through their platforms in marketing efforts and further enhancing features to streamline the buying process for users.

Respondents strongly agree that using e-wallets improves the quality of their online transactions, with a high-frequency score of 4.56 and a low standard deviation of 0.705, indicating widespread consensus. This perception highlights the positive impact of e-wallets on aspects such as security, convenience, and reliability during online purchases. E-wallet providers can leverage this perception to attract users by emphasizing the enhanced quality of

online transactions facilitated by their platforms and continuously refining features to optimize the user experience further.

The Relationship Between Perceived Ease of Use and The Intention to Use e-Wallets among Higher Education Students in Selangor, Malaysia.

In the realm of digital finance, perceived ease of use plays a crucial role in shaping user adoption and satisfaction with e-wallet platforms. Table 6 presents the results of a descriptive analysis focused on users' perceptions of the ease of using e-wallets. Understanding these perceptions is essential for e-wallet providers to enhance user experiences and drive continued adoption in the market.

Table 6. Perceive ease of use

Item	Frequency	SD	Level
5. e-wallet is easy to use	4.40	.711	High
6. I was comfortable using the e-wallet.	4.39	.771	High
7.The use of an e-wallet gives me flexibility to make transactions.	4.34	.846	High
8. Transferring money through an e-wallet has many steps.	4.18	1.092	High

Respondents strongly perceive e-wallets as easy to use, with a high frequency score of 4.4 and a low standard deviation of 0.711, indicating widespread agreement among respondents. This suggests that e-wallet platforms offer intuitive interfaces and straightforward processes, contributing to their user-friendly nature. E-wallet providers can leverage this perception by emphasizing the ease of use of their platforms and implementing user-centric design principles to further enhance usability.

Respondents demonstrate a high level of comfort when using e-wallets, as indicated by a frequency score of 4.39 and a low standard deviation of 0.771, signifying widespread agreement among respondents. This suggests that users feel at ease navigating e-wallet applications, reflecting positively on the platforms' user experience. E-wallet providers can leverage this perception by emphasizing user comfort in their marketing strategies and further enhancing features to ensure a seamless and comfortable user experience.

Respondents strongly agree that using an e-wallet provides them with flexibility in making transactions, as evidenced by a frequency score of 4.34 and a low standard deviation of 0.846, indicating widespread consensus. This perception highlights the versatility and convenience offered by e-wallet platforms, allowing users to conduct transactions on their own terms. E-wallet providers can leverage this perception by emphasizing the flexibility of their platforms in marketing efforts and continuing to innovate features to enhance transactional flexibility further.

Respondents generally perceive transferring money through an e-wallet as involving multiple steps, as indicated by a frequency score of 4.18 and a standard deviation of 1.092, reflecting a high level of consensus. While the

perception of complexity is noted, it's essential to recognize that users still find the process manageable. E-wallet providers can address this perception by streamlining the fund transfer process, simplifying steps, and providing clearer instructions to enhance the user experience and alleviate any perceived complexities.

DISCUSSION, CONCLUSION AND SUGGESTION

The findings of the study provide valuable insights into the factors influencing e-wallet adoption among higher education students in Selangor. The results largely support the Technology Acceptance Model (TAM), with perceived ease of use and perceived usefulness emerging as significant determinants of e-wallet adoption intention. This aligns with previous research highlighting the importance of these factors in shaping attitudes and behaviours toward technology adoption (Davis & Venkatesh, 1989). Specifically, the high frequencies observed for items related to the ease of use and usefulness of e-wallets indicate that students perceive e-wallets as convenient and beneficial tools for financial transactions.

However, it's important to acknowledge the limitations of the study, the role of social influences which is another element in shaping e-wallet adoption intentions among students. Social factors still demonstrate a notable impact on e-wallet adoption. This underscores the significance of peer recommendations and social norms in influencing individuals' attitudes and behaviours toward technology adoption, as posited by the TAM model.

Another limitation of the study included the reliance on self-reported data and the potential for sampling bias. Future research could employ more diverse sampling methods to ensure broader representation and enhance the generalizability of the findings. Additionally, longitudinal studies could provide deeper insights into the dynamics of e-wallet adoption over time and uncover any changes in adoption patterns or factors influencing adoption.

In conclusion, this study contributes to our understanding of e-wallet adoption among higher education students in Selangor by highlighting the importance of perceived ease of use, perceived usefulness, and social influences in shaping adoption intentions. The findings underscore the need for e-wallet providers to prioritize user-friendly interfaces and emphasize the practical benefits of e-wallets to encourage adoption among students. Policymakers should also consider the role of social networks and peer influence in promoting e-wallet adoption, perhaps through targeted educational campaigns or incentives.

Moving forward, researchers and practitioners must continue exploring the factors driving e-wallet adoption and monitor changes in consumer preferences and behaviours. By addressing the limitations of this study and building upon its findings, future research can further refine our understanding of e-wallet adoption dynamics and inform strategies to promote the widespread adoption and usage of e-wallets in Malaysia and beyond.

Overall, by capitalizing on the perceived benefits identified in the findings and addressing user needs and preferences, e-wallet providers can strengthen their offerings, attract more users, and drive continued adoption and usage of e-wallet payment services. Moreover, businesses and policymakers can develop targeted strategies to stimulate e-wallet usage among higher education students in Selangor, Malaysia, and promote broader financial inclusion and digital transformation initiatives.

REFERENCES

Davis, F. D., & Venkatesh, V. (1989). Technology Acceptance Model (TAM): Perceived ease of use and perceived usefulness. *The International Journal of Management Science*, 11(3), 215-218.

Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607-610.

Zikmund, W. G. (2010). *Business research methods*. Cengage Learning.