

**ULUSLARARASI
GELİŞİM AKADEMİ
DERGİSİ**

**INTERNATIONAL JOURNAL OF
DEVELOPMENT ACADEMY**

CİLT/VOLUME: 1 SAYI/NUMBER:6

ARALIK/2024

ISSN: 2979-9902

Uluslararası Gelişim Akademi Dergisi

Sahibi/Owner

Palandöken Gelişim Derneği adına Lokman Lokmacı

Yazı İşleri Müdürü/Responsible Manager

Numan Ün

Editörler/Editors in Chief

Prof.Dr. Süleyman TOY (Atatürk Üniversitesi, suleyman.toy@atauni.edu.tr)

Alan Editörleri / Field Editors

Prof. Dr. Önder YAĞMUR (Atatürk Üniversitesi, oyagmur@atauni.edu.tr)

Doç. Dr. Süleyman LOKMACI (suleyman.lokmaci@erzurum.edu.tr)

Dr. Öğr. Üyesi Müge YÜCE- Atatürk Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Temel SAĞLAM (KTÜ, Temel.saglam@ktu.edu.tr)

Prof. Dr. Besim YILDIRIM- Atatürk Üniversitesi

Prof. Dr. Erdal Ozkan- Ohio State University, USA

Prof.Dr. Fatih KIYICI- Atatürk Üniversitesi

Prof.Dr. Halit DURSUNOĞLU- Atatürk Üniversitesi

Prof.Dr. Kerem KARABULUT- Atatürk Üniversitesi

Prof.Dr. Mehmet Sait DİLEK- Atatürk Üniversitesi

Prof.Dr. Manu P. Sobti- University of Queensland-Brisbane, Australia

Prof.Dr. Mitchell Joachim- NYU, Terreform ONE New Lab, USA

Prof.Dr. Mustafa BULAT – Atatürk Üniversitesi

Prof. Dr. Muzaffer UYSAL – Virginia Polytechnic Institute / USA

Prof.Dr. Nimet YILDIRIM- Atatürk Üniversitesi

Prof.Dr. Ömer ÖZDEN- Atatürk Üniversitesi

Prof.Dr. Selim BAŞAR- Eskişehir Anadolu Üniversitesi

Prof.Dr. Ufuk ŞİMŞEK- Atatürk Üniversitesi

Doç.Dr. Adnan KÜÇÜKALİ- Atatürk Üniversitesi

Doç. Dr. Doğan DURSUN- Atatürk Üniversitesi

Doç. Dr. Fatma Zehra ÇAKICI- Atatürk Üniversitesi

Doç.Dr. İbrahim Caner TÜRK- Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi

Doç.Dr. Mustafa METE- Gaziantep Üniversitesi

Doç.Dr. Naim ÜRKMEZ- Erzurum Teknik Üniversitesi

Doç.Dr. Oktay ÖZGÜL- Kırgızistan Manas Üniversitesi

Doç.Dr. Savaş YEŞİLYURT- Atatürk Üniversitesi

Doç.Dr. Zeliha TEKİN- Muş Alparslan Üniversitesi

Dr.Öğr. Üyesi Adem TÜZEMEN- Gaziosmanpaşa Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Defne DURSUN- Atatürk Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Merve YAVAŞ- Atatürk Üniversitesi

Dr. Abdullah Cüneyt KÜSMEZ- Hacettepe Üniversitesi

Dil Editörleri / Language Editors

Doç.Dr. Savaş Yeşilyurt

Sekreteryaya / Secretariat

Lokman Lokmacı 05305447672

Uluslararası gelişim Akademi Dergisi, yılda dört kez yayınlanan akademik uluslararası hakemli bir dergidir. Dergide yayınlanan yazıların bilimsel ve hukuki sorumluluğu yazarlarına aittir. Yayın dili Türkçe olmakla birlikte diğer dillerde de yazılar yayınlanmaktadır.

Yayınlanan yazıların bütün yayın hakları Uluslararası gelişim Akademi Dergisi'ne ait olup yayıncının izni olmadan kısmen veya tamamen basılamaz, çoğaltılamaz ve elektronik ortama taşınamaz. Yazıların yayınlanıp yayınlanmamasına derginin yayın kurulu karar verir.

ÇİNDEKİLER / TABLE OF CONTENTS

ARAŞTIRMA MAKALELERİ / RESEARCH ARTICLES

Motivasyonun Bilim ve Sanat Veçheleri

The Scientific and Artistic Aspects of Motivation

Murat Şengöz / 1-14

Silah Sanayi Firmalarının Stratejik Yönelimleri: Beyşehir'deki Aksa Arms ve Francolin Arms Örneği

Strategic Orientations of Firearm Industry Companies: The Case of Aksa Arms and Francolin Arms In Beyşehir

Gökhan Bak, Emrah Kılıç, Alparslan Bak /15-29

Çocuk Gelişimi Bölümü Öğrencilerinin Psikolojik İhtiyaç Düzeylerinin Demografik

Özelliklerine Göre Belirlenmesi

Determination of Psychological Need Levels of Child Development Department Students According to Demographic Characteristics

Bahar Özet Neşe Duran, Güldalı Aybaş /30-59

Yükseköğretimde Küresel Bir Perspektif: Türkiye ve ABD'deki Uluslararası Öğrenciler

A Global Perspective In Higher Education: International Students In Türkiye and the USA

Zehra Gül, Fırat Semih Avcı /60-71

ARAŞTIRMA MAKALELERİ / RESEARCH ARTICLES

MOTİVASYONUN BİLİM VE SANAT VEÇHELERİ

Murat Şengöz¹

Özet

Motivasyon, bireyleri hedeflerine ulaşma doğrultusunda yönlendiren insan davranışının temel bir unsurudur. Bu kapsamda motivasyon, hem bilimsel hem de sanatsal bir bakış açısıyla ele alınabilecek çok yönlü bir olguya atıf yapar. Bu noktada bilimsel perspektif, motivasyonun temel mekanizmalarını açıklayan yapılandırılmış bir anlayış sunarken, sanatsal perspektif ise, bireylerin yaratıcılık, öznel deneyimler ve kişisel değerlerle zenginleştirilen yöntemlerini ifade eder. Burada "sanatsal" terimi ise, motivasyonun bireysel ve yaratıcı yönlerine odaklanarak, insanların hayal gücünü, görselleştirme becerilerini ve kişisel hikâyelerini nasıl etkili bir şekilde kullanabileceğini anlamaya yönelik bir yaklaşımı temsil etmekte ve bu bakımdan motivasyonun sadece biyolojik veya psikolojik bir süreç olmadığını, aynı zamanda kişisel ilgi ve deneyimlerle şekillenen yaratıcı bir sanatı andırdığını vurgulamaktadır. Bu kapsamda makale temelde motivasyonun bilimsel ve sanatsal veçhelerini izah ve temellendirmeye yönelik olarak hazırlanmıştır. Nitekim bu bağlamda çalışmada bir taraftan "nörotransmitterler" ve "ödül yolları" gibi motivasyonunun açıklanmasına yönelik olarak gerçekleştirilen biyoloji kökenli temellendirmelerden, diğer taraftan da "öz belirleme teorisi" ve "hedef belirleme teorisi" gibi psikolojik yaklaşımlardan bahisle yapısal olarak motivasyonun bilimsel veçhesi detaylandırılmaya gayret edilecektir. Bununla birlikte motivasyonun sanat veçhesi bağlamında ise, motivasyonun kişinin amacını bulma, görselleştirme ve alışkanlık oluşturma gibi kişisel stratejileri kapsayan pratik hususiyetlerine yönelik izahatler yapılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Otonomi, Yeterlilik, Kişisel Stratejiler, Hedeflere Ulaşma, İçsel Dürtü

THE SCIENTIFIC AND ARTISTIC ASPECTS OF MOTIVATION

Abstract

Motivation is a fundamental aspect of human behavior that directs individuals toward achieving their goals. In this context, motivation refers to a multifaceted phenomenon that can be examined from both scientific and artistic perspectives. From a scientific standpoint, it provides a structured understanding of the core mechanisms underlying motivation. Meanwhile, the artistic perspective highlights methods enriched by creativity, subjective experiences, and

¹ muratsengoz74@gmail.com, Bağımsız Araştırmacı. ORCID: 0000-0001-6597-0161

personal values. The term "artistic," in this sense, focuses on the individual and creative aspects of motivation, representing an approach aimed at understanding how people effectively utilize their imagination, visualization skills, and personal narratives. This perspective emphasizes that motivation is not merely a biological or psychological process but also resembles a form of creative art shaped by personal interests and experiences. This article is thus primarily prepared to explain and substantiate the scientific and artistic dimensions of motivation. To this end, the study aims to detail the scientific aspects of motivation by addressing biological foundations, such as "neurotransmitters" and "reward pathways," as well as psychological approaches, including "self-determination theory" and "goal-setting theory." In this context, regarding the artistic aspect of motivation, explanations will be provided on the practical characteristics of motivation related to personal strategies, such as finding one's purpose, visualization, and habit formation.

Keywords: Autonomy, Competence, Personal Strategies, Achieving Goals, Inner Drive

1. Giriş

Motivasyon, kişilerin iç dünyasındaki görünmez motor gibi işlev görür; onu harekete geçirir, yönlendirir ve yolda kalmasını sağlar. Hayallerden gerçeğe uzanan yolculukta, bazen güçlü bir iç ses, bazen de dış dünyadan gelen bir teşvik olarak belirir. İnsanlar neden harekete geçer? Ne zaman durur? Ya da bir hedefe doğru ilerlerken nasıl direnç gösterir? İşte motivasyon, tüm bu soruların ardındaki yanıtların merkezinde yer alır. Motivasyonun bu hususiyeti sadece yaşamın günlük meşguliyetlerinde değil, yaşamın derin katmanlarında kişisel gelişimde, mesleki başarıda, hatta mutluluğun temel taşlarında kendini hissettirir. Bu bakımdan motivasyonun gizemli ve etkili doğasını anlamak, bireylerin hayatlarına yön veren bu dinamiği çözmek için büyüleyici bir anahtar sunar. Fakat bu güç, yalnızca tek bir pencereden bakılarak anlaşılabilir; onun biyolojik, psikolojik ve sosyal bağlamlarının yanı sıra yaratıcı ve kişisel boyutlarının da keşfedilmesine ihtiyaç gösterir. Başka bir deyişle, motivasyonun tüm bileşenleriyle anlaşılması, hem bilimsel teorilerden hem de yaşamın sanatsal dokusundan istifade edilmesini icap ettirir. Çünkü motivasyon, bir yanıla insan beyninin derinliklerinde işleyen karmaşık nörolojik devrelerle, diğer yanıla da hayal gücünün cesur kanatlarıyla ilgilidir. Tüm bunlar, başarıya giden yolda kişinin sadece "ne yaptığının" değil, "neden yaptığının" anlaşılması noktasında da paha biçilmez bir yol haritası sunar.

Nitekim hususiyetle motivasyon, bireylerin belirli bir hedefe ulaşmak için davranışlarını başlatan, yönlendiren ve sürdüren içsel bir güç olarak tanımlanır. Bu kavram kuşkusuz bireylerin karar alma süreçlerini şekillendiren, karşılaşılan zorluklara karşı direnci artıran ve

uzun vadeli hedeflere ulaşma sürecinde bireylere destek sağlayan kritik bir rol üstlenir. Sadece günlük yaşam rutinlerinde değil, aynı zamanda kişisel gelişim, eğitimde başarı, işyeri verimliliği ve genel refah gibi farklı alanlarda motivasyonun etkisi belirgin bir şekilde hissedilir. Bu kapsamda motivasyon olgusunun incelenmesi, bireylerin bir çabayı neden başlattığını, nasıl sürdürdüğünü veya neden sonlandırdığını anlamaya yönelik değerli içgörüler sunar. Bu nedenle motivasyon, bireyin yaşamında kısa ve uzun vadeli kazanımları şekillendiren temel bir unsurdur.

Bu bağlamda motivasyon olgusunun mümkün olduğu ölçüde geniş bileşen ve veçheleriyle birlikte kapsamlı bir şekilde anlaşılması kuşkusuz bilimsel teoriler ile pratik ve sanatsal stratejileri birleştiren çok yönlü bir yaklaşıma müracaat edilmesini lüzumlu kılar. Bu noktada bilimsel teoriler, nörotransmitterler, ödül yolları ve psikolojik süreçler gibi motivasyonun temel mekanizmalarını incelemek için yapılandırılmış bir çerçeve sağlar. Öte yandan, pratik ve sanatsal stratejiler ise, günlük yaşamda motivasyonu sürdürmek ve artırmak için kişiselleştirilmiş araçlar ve teknikler sunar.

Motivasyon, genel olarak içsel (intrinsik) ve dışsal (ekstrinsik) olmak üzere iki ana kategoriye ayrılabilir. İçsel motivasyon, bireyin içinde doğar ve bir etkinlikten duyulan kişisel memnuniyet ve zevkle beslenir (Jithu ve Karunakaran: 254-256). Bu tür motivasyon, kişinin temel değerleri ve tutkularıyla örtüşen faaliyetlere bağlılık ve derin bir tatmin duygusu ile karakterize edilir. Genellikle daha yüksek yaratıcılık, ısrar ve genel memnuniyet düzeylerine yol açar. Buna karşılık, dışsal motivasyon, ödüller, tanınma ya da olumsuz sonuçlardan kaçınma gibi dış faktörlerden kaynaklanır. Bu tür motivasyon, somut teşvikler ve dışsal onaylarla yönlendirilir ve özellikle ödüller çekici olduğunda davranışı harekete geçirmede etkili olabilir. Bu noktada motivasyon türleri mutlaka içsel ve dışsal motivasyonel güdülerin kaynaklarının ve doğasının anlaşılmasına yardımcı olur ve bu manada motivasyonun içsel ve dışsal bileşenlerinin anlaşılması motivasyonun bilim ve sanat veçhelerine de kapı aralar. Böylece hem bilimsel araştırmalardan hem de pratik uygulamalardan elde edilen içgörülerin bir araya getirilmesi, bireylerin benzersiz ihtiyaçlarına ve koşullarına göre uyarlanmış, sağlam ve sürdürülebilir bir motivasyon yaklaşımı geliştirmelerine olanak tanır.

İçsel motivasyon, bireyin içsel arzuları ve ilgi alanları tarafından yönlendirilen ve dış ödüller olmaksızın bile derin bir katılım ve sürekli çaba gerektiren bir etkinlikten doğar. Ryan ve Deci'ye (2000) göre, içsel motivasyon, doğası gereği keyifli veya tatmin edici olan etkinliklerle ilişkilidir. İçsel olarak motive olan bireyler, daha yüksek yaratıcılık, ısrar ve genel tatmin düzeyleri yaşamaya eğilimlidir. Bu tür motivasyon, kişisel gelişim ve uzun vadeli hedeflere

ulaşma açısından kritik öneme sahiptir, çünkü kişinin temel değerleri ve tutkularıyla uyumludur. Buna karşılık dışsal motivasyon ise, dışsal ödüller kazanmak veya olumsuz sonuçlardan kaçınmak amacıyla bir etkinliğe katılmayı içerir. Bu dışsal ödüller arasında para, tanınma, övgü, notlar veya diğer somut teşvikler yer alabilir. Deci, Koestner ve Ryan (1999), dışsal motivasyonun özellikle ödüller büyük ve çekici olduğunda davranışı etkili bir şekilde harekete geçirebileceğini vurgulamaktadır. Ancak, dışsal motivasyonlara aşırı bağımlılık, özellikle dışsal ödüller bir etkinliğin merkezine oturduğunda, içsel motivasyonu zayıflatabilir. "Aşırı gerekçelendirme etkisi" olarak bilinen bu olgu, zaten içsel olarak ödüllendirici bir etkinlik için aşırı dışsal ödüller verilmesinin, kişinin bu etkinliğe olan içsel ilgisini azaltabileceğini ne sürer.

Nitekim içsel ve dışsal motivasyonlar izole bir şekilde çalışmaz; aksine, dinamik bir etkileşim içinde olup, kişinin hedeflerine nasıl ulaşacağını etkiler. Bu iki motivasyon biçimi arasındaki etkileşim karmaşık olabilir. Örneğin, dışsal ödüller kısa vadede motivasyonu artırılabile de, uzun vadede içsel motivasyon üzerinde beklenmedik sonuçlar doğurabilir. Bu etkileşimi anlamak, sürdürülebilir motivasyon ve katılımı teşvik eden stratejiler geliştirmek açısından kritiktir.

Bu bağlamda son zamanlarda motivasyon üzerine yapılan araştırmalar temelde performans ve refahı en st düzeye çıkarmak için içsel ve dışsal motivasyonların nasıl dengelenip btnleştirebileceğini incelemektedir. Nitekim Deci ve Ryan tarafından geliştirilen z Belirleme Teorisi (SDT), içsel motivasyonu desteklemenin önemine vurgu yaparak, temel psikolojik ihtiyaçların karşılanmasının motivasyonu artırıacağını savunur: otonomi, yeterlilik ve ilişkililik. SDT'ye göre, bu ihtiyaçları destekleyen ortamlar hem içsel hem de dışsal motivasyonu artırıabilir ve böylece daha yüksek genel motivasyon ve daha iyi sonuçlar elde edilebilir (Ryan & Deci, 2000).

Bununla beraber motivasyonun teorik anlayışını gerçek dünya senaryolarına uygulamak, bilimsel bilgi ile pratik ve sanatsal stratejilerin bir karışımını gerektirir. Örneğin, eğitimciler, öğrencilerin yaşamlarına ilgi çekici, zorlayıcı ve anlamlı aktiviteler katarak içsel motivasyonu vurgulayan müfredatlar tasarlayabilirler. Benzer şekilde, işverenler, çalışanların içsel motivasyonunu artırmak için otonomi ve yeterlilik duygusu sağlayan çalışma ortamları yaratırken, aynı zamanda istenen davranışları tanımak ve pekiştirmek için uygun dışsal ödüller sunabilirler. Bu noktada hikaye anlatımı, hedef belirleme ve görselleştirme gibi sanatsal stratejiler, motivasyonu artırmak için güçlü araçlar olabilir. Hikaye anlatımı, bireyleri daha büyük anlatılar ve amaçlarla bağlayarak ilham verebilir. Hedef belirleme, amaçları

netleştirmeye ve bir başarı yol haritası sağlamaya yardımcı olurken, görselleştirme teknikleri, bireylerin zihinsel olarak başarıya hazırlanmalarını sağlayarak hedeflerine ulaşma motivasyonlarını artırabilir.

Yukarıda gerçekleştirilen izahatlar neticesinde denilebilir ki motivasyon, hem bilimsel hem de sanatsal bir bakış açısıyla birlikte ele alınması gereken çok yönlü bir olgudur. Nitekim motivasyon, insan davranışlarını şekillendiren ve başarılarını etkileyen çok yönlü pratiklere sahiptir. Bu noktada içsel ve dışsal motivasyonlar arasındaki karmaşık etkileşimin anlaşılması ve bu bilginin pratik ve sanatsal stratejilerle birleştirilerek, muhataplarının potansiyellerinin azami noktalara ulaşmasına destek verir. Bu bakımdan bilimsel perspektif, motivasyonun biyolojik, psikolojik ve sosyokültürel mekanizmalarını açıklayan yapılandırılmış bir anlayış sunarken, sanatsal perspektif ise bireylerin yaratıcılık, öznel deneyimler ve kişisel değerlerle zenginleştirilen yöntemlerine atıf yapar. Burada "sanatsal" terimi, bireylerin motivasyonlarını yönlendirmek için hayal gücünü, görselleştirme tekniklerini ve hikâye anlatımını nasıl kullandıklarına işaret eder. Nitekim motivasyonun temel bu iki veçhesinin birlikte ele alınması motivasyonun hem mekanik hem de yaratıcı doğasının anlaşılması için bir gerekliliktir.

2. Motivasyonun Bilimsel Veçhesi

Motivasyon, insan davranışlarını yönlendiren güçleri anlamak amacıyla biyolojik, psikolojik ve sosyokültürel boyutları bir araya getiren çok yönlü bir hususiyete sahiptir. Bu geniş yaklaşım, bireylerin neden ve nasıl belirli yollarla harekete geçtiğini etkileyen çeşitli faktörlerin karmaşık etkileşimini keşfetmeye olanak tanır. Biyolojik açıdan, motivasyon beynin nörokimyasal ve fizyolojik süreçlerine dayanır. Dopamin, serotonin ve norepinefrin gibi nörotransmitterler, haz, ödül ve uyarılma duygularını düzenlemede kritik roller oynar. Örneğin, dopamin salınımı genellikle ödüllerin ve hazların beklentisiyle ilişkilendirilirken, serotonin ruh hali ve duygusal düzenlemeyi etkiler. Nucleus accumbens ve prefrontal korteks gibi beyin yapılarının incelenmesi, motivasyonel dürtülerin hedef belirleme, karar verme ve özdenetim ile nasıl bağlantılı olduğunun anlaşılmasına yardımcı olur. Bu biyolojik temellerin anlaşılması, motivasyonel durumların fiziksel süreçlerden nasıl doğduğunun ve davranışları nasıl etkilediğinin çözülmesine katkı sağlar.

Motivasyonel süreçlerin bir başka biyolojik unsuru olan endorfinler, bireyin zorlu durumlar karşısında dayanıklılığını artıran önemli bir rol oynar. Egzersiz, stresle başa çıkma veya başarı deneyimi gibi durumlarda salgılanan endorfinler, ağrıyı azaltırken keyif ve rahatlama hissi yaratır. Bu süreç, bireyin zorlayıcı veya tekrarlayıcı görevleri sürdürmesi için içsel bir ödül mekanizması sağlar. Örneğin, düzenli fiziksel aktivite sırasında salgılanan endorfinler,

"runner's high" olarak bilinen bir memnuniyet hissine neden olur ve kişinin bu aktiviteyi devam ettirme motivasyonunu güçlendirir. Endorfinlerin yarattığı bu biyolojik destek, motivasyonel davranışların sürekliliğinde önemli bir unsurdur (Harber & Sutton, 2021: 215-230).

Psikolojik açıdan motivasyon ise, insan davranışlarının ardındaki içsel dürtüleri ve bilişsel süreçleri ele alan çeşitli teorilerle incelenir. Öz Belirleme Teorisi (Self-Determination Theory, SDT) gibi teoriler, bireyin otonomi, yeterlilik ve ilişki kurma gibi temel psikolojik ihtiyaçlarının nasıl karşılandığını ve bunun içsel motivasyonu nasıl etkilediğini inceler. SDT'ye göre, bu temel ihtiyaçların karşılanması, uzun vadeli katılım ve refah için kritik olan içsel motivasyonu artırır. Hedef Belirleme Teorisi ise motivasyonu ve performansı artırmak için spesifik, zorlayıcı hedefler koymanın önemini vurgular. Bu psikolojik teoriler, zihinsel durumların, inançların ve algıların motivasyon seviyelerini ve davranışsal sonuçları nasıl etkilediğine dair bir çerçeve sunar.

Sosyokültürel açıdan, motivasyon bireylerin içinde buldukları sosyal ve kültürel bağlam tarafından şekillendirilir. Sosyal öğrenme teorisi, gözlemsel öğrenme, sosyal normlar ve kültürel değerlerin motivasyonel süreçler üzerindeki etkisine dikkat çeker. Örneğin, kültürel beklentiler ve toplumsal normlar, bireyin belirli hedeflere ulaşma motivasyonunu ya güçlendirebilir ya da zayıflatabilir. Aile, arkadaşlar ve medya gibi sosyal etkiler, belirli davranışları ve tutumları pekiştirerek motivasyonel dürtülerin şekillenmesinde kritik bir rol oynar. Bu sosyokültürel boyutlarının incelenmesi, motivasyonun sadece kişisel bir deneyim olmadığını, aynı zamanda dış faktörler tarafından şekillenen bir sosyal yapı olduğunun anlaşılmasına yardımcı olur.

Motivasyonun Biyolojik Mekanizmaları kapsamında nörotransmitterleri içeren biyolojik mekanizmalar, davranışları motive etmede kritik bir rol oynar. Dopamin, beynin ödül sisteminin merkezi bir unsurudur ve ödüllere yol açan davranışları pekiştirerek motivasyonu artırır (Schultz, 2015). "Mezolimbiik yolak" olarak bilinen beynin ödül devresi, ödüllendirici uyarıcılara yanıt olarak aktif hale gelir ve pozitif sonuçlar sağlayan eylemlerin tekrarlanmasını teşvik eder. Bu yolak, ventral tegmental alan (VTA) ve nucleus accumbens gibi beyin bölgelerini içerir ve haz ve ödül işlemlerinde kritik öneme sahiptir (Schultz, 2015).

Bu noktada Abraham Maslow'un motivasyon teorisi, insan ihtiyaçlarını beş seviyede kategorize eden hiyerarşik bir çerçeve sunar: fizyolojik, güvenlik, sevgi/aidiyet, saygınlık ve kendini gerçekleştirme (Maslow, 1943). Maslow'a göre, bireyler temel ihtiyaçlarını karşılamadan daha yüksek seviyedeki ihtiyaçlara yönelmezler. Bu ilerleme, davranışları etkiler ve kişisel gelişimi yönlendirir. Örneğin, gıda ve su gibi fizyolojik ihtiyaçlar karşılanmadan, güvenlik ihtiyaçlarına

odaklanılamaz; bu sıralama en üst seviyede, bireylerin en yüksek potansiyellerini gerçekleştirmeye çalıştığı kendini gerçekleştirme seviyesine kadar devam eder.

Diğer taraftan Deci ve Ryan (2000) tarafından geliştirilen Öz Belirleme Teorisi (Self-Determination Theory, SDT), içsel motivasyonu artırmada otonomi, yeterlilik ve ilişki kurmanın önemini vurgular. Otonomi, bireyin kendi eylemleri üzerinde kontrol hissi; yeterlilik, bireyin kendi yeteneklerine olan inancı; ilişki kurma ise başkalarıyla bağlantı hissi anlamına gelir. Bu üç ihtiyaç karşılandığında, bireyler daha yüksek düzeyde içsel motivasyon yaşarlar (Deci & Ryan, 2000). SDT, bu ihtiyaçları destekleyen ortamların içsel motivasyonu artırdığını ve bunun da daha büyük katılım ve refaha yol açtığını öne sürer.

Nitekim Locke ve Latham (2002) tarafından geliştirilen Hedef Belirleme Teorisi, net ve zorlayıcı hedeflerin geri bildirimle birleştirilmesinin motivasyon ve performansı artırdığını öne sürer. Spesifik ve zor hedefler, belirsiz veya kolay hedeflere göre daha yüksek motivasyon ve daha iyi sonuçlar sağlar. Bu teori, hedef netliği ve geri bildirim motivasyonu sürdürmede oynadığı rolün önemini vurgular (Locke & Latham, 2002). Hedefler, yön ve odak sağlarken, geri bildirim bireylerin çabalarını ve stratejilerini ayarlayarak yol haritalarında kalmalarına yardımcı olur.

Motivasyona dair bilimsel perspektifi anlamak, biyolojik, psikolojik ve sosyokültürel boyutların keşfini gerektirir. Dopaminle yönlendirilen ödül sistemi gibi biyolojik mekanizmalar, motivasyonel süreçler için bir temel oluşturur. Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisi, Öz Belirleme Teorisi ve Hedef Belirleme Teorisi gibi psikolojik teoriler, motivasyona katkıda bulunan çeşitli faktörleri anlamamıza yardımcı olur. Bu içgörüler bir araya gelerek, insan davranışlarını neyin yönlendirdiğine dair kapsamlı bir bakış sunar ve motivasyonun farklı stratejiler ve ortamlar aracılığıyla nasıl artırılabilceğine dair ipuçları verir.

3. Motivasyonun Sanat Veçhesi

Motivasyonun bilimsel veçhesi kapsamında biyolojik, psikolojik ve sosyokültürel perspektiflerin bütüncül bir şekilde anlaşılması, motivasyon olgusunun karmaşık dinamiklerinin ve insan davranışları üzerindeki etkilerinin açığa çıkarılması noktasında mutlaka dikkate alınması gereken hususiyetlere sahiptir. Ne var ki motivasyonun bilimsel boyutunun kendi içinde bütüncül bir biçimde anlaşılması kadar, motivasyonun beşeri ve sanat veçhesi ile birlikte dikkate alınması da kritik öneme sahiptir. Bu noktada bilimsel teoriler, motivasyonun yapılandırılmış ve deneysel bir anlayışını sunarken, sanatsal bakış açısı, bireylerin motivasyonlarını tetiklemek ve sürdürmek için kullandıkları kişisel ve yaratıcı stratejilere odaklanmaktadır. Bu sanatsal yaklaşım, motivasyonun sadece biyolojik veya psikolojik

mekanizmaların bir ürünü olmadığını, aynı zamanda bireyin benzersiz deneyimlerinden, değerlerinden ve hedeflerinden şekillenen derin bir beşeri ve öznel deneyim olduğunu kabul eder.

Motivasyon sanatı, bireysel tercihler ve bağlamlara uyum sağlayan çeşitli stratejileri kapsamaktadır. Bu stratejiler genellikle hedef belirleme, görselleştirme ve hikâye anlatımı gibi uygulamaları içermektedir. Örneğin, hedef belirleme, bireyin kişisel değerleri ve uzun vadeli vizyonuyla uyumlu, belirli ve anlamlı hedefler oluşturmasını içermektedir. Net ve ulaşılabilir hedefler belirleyerek bireyler, kendilerine bir amaç ve yön duygusu yaratmakta, bu da içsel motivasyonlarını ve bağlılıklarını artırmaktadır.

Görselleştirme, motivasyonu beslemede kullanılan güçlü bir sanatsal araçtır. Bu teknik, bireyin kendisini hedeflerine ulaşırken ve ilgili olumlu duyguları yaşarken zihinsel olarak canlandırmasını içermektedir. Görselleştirme, bireylerin engelleri aşmasına, özgüven inşa etmesine ve başarıya dair canlı bir zihinsel görüntü oluşturarak odaklanmalarını sürdürmelerine yardımcı olmaktadır. Bu yöntem, kişinin eylemlerini arzulanan sonuçlarla uyumlu hale getirmek için hayal gücünün gücünden yararlanarak, ödüllerin ve başarıların beklentisi aracılığıyla motivasyonu sürdürmektedir.

Hikâye anlatımı, motivasyonun sanatsal bakış açısında önemli bir rol oynamaktadır. Kişisel anlatılar ve ilham verici hikayeler, bireylerin hedeflerini daha büyük ve anlamlı bağlamlarla ilişkilendirmelerine yardımcı olarak bir bağlanma ve amaç duygusu sağlamaktadır. Hikâye anlatımı yoluyla bireyler, kendi deneyimlerinden veya başkalarının deneyimlerinden motivasyon, dayanıklılık ve ilham bulabilmektedirler. Kişisel mücadeleleri, zaferleri ve öğrenilen dersleri vurgulayan anlatılar, bireylerin kimliklerini ve hedeflerine olan bağlılıklarını pekiştirerek güçlü bir motivasyon kaynağı olabilmektedir.

Sanatsal bakış açısı, motivasyonun kişisel değerler, ilgi alanları ve duygusal durumlar tarafından etkilendiğini de kabul etmektedir. Bireyler, tutkularına ve değerlerine uygun etkinliklere katılarak, daha derin bir içsel motivasyon geliştirebilmektedirler. Bu kişiselleştirilmiş yaklaşım, motivasyonun bireyin benzersiz bağlamına ve hedeflerine dayandığı için, motivasyonu sürdürmede daha fazla esneklik ve uyum sağlamaktadır.

Bu bağlamda, motivasyona dair sanatsal bakış açısı, bilimsel teorilerin sunduğu yapılandırılmış anlayışı tamamlayan bireyselleştirilmiş, yaratıcı stratejilerin önemini vurgulamaktadır. Kişisel deneyimler, değerler ve hayal gücüne dayalı tekniklerin bir araya getirilmesiyle bireyler, motivasyonlarını tetiklemek ve sürdürmek için daha nüanslı ve etkili bir yaklaşım

geliştirebilmektedirler. Bu yaklaşım, yalnızca kişisel katılımı ve memnuniyeti artırmakla kalmaz, aynı zamanda uzun vadeli hedeflerin ve ideallerin gerçekleştirilmesine de destek sağlamaktadır.

Genel olarak motivasyon, karmaşık ve çok yönlü bir olgu olup, bilimsel anlayış ile sanatsal uygulamanın bir arada kullanılmasından fayda sağlamaktadır. Bilimsel teoriler, motivasyonun nasıl çalıştığının anlaşılmasını sağlayan değerli içgörüler sunmaktadır. Bu teoriler kişilerin biyolojik, psikolojik ve sosyokültürel faktörlerin hedeflere ulaşma yönündeki dürtülerini nasıl şekillendirdiğini açıklamaktadır. Örneğin, dopaminin ödüllendirici davranışları pekiştirmedeki rolünü anlamak, bireylerin olumlu eylemleri teşvik edecek ortamları yapılandırmalarına yardımcı olmaktadır. Ayrıca, otonomi, yeterlilik ve ilişkilene gibi kavramlar, bireylerin faaliyetlerini içsel motivasyonlarıyla uyumlu hale getirebilmelerine rehberlik edebilmektedir (Ryan & Deci, 2000).

Öte yandan, sanatsal bakış açısı, bu bilimsel çerçeveyi zenginleştirerek bireysel deneyimlere ve tercihlere hitap eden kişisel stratejiler sunmaktadır. Bu yaklaşım, kişinin daha derin bir amacını anlamının önemini, görselleştirme ve olumlama gibi teknikleri kullanmayı, etkili alışkanlıklar geliştirmeyi, engelleri dirençle aşmayı ve olumlu bir çevreyle kendini çevrelemeyi vurgulamaktadır. Simon Sinek'in "Neden ile Başla" konsepti, bireylerin eylemlerini anlamlı bir amaçla ilişkilendirmelerini teşvik ederek, kişisel değerlerle uyumlu çabalarla motivasyonu artırmaktadır (Sinek, 2009). Görselleştirme ve olumlu olumlama, hedeflere ulaşmayı kolaylaştıran bir psikolojik ortam yaratırken, James Clear'in "Atomik Alışkanlıklar"ı küçük, kademeli değişimlerle sürdürülebilir alışkanlıklar inşa etmenin önemini vurgulamaktadır (Clear, 2018). Carol Dweck'in gelişim zihniyeti üzerine yaptığı araştırmalar, engellerin üstesinden gelme stratejileri sunmakta, Mihaly Csikszentmihalyi'nin akış teorisi ise motivasyon için pozitif bir çevrenin önemini vurgulamaktadır (Dweck, 2006; Csikszentmihalyi, 1990).

Bu sanatsal stratejileri bilimsel ilkelerle birleştirerek, bireyler motivasyon konusunda daha bütüncül ve etkili bir yaklaşım geliştirebilmektedirler. Bu kapsamlı bakış açısı, motivasyonun mekanizmalarını anlamayı artırmakla kalmaz, aynı zamanda motivasyonu günlük hayatta sürdürebilmek ve uygulamak için pratik araçlar da sunmaktadır. Bilimsel içgörüler ile kişiselleştirilmiş, yaratıcı teknikleri bir araya getirerek, hem motivasyonun teorik hem de pratik yönlerine hitap eden daha sağlam ve sürdürülebilir hedef başarıları elde etme olanağı sunmaktadır.

Bu noktada bireylerin eylemlerinin arkasındaki derin amacı anlamaları, motivasyonu önemli ölçüde artırabilir. Simon Sinek'in "Neden ile Başla" kavramı, kişinin ne yaptığını, neden yaptığını bilmenin önemine vurgu yapmaktadır (Sinek, 2009). Bu, kişinin hedeflerini harekete geçiren temel nedenleri tespit etmesini ve içe dönük bir sorgulama yapmasını içerir. Bireyler eylemlerini anlamlı bir amaçla ilişkilendirdiklerinde, karşılaştıkları zorluklar karşısında motivasyonlarını ve dayanıklılıklarını koruma olasılıkları artmaktadır.

Misal görselleştirme ve pozitif olumlamalar, motivasyonu artırmak için güçlü araçlardır. Görselleştirme, kişinin hedeflerine ulaşmanın zihinsel bir görüntüsünü oluşturmayı içermekte ve hedefleri daha ulaşılabilir hissettirmektedir (Oettingen, 2014). Olumlu olumlamalar, yapıcı inanç ve tutumları pekiştirerek, hedefe ulaşmayı destekleyen bir zihniyet oluşturmaktadır. Bu teknikler birlikte, motivasyonu ve sebatı artıran psikolojik bir ortam yaratabilmektedir.

Nihayeti motivasyon kuvveti itibarıyla zamana bağlı olarak derecesi azalan veya yükselen bir hususiyete sahiptir, ancak bu noktada içselleştirilmiş ve sahiplenilmiş istidat ve alışkanlıklar müspet bir istikamet tayin eder. Bu bağlamda kişinin hedeflerine uygun bir rutin oluşturması, motivasyon seviyelerindeki dalgalanmalara rağmen tutarlı çaba göstermeyi mümkün kılabilir. James Clear'in "Atomik Alışkanlıklar"ı, küçük ve kademeli değişikliklerle etkili alışkanlıklar oluşturma konusunda önemli referanslar sunmaktadır (Clear, 2018). Küçük, yönetilebilir eylemlere odaklanarak bireyler, uzun vadeli hedefleri destekleyen alışkanlıklar geliştirebilirler.

Kuşkusuz hayatta kimi zorluklar ve geri dönüşler kaçınılmazdır, ancak bu sınamalara nasıl yanıt verildiği kişinin topyekün başarısını belirler. Bu kapsamda dayanıklılık geliştirmek, öz şefkat uygulamak ve gelişim zihniyetine sahip olmak, engelleri aşmak ve motive kalmak için temel stratejilerdir. Carol Dweck'in gelişim zihniyeti üzerine yaptığı araştırmalar, hayatta muhatap olunan, karşılaşılan ve maruz kalınan sınamaları aşılmaz engeller yerine büyüme fırsatları olarak görmenin önemini vurgulamaktadır (Dweck, 2006).

Motivasyon bahsinde çevre, motivasyon üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Bu noktada kişilerin bilinçli olarak kendilerini destekleyici, pozitif etkilerle muhatap kılmaları motivasyonlarının korunmasında kritik bir öneme sahiptir. Bu hususlar, ilişkileri beslemeyi, uygun bir çalışma ortamı yaratmayı ve motive edici içerikler tüketmeyi içermektedir. Nitekim bu noktada Mihaly Csikszentmihalyi'nin "akış" kavramı, tamamen bir etkinliğe odaklanma hali olan akışın, optimal motivasyon için etkileyici bir çevrenin önemini vurgulamaktadır (Csikszentmihalyi, 1990).

Bu bahiste münhasıran denilebilir ki motivasyonu etkili bir şekilde kullanmak için bilimsel ilkeleri sanatsal stratejilerle birleştirmek pek önemlidir. Bu kapsamlı yaklaşım, bireylerin sadece motivasyonun nasıl işlediğini anlamalarını sağlamakla kalmaz, aynı zamanda onu sürdürülebilmek için pratik teknikler uygulamalarını da sağlar. Bilimsel teoriler, motivasyonun nasıl çalıştığının anlaşılmasına olanak tanırken, bireylerin olumlu eylemleri teşvik edecek ortamları yapılandırmalarına yardımcı olur. Aynı zamanda, bireylerin içsel motivasyonlarıyla uyumlu etkinlikler ve hedefler seçmelerine rehberlik eder. Sanatsal stratejiler ise, bireylerin bilimsel içgörülerini uygulamak için pratik yollar sunar. Bu nedenle, bireyler motivasyonu sürdürülebilmek için kişisel bir yaklaşım geliştirebilirler.

4. Motivasyon Stratejilerinin Doğası ve Etkililiği Üzerine Tartışma

Motivasyon çalışmaları, hem bilimsel teoriye hem de pratik uygulamaya dayansa da, hâlâ aktif bir tartışma konusudur. Bu bağlamda motivasyonun en iyi şekilde bir araç olarak nasıl kullanılıp sürdürüleceğine dair farklı bakış açıları, en etkili stratejilerin ve bunların temel ilkelerinin ne olduğuna dair çelişkili görüşleri açığa çıkarmaktadır. Bu tartışmalar genelde, içsel motivasyon ile dışsal motivasyonun görece etkililiği, biyolojik faktörler ile psikolojik faktörlerin rolü ve yapılandırılmış bilimsel yaklaşımlar ile kişiselleştirilmiş sanatsal stratejiler arasındaki denge gibi birkaç anahtar konu etrafında çerçeveselenebilir.

Bu noktada motivasyon psikolojisindeki en temel tartışmalardan biri, içsel ve dışsal motivasyonun görece etkililiği üzerinedir. İçsel motivasyonun savunucuları, bu motivasyon türünün, içsel tatmin ve kişisel ilgi tarafından yönlendirildiği için en sürdürülebilir ve etkili motivasyon biçimi olduğunu iddia etmektedirler (Deci & Ryan, 2000). Bu kişiler, bireyler bir aktiviteye yalnızca kendi keyifleri için katıldıklarında, daha fazla azim, yaratıcılık ve genel bir iyi olma hali sergileme olasılığının daha yüksek olduğunu öne sürmektedirler. Bunun tam tersine dışsal motivasyonun destekçileri ise, özellikle iş yerleri ve eğitim kurumları gibi yapılandırılmış ortamlardaki pratik faydalarını vurgulamaktadır. Dışsal ödüllerin, para, statü ve tanınma gibi, davranışı etkili bir şekilde yönlendirebileceğini, özellikle de keyif vermeyen görevlerde etkili olabileceğini savunmaktadırlar (Deci, Koestner, & Ryan, 1999). Ancak, bu noktada konuya eleştirel yaklaşanlar dışsal ödüllere aşırı bağımlılığın içsel motivasyonu zayıflatabileceğini ve uzun vadeli katılım ve memnuniyette bir düşüşe neden olabileceğini belirtmektedir (Lepper, Greene, & Nisbett, 1973).

Bu bağlamda bir diğer tartışma konusu da, motivasyonu anlamada biyolojik ve psikolojik faktörlere verilen önemdir. Nörobiyolojik yaklaşımlar, motivasyonu artıran davranışları yönlendiren nörotransmitterler, özellikle dopaminin rolüne vurgu yapmaktadır. Bu yaklaşımlar,

beynin ödül sistemini anlamının motivasyonu artırmak için daha etkili stratejilere yol açabileceğini önermektedir (Schultz, 2015). Buna karşın, Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisi ve kendilik belirleme teorisi gibi psikolojik teoriler, psikolojik ihtiyaçların karşılanması, kişisel gelişim, otonomi ve sosyal bağlantıların önemine odaklanmaktadır. Biyolojik yaklaşıma yönelik eleştiriler ise genelde, insan motivasyonunun karmaşık doğasını basitleştirdiğini ve bilişsel ve duygusal faktörlerin kritik rolünü göz ardı ettiği noktasında birleşmektedir (Ryan & Deci, 2000).

Nitekim motivasyonla ilgili olarak gerçekleştirilen bilimsel yaklaşımlar ve sanatsal stratejiler ile alakalı tartışmalar temelde yapılandırılmış bilimsel yaklaşımlar ile kişiselleştirilmiş sanatsal stratejiler arasındaki ilişki veya dengeye atıf yapmaktadır. Bu kapsamda bilimsel motivasyon yaklaşımları, ampirik araştırmalara dayalı olarak, motivasyonel mekanizmaların sistematik bir anlayışını sağlamakta ve motivasyonu artırmak için kanıta dayalı stratejiler sunmaktadır (Locke & Latham, 2002). Bu yaklaşımlar, net hedeflerin, geri bildirim ve yapılandırılmış ortamların önemini vurgulamaktadır. Öte yandan, sanatsal stratejiler, kişisel deneyimlerin, yaratıcılığın ve motivasyona yönelik bireyselleştirilmiş yaklaşımların önemini vurgulamaktadır. Görselleştirme, olumlama ve alışkanlık geliştirme gibi teknikler, bireyin benzersiz bağlamına ve tercihlerine uyacak şekilde tasarlanmıştır (Clear, 2018; Oettingen, 2014). Destekleyenler, bu kişiselleştirilmiş stratejilerin bireysel motivasyonun inceliklerine daha uyumlu ve duyarlı olduğunu savunmaktadır. Tamamen bilimsel yaklaşımların eleştirmenleri ise, bu yaklaşımların fazla katı olabileceğini ve insan deneyimlerinin değişkenliğini hesaba katmadığını belirtmektedir. Buna karşın, sanatsal stratejilerin eleştirmenleri, ampirik araştırmaya dayanmayan bu yaklaşımların geniş bir uygulama için gereken güvenilirlik ve tutarlılıktan yoksun olabileceğini ileri sürmektedir.

Motivasyon stratejilerinin doğası ve etkililiği üzerindeki tartışma, insan motivasyonunun karmaşıklığını ortaya koymaktadır. İçsel ve dışsal motivasyonlar, farklı fayda ve zorluklar sunarken, her iki motivasyon türünü de entegre eden dengeli bir yaklaşımın en etkili olabileceği sonucuna varılabilir. Benzer şekilde, biyolojik ve psikolojik faktörler arasındaki etkileşimi anlamak, motivasyonun daha kapsamlı bir görüşünü sunabilir. Nitekim bu bahiste hususiyetle ifade edilebilir ki, bilimsel ve sanatsal stratejilerin bir araya getirilmesi, hem kanıta dayalı hem de kişiselleştirilmiş bir yaklaşım sağlayarak bireylerin çeşitli ihtiyaçlarına ve tercihlerine daha doğru bir biçimde hitap edebilir.

5. Sonuç

Motivasyon, bilimsel anlayış ve sanatsal uygulama arasındaki sinerji ile beslenen çok yönlü bir olgudur. Bilimsel teoriler, motivasyonun temel mekanizmalarını anlamak için yapılandırılmış bir çerçeve sunmakta ve davranışı yönlendiren biyolojik, psikolojik ve sosyokültürel faktörleri aydınlatmaktadır. Bu teoriler, motivasyonun nasıl işlediğine dair kanıta dayalı içgörüler sağlayarak, içsel ve dışsal motivatörlerin, hedef belirlemenin ve psikolojik ihtiyaçların karşılanmasının önemini vurgulamaktadır. Öte yandan, sanatsal stratejiler de bu bilimsel içgörülerini kişiselleştirilmiş ve pratik uygulamalar aracılığıyla hayata geçirmektedir. Derin bir amaç bulma, görselleştirme, olumlu olumlama ve alışkanlık oluşturma gibi teknikler, bireylerin motivasyon stratejilerini kendi benzersiz bağlamlarına ve tercihlerine göre uyarlamalarına olanak tanımaktadır. Bu stratejiler, motivasyonu sürdürme konusunda daha nuanslı ve uyumlu bir yaklaşım geliştirmekte, zorluklarla başa çıkma ve uzun vadeli çabaları sürdürme yeteneğini artırmaktadır. Bu bakımdan bütüncül olarak her iki perspektifte kuşkusuz motivasyon olgusu ile alakalı olarak çok değerli izahatlar yapmakta ve tatbik edilebilir müspet öneriler sunmaktadır.

Nitekim motivasyon, çok yönlü bir fenomen olarak hem bilimsel hem de sanatsal yaklaşımların birleşiminden büyük ölçüde fayda sağlamaktadır. Bu noktada bilimsel teoriler kuşkusuz, motivasyonun temel mekanizmalarının anlaşılması noktasında yapılandırılmış, analitik bir çerçeve sunar. Bu teoriler, insan davranışlarının ardındaki motivasyonel dinamikleri derinlemesine inceleyerek, kişiselleştirilmiş stratejilerin tasarımında sağlam bir temel oluşturur. Bu çerçeve, bireylerin hedeflerine yönelik daha bilinçli ve etkili yöntemler geliştirmesine yardımcı olurken, bilimsel içgörüler sayesinde motivasyonun sürdürülebilirliğini artırır. Bununla birlikte, sanatsal stratejilerin mümkün kıldığı esnekliği ve yaratıcılığı da, bilimsel içgörülerin gerçek dünya uygulamalarına taşınmasında önemli bir rol oynar. Bu bağlamda sanatsal yaklaşımlar, soyut teorileri somut, pratik ve bireye özgü yöntemlere dönüştürerek, motivasyon süreçlerini daha anlamlı hale getirir. Yaratıcılığın ve esnekliğin ön planda olduğu bu stratejiler, bireylerin kendi ihtiyaçlarına ve koşullarına uygun, kişiselleştirilmiş çözümler geliştirmesini sağlar ve aynı zamanda muhataplarının daha derin bir tatmin ve iyi olma halini teşvik eder. Bu bakımdan kat'iyetle denilebilir ki bilimsel anlayış ile sanatsal pratiklerin yarattığı sinerji motivasyon süreçlerinin hem sürdürülebilir hem de daha etkili kılınması noktasında mutlaka dikkate alınması gereken başarılı ve tatmin edici çözümlere atıf yapar.

Kaynakça

Clear, J. (2018). Atomic Habits: An Easy & Proven Way to Build Good Habits & Break Bad Ones. Avery.

Csikszentmihalyi, M. (1990). *Flow: The psychology of optimal experience*. Harper & Row.

Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2000). Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. *American Psychologist*, 55(1), 68-78.

Deci, E. L., Koestner, R., & Ryan, R. M. (1999). A meta-analytic review of experiments examining the effects of extrinsic rewards on intrinsic motivation. *Psychological Bulletin*, 125(6), 627-668.

Dweck, C. S. (2006). *Mindset: The new psychology of success*. Random House.

Harber, A., & Sutton, R. (2021). The role of endorphins in motivation and performance: Biological underpinnings of perseverance. *Journal of Behavioral Neuroscience*, 18(3), 215-230.

Jithu K. & Karunakaran N (2023). Effect of employee motivation techniques in Kerala: A case study of dinesh foods in Kannur. *J Manag Res Anal*, 10(4):254-256

Lepper, M. R., Greene, D., & Nisbett, R. E. (1973). Undermining children's intrinsic interest with extrinsic reward: A test of the "overjustification" hypothesis. *Journal of Personality and Social Psychology*, 28(1), 129-137.

Locke, E. A., & Latham, G. P. (2002). Building a Practically Useful Theory of Goal Setting and Task Motivation: A 35-Year Odyssey. *American Psychologist*, 57(9), 705-717.

Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370-396.

Oettingen, G. (2014). Rethinking positive thinking: Inside the new science of motivation. *Current*.

Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Intrinsic and extrinsic motivations: Classic definitions and new directions. *Contemporary Educational Psychology*, 25(1), 54-67.

Schultz, W. (2015). Neuronal Reward and Decision Signals: From Theories to Data. *Physiological Reviews*, 95(3), 853-951.

Sinek, S. (2009). *Start with Why: How Great Leaders Inspire Everyone to Take Action*. Portfolio.

SİLAH SANAYİ FİRMALARININ STRATEJİK YÖNELİMLERİ: BEYŞEHİR'DEKİ AKSA ARMS VE FRANCOLIN ARMS ÖRNEĞİ

Gökhan BAK² Emrah KILIÇ³ Alparslan BAK⁴

Özet

Bu çalışma, Beyşehir ilçesinde faaliyet gösteren ve ihracat yapan Aksa Arms ve Francolin Arms firmalarının misyon ve vizyon metinlerini içerik analizi yöntemiyle incelemektedir. Araştırma, firmaların stratejik yönelimlerini, sektördeki pozisyonlarını ve uluslararası pazarlarda nasıl konumlandıklarını anlamayı amaçlamaktadır. İçerik analizi yöntemi, her iki firmanın stratejik metinlerinde bulunan temaların, kodların ve ilişkilerin sistematik bir şekilde belirlenmesine olanak tanımaktadır. Çalışmada, MAXQDA yazılımı kullanılarak dijital içerik analizi gerçekleştirilmiş ve firmaların misyon ve vizyonlarında öne çıkan stratejik unsurlar detaylı bir şekilde ele alınmıştır.

Araştırmanın bulguları, her iki firmanın kalite ve güvenlik, yenilikçilik, müşteri odaklılık, küresel etki ve marka değeri gibi stratejik unsurlar açısından önemli benzerlikler taşıdığını göstermektedir. Bununla birlikte, Aksa Arms'ın savunma teknolojilerine ve mühendislik mükemmeliyetine odaklanırken, Francolin Arms'ın estetik tasarımlar ve çevre dostu üretim süreçlerine odaklandığı görülmüştür. Bu stratejik odaklar, firmaların sektördeki farklılaşma stratejilerinin temelini oluşturmaktadır. Ayrıca, her iki firma da küresel pazarlarda tanınırlık sağlama ve rekabetçi fiyatlarla kaliteli ürünler sunma hedeflerine vurgu yapmaktadır.

Araştırma, Beyşehir ilçesindeki silah sanayi firmalarının sektördeki stratejik kararlarını şekillendiren temel unsurları ortaya koyarak, Türkiye'nin silah sanayi sektörünün uluslararası rekabet gücünü artırmaya yönelik stratejik öneriler sunmaktadır. Çalışma, savunma sanayi firmalarının misyon ve vizyonlarının sektörel başarıya olan etkilerini anlamak için önemli bir katkı sağlamaktadır. Gelecekteki araştırmalar, daha geniş bir örneklem ile farklı stratejik belgelerin analiz edilmesi gerektiği ve bu belgelerin firmaların küresel pazarlardaki başarısını nasıl etkilediği üzerine yoğunlaşmalıdır.

Anahtar Kelimeler: Silah Sanayi, Stratejik Yönelim, İçerik Analizi, Aksa Arms, Francolin Arms

STRATEGIC ORIENTATIONS OF FIREARM INDUSTRY COMPANIES: THE CASE OF AKSA ARMS AND FRANCOLIN ARMS IN BEYŞEHİR

Abstract

² Dr., Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Maliye Anabilim Dalı, Doktora Öğrencisi, Kayseri-TÜRKİYE, gokhanbak2010@hotmail.com, ORCID: 0000-0003-4520-0930

³ Beykent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Yönetimi Yüksek Lisans Mezunu, İstanbul-TÜRKİYE, klcemrhl@gmail.com, ORCID : 0000-0001-9637-4979

⁴ Hitit Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İşletme Ana Bilim Dalı, İşletme Tezli Yüksek Lisans Programı Öğrencisi, Çorum-TÜRKİYE, joe_alp@hotmail.com, ORCID: 0000-0002-5499-5264

This study examines the mission and vision statements of Akxa Arms and Francolin Arms, which operate in the Beyşehir district and engage in export activities, using content analysis methodology. The research aims to understand the companies' strategic orientations, their positions in the industry, and how they are positioned in international markets. Content analysis allows for the systematic identification of themes, codes, and relationships within the strategic texts of both companies. The study employed MAXQDA software to perform digital content analysis, providing a detailed examination of the strategic elements highlighted in the companies' mission and vision statements.

The findings of the research reveal that both companies share significant similarities in strategic elements such as quality and security, innovation, customer orientation, global impact, and brand value. However, it was found that while Akxa Arms focuses on defense technologies and engineering excellence, Francolin Arms emphasizes aesthetic designs and eco-friendly production processes. These strategic foci form the foundation of the companies' differentiation strategies in the industry. Additionally, both companies emphasize the importance of achieving global recognition and offering high-quality products at competitive prices.

The study provides valuable insights into the key factors shaping strategic decisions of firearm industry companies in Beyşehir and offers strategic recommendations to enhance Turkey's competitiveness in the global firearms industry. The research contributes to understanding the impact of defense industry companies' mission and vision on their sectoral success. Future research should focus on analyzing a broader sample with different strategic documents to explore how these documents influence companies' success in global markets.

Keywords: Firearm Industry, Strategic Orientation, Content Analysis, Akxa Arms, Francolin Arms.

GİRİŞ

Dünya genelinde savunma sanayi, ülkelerin güvenlik ihtiyaçlarını karşılamak ve ulusal savunma kapasitelerini artırmak amacıyla kritik bir sektördür. Savunma sanayi, sadece askeri alanda değil, aynı zamanda teknolojik yenilikler, mühendislik mükemmeliyeti ve küresel ticaretin şekillendirilmesinde de önemli bir rol oynamaktadır. Bu sektörün içerisinde yer alan firmalar, yalnızca iç pazarları değil, aynı zamanda uluslararası pazarlarda da rekabet avantajı elde etmek için stratejik kararlar almak zorundadır. Bu noktada, firmaların misyon ve vizyonlarının sektördeki başarıları üzerindeki etkisi büyüktür. Bir firmanın misyonu, onun varlık amacını ve temel değerlerini belirlerken, vizyonu gelecekteki hedeflerini ve sektördeki konumunu nasıl inşa edeceğini ortaya koymaktadır. Dolayısıyla, bu iki kavram, firmanın uzun vadeli stratejik yönelimlerinin temel taşlarını oluşturmaktadır.

Türkiye'deki silah sanayi firmaları, dünya çapında birçok ülkeye savunma ve güvenlik çözümleri sunarak önemli bir pazar payına sahip olmuştur. Ancak bu alanda, her firmanın farklı stratejik hedeflere sahip olması, sektördeki çeşitliliği ve rekabeti de beraberinde getirmektedir. Beyşehir ilçesinde faaliyet gösteren Akxa Arms ve Francolin Arms gibi yerel firmalar, bu sektördeki küresel oyuncularla rekabet edebilmek için farklı stratejik yönelimler geliştirmişlerdir. Her iki firma da ihracat yaparak uluslararası pazarlarda kendilerine yer edinmeye çalışmaktadır. Ancak bu firmaların stratejik yönelimleri, yalnızca ürün odaklı değil, aynı zamanda marka kimliği, sürdürülebilirlik, yenilikçilik, müşteri memnuniyeti ve kurumsal sosyal sorumluluk gibi bir dizi faktöre dayanarak şekillenmektedir. Bu bağlamda, yerli firmaların sadece teknolojik gelişmelere odaklanmayıp, aynı zamanda çevresel ve toplumsal sorumluluklar çerçevesinde stratejik kararlar alması, küresel pazarlarda rekabetçi üstünlük sağlayabilmeleri için kritik bir öneme sahiptir.

Savunma sanayinde, özellikle silah ve teçhizat üretiminde piyasa yapısı tam rekabetten farklıdır. Üretim genellikle monopson (tek alıcı) veya bazen monopol-monopson koşullarında gerçekleşir, bu da piyasada etkinlik sağlamayı zorlaştırabilir ve üretim maliyetlerini artırabilir. Ayrıca, savunma sanayi ürünlerinin çoğu, güvenlik için yapılan yatırımlar nedeniyle gereksiz yere üretilip depolanabilir. Bu tür piyasa koşulları, küresel savunma sanayinde rekabeti şekillendiren önemli faktörlerdir. Türkiye gibi savunma sanayinde yer edinmeye çalışan ülkeler, yüksek sermaye, AR-GE ve stratejik yatırımlar yaparak bu kısıtlı pazarda yer almaya çalışmaktadırlar. Bununla birlikte, Türkiye'nin bu alandaki stratejik hedeflerinin sadece üretim kapasitesini artırmakla sınırlı kalmaması gerektiği vurgulanmalıdır; aynı zamanda endüstri politikaları, savunma işbirlikleri, teknoloji transferi ve dış politikada etkinlik stratejileriyle entegre edilmesi gerekmektedir. Dünyada savunma sanayi üretiminin büyük bölümü gelişmiş ülkelerde yoğunlaşmışken, Türkiye'nin bu alandaki stratejik hedefleri, yalnızca üretim kapasitesini artırmakla sınırlı kalmayıp, küresel pazarlarda rekabet edebilir bir oyuncu olma amacını taşımaktadır (Sezgin & Sezgin, 2018).

Bu bağlamda, Türkiye'nin savunma sanayinde küresel pazarda rekabetçi bir oyuncu olma hedefi, özellikle yerli üretim ve ihracat stratejilerinin güçlendirilmesi gerektiğini ortaya koymaktadır. Ancak, sadece yerli üretim kapasitesinin artırılması değil, aynı zamanda ileri teknolojilerdeki yatırımlar ve yenilikçi üretim tekniklerinin geliştirilmesi, Türkiye'nin bu alandaki rekabet gücünü artıracaktır. Gelişen teknoloji ve artan savunma harcamaları, Türkiye'nin bu alandaki potansiyelini artırmakta önemli bir faktördür.

Yapılan literatür taramasında silah sanayisi üzerinde birçok akademik çalışma yapıldığı görülmüştür. 2017 yılında yapılan bir araştırmada, küreselleşmenin savunma sanayi üzerindeki etkileri incelenmiştir. 2000-2009 yıllarında savunma harcamaları %49 artarken, kriz sonrası harcamaların 2015'te 1.7 trilyon dolara yükseldiği belirtilmiştir. Küreselleşme ile ulusal savunma endüstrisinin ulusötesi ilişkilerle bağımlılığı artırdığı ve Amerikan hegemonyasını pekiştirdiği ifade edilmiştir. Çalışma, savunma sanayinin gelişimini ve büyük savunma şirketlerinin durumunu SIPRI verileri üzerinden analiz etmiştir (Şişman, 2017). Bu çalışma, özellikle gelişmekte olan ülkelerin savunma sanayindeki yerini belirlemeye yönelik önemli bir perspektif sunmaktadır. Küreselleşme ve uluslararası ilişkilerin etkisiyle, Türkiye'nin savunma sanayi stratejileri de dış politika, jeopolitik konum ve uluslararası güvenlik dinamikleriyle uyumlu hale gelmelidir.

2018 yılında gerçekleştirilen bir çalışmada, sosyal devletlerin temel görevlerinden birinin ulus bütünlüğünü korumak ve ülke güvenliğini sağlamak olduğu belirtilmiştir. Devletlerin tehlikelere karşı savunma stratejileri oluşturup, bu doğrultuda savunma mekanizmaları geliştirdikleri ifade edilmiştir. Türkiye'de, savunma hizmetlerinin tam kamusal mal niteliğinde olması nedeniyle, 1980 öncesi dönemde dışa bağımlılığın söz konusu olduğu, ancak 1980 yılından itibaren bu bağımlılıktan yavaşça uzaklaşıldığı vurgulanmıştır. Çalışmada, Türkiye'nin savunma sanayi sektörü kapsamlı bir şekilde incelenmiş, sektördeki değişiklikler, araştırma-geliştirme faaliyetleri ve savunma sanayi harcama rakamları açıklanmış, ayrıca savunma harcamalarının ekonomi üzerindeki pozitif ve negatif etkileri değerlendirilmiştir (Baran, 2018). Bu bağlamda, Türkiye'nin savunma sanayisindeki dışa bağımlılığının azalması, yerli üretimin artırılması ve yeni teknolojilerin geliştirilmesi stratejik öncelikler arasında öne çıkmaktadır.

Yapılan bir çalışmada, savunma sanayinin dünyadaki gelişimi ve Türkiye'deki ilerlemeler incelenmiştir. Savunma sanayinde genellikle tam rekabet koşullarının geçerli olmadığı ve monopson ya da monopol-monopson durumlarının yaygın olduğu ifade edilmiştir. Bu yapılar, etkinliği zorlaştırırken, ülkelerin güvenlik ihtiyaçları da bu sektörü stratejik hale getirmektedir. Dünya savunma sanayisi büyük ölçüde gelişmiş ülkeler tarafından domine edilmekte, özellikle ABD bu alanda önemli bir yere sahiptir. Ancak Türkiye gibi gelişmekte olan ülkeler, savunma

sanayiinde yer edinmeye çalışmakta ve yapılan yatırımlarla gelecekte önemli bir konumda olma potansiyeline sahip olduğu vurgulanmıştır (Sezgin & Sezgin,2018).

2022 yılında yapılan bir çalışmada, Türkiye’deki BİST İstanbul’da işlem gören savunma sanayi şirketleri ile Defense 100 listesindeki şirketlerin bilanço ve gelir tablosu gelişmeleri, 2015-2020 dönemi üzerinden trend analiziyle incelenmiştir. Çalışma, Türk savunma sanayi şirketlerinin satışlar ve karlılık açısından Defense 100 şirketlerine göre daha iyi performans gösterdiğini, ancak borçluluk oranlarının daha yüksek olduğunu ortaya koymuştur. Bu çalışma, iki grup arasındaki mali tablo karşılaştırmasını içeren ilk analiz olup, literatüre önemli bir katkı sağladığı görülmüştür (Demir, 2022). Bu çalışma, Türk savunma sanayinin küresel rakipleriyle karşılaştırıldığında daha fazla finansal sürdürülebilirlik sağlamak için potansiyel stratejik iyileştirmelere olan ihtiyacı da ortaya koymaktadır.

2023 yılında yapılan bir çalışmada, savunma harcamalarının, devletlerin güvenlik ve caydırıcılık stratejileri açısından kritik bir öneme sahip olduğu ifade edilmiştir. Savunma sanayisinin, hem ulusal güvenliği sağlamak hem de teknoloji geliştirme ve ihracat açısından stratejik bir sektör olarak değerlendirilmesi gerektiği vurgulanmıştır. Türkiye’de savunma sanayinin, özellikle son yıllarda önemli gelişmeler kaydettiği ve bu gelişmelerin ekonomik etkilerinin analiz edildiği belirtilmiştir (Küçükoğlu, 2023). Bu bağlamda, Türkiye’nin savunma sanayisindeki ilerlemeler yalnızca askeri güvenliği değil, aynı zamanda teknoloji transferi, dış ticaret dengesi ve uluslararası ilişkiler üzerindeki olumlu etkileriyle de önemli bir stratejik katkı sağlamaktadır.

Yapılan literatür taramasında, silah sanayi üzerine akademik çalışmaların yanı sıra birçok firmanın, işletmenin, üniversitelerin misyon ve vizyon metinlerinin incelendiği akademik çalışmalara rastlanmıştır. 2015 yılında gerçekleştirilen bir araştırmada, Türkiye’deki ikinci 500 büyük şirketin misyon ve vizyon ifadelerinde yenilikçilik, başarı, rekabetçilik ve proaktiflik gibi girişimcilik özelliklerinin vurgulandığı görülmüştür. Ayrıca, sektörler arası girişimcilik özelliklerinde farklılıklar tespit edilmiştir (İnce, 2015). Özellikle savunma sanayindeki firmaların misyon ve vizyon ifadelerinin yalnızca ürün değil, aynı zamanda ulusal güvenlik ve stratejik bağımsızlık hedefleri doğrultusunda şekillenmesi, sektörün geleceği açısından kritik öneme sahiptir.

2023 yılında yapılan bir araştırmada, misyon farklılaşmasına sahip pilot üniversitelerin, yenilikçi yaklaşımlar doğrultusunda misyon ve vizyon ifadelerini nasıl oluşturdukları incelenmiştir. Araştırma, nitel bir desenle gerçekleştirilmiş ve 5 stratejik plan ile 25 akademisyenin görüşleri analiz edilmiştir. Sonuçlara göre, misyon ifadelerinde “insan yetiştirme” ve “bölgesel kalkınma” gibi kavramlar öne çıkarken, vizyon ifadelerinde ise “yenilikçilik” ve “eğitim ve araştırmayı önceleme” vurgulanmıştır. Akademisyenler, misyon ifadelerinin “uygun” olduğunu belirtirken, vizyon ifadelerinin ise “geleceğe yönelik” olduğunu ifade etmişlerdir (Yücel & Çalık, 2023). Benzer şekilde, savunma sanayi firmalarının vizyonlarının sadece ulusal hedeflerle değil, aynı zamanda küresel rekabet ve uluslararası işbirlikleri ile uyumlu olması gerektiği vurgulanmalıdır.

2024 yılında yapılan bir çalışmada, modern kurumların misyon ve vizyon metinlerinin, kurumların kimliğini yansıttığı ve yönetim anlayışlarını ortaya koyduğu belirtilmiştir. Türkiye’deki üniversitelerin iletişim fakültelerinin misyon ve vizyon metinlerinin analizinde, benzer ve genel ifadeler kullanıldığı, metinlerin çoğunlukla sığ ve özensiz olduğu tespit edilmiştir. Bu durumun, yasal zorunluluklar nedeniyle oluştuğu ve kurumsallık ile güvenilirlik sorunlarına yol açtığı vurgulanmıştır (Altıntop & Altıntop, 2024). Bu bağlamda, savunma sanayi firmalarının misyon ve vizyon metinlerinin sadece yasal zorunlulukları yerine getiren formaliteler olmanın ötesine geçerek, uzun vadeli stratejik hedefleri, yenilikçi yaklaşımları ve küresel pazarlardaki rekabet stratejilerini net bir şekilde ortaya koyması gerektiği açıktır.

Firmaların misyon ve vizyon metinlerinin sadece birer formalite olarak değil, aynı zamanda uzun vadeli stratejik planlamaların ve hedeflerin birer yansıması olarak incelenmesi gerekmektedir. Stratejik yönelimler, bir firmanın sektördeki konumunu belirlerken, aynı zamanda ulusal ve küresel düzeydeki rekabet gücünü de doğrudan etkileyebilecek önemli faktörler arasında yer alır. Bu çalışma, özellikle savunma sanayi gibi stratejik öneme sahip sektörlerde, misyon ve vizyon metinlerinin yalnızca firma içi yönelimleri değil, aynı zamanda dış pazarlardaki rekabet avantajlarını nasıl şekillendirdiğini anlamaya yönelik bir analiz sunmaktadır. Bununla birlikte, bu analiz, Türkiye'nin savunma sanayi firmalarının küresel pazarlar için nasıl daha güçlü stratejik adımlar atabileceklerini de göstermeyi hedeflemektedir.

Bu çalışmanın amacı, Aksa Arms ve Francolin Arms firmalarının misyon ve vizyon metinlerini inceleyerek, her iki firmanın stratejik yönelimlerini anlamaktır. İçerik analizi yöntemi kullanılarak yapılan bu araştırma, firmaların misyon ve vizyonlarında öne çıkan temel stratejik unsurları, sektörle ve küresel pazarlarla ilişkili olarak ortaya koymayı hedeflemektedir. İçerik analizi, metinlerdeki gizli temaları, kodları ve ilişkileri sistematik bir şekilde çözümlenerek, firmaların sektördeki konumlarını ve rekabetçi stratejilerini daha derinlemesine anlamaya imkan tanımaktadır. Bu metodolojik yaklaşım, yalnızca metinlerin yüzeysel anlamlarını çözümlenerek kalmaz, aynı zamanda organizasyonların küresel rekabet ortamındaki konumlarını ve sektörle olan etkileşimlerini daha geniş bir çerçevede değerlendirmeyi de mümkün kılar.

Araştırma, Beyşehir ilçesindeki silah sanayi firmalarının sektördeki stratejik kararlarını şekillendiren unsurları incelemeye yönelik önemli bir katkı sağlamayı amaçlamaktadır. Ayrıca, bu çalışma, Türkiye'nin silah sanayi sektörünün küresel pazarlarda daha rekabetçi olabilmesi için potansiyel stratejik yönelimlere ışık tutmayı amaçlamaktadır. Bu noktada, yerli üretim stratejileri, inovasyon gücü ve sürdürülebilirlik gibi faktörler de stratejik kararların temel bileşenleri olarak öne çıkmaktadır. Bu bağlamda, çalışma, her iki firmanın misyon ve vizyonlarının sektörel başarıya etkilerini anlamak ve savunma sanayi firmalarının uluslararası rekabet gücünü artırmaya yönelik stratejik öneriler sunmak için kritik bir temel sunmaktadır. Bununla birlikte, çalışmanın bulguları, yalnızca belirli bir sektörün stratejik analizini sunmakla kalmayıp, genel olarak Türkiye'nin savunma sanayininin ulusal ve küresel düzeydeki rekabet gücünü artırmaya yönelik stratejik yol haritalarının çizilmesine de katkıda bulunacaktır.

Giriş bölümünde belirtildiği gibi, her firma farklı stratejik yaklaşımlar benimsemiş olup, bu farklılıkların sektördeki başarıları üzerinde doğrudan bir etkisi vardır. Bu farklılıkların, küresel pazarlarda nasıl avantaj yaratabileceği ve firmaların uluslararası alanda nasıl daha rekabetçi hale gelebileceği, çalışmanın ana hedeflerinden biridir. Bu nedenle, çalışmada odaklanılan temel sorular, her iki firmanın stratejik yönelimlerinin içerik analizi yöntemiyle ortaya konması ve bu stratejik yönelimlerin sektördeki küresel rekabet üzerindeki olası etkilerinin değerlendirilmesidir. Ayrıca, bu araştırma, savunma sanayi firmalarının misyon ve vizyonlarının sektörel başarıları üzerindeki etkilerini incelemeyi amaçlayan daha geniş çaplı bir çalışmanın da temelini atmaktadır. Firma stratejilerinin, misyon ve vizyon metinleri üzerinden nasıl şekillendiği ve küresel pazarlarla nasıl ilişkilendirildiği, bu çalışmanın ana eksenini oluşturan önemli bir araştırma sorusu olarak öne çıkmaktadır.

Sonuç olarak, bu çalışma, silah sanayi firmalarının küresel pazarlarda daha etkin bir şekilde rekabet edebilmesi için hangi stratejik unsurlara odaklanması gerektiğini ortaya koyacak ve Türkiye'nin silah sanayi sektörüne dair ulusal ve uluslararası düzeyde önemli politika önerileri geliştirilmesine katkıda bulunacaktır. Bu öneriler, firmaların sürdürülebilir büyüme sağlamak için gerekli olan inovasyon kapasitesini artırmaya yönelik stratejik kararlar da içerecektir. Bu öneriler, sektördeki firmaların rekabetçiliklerini artırmaya yönelik pratik stratejik kararların yanı sıra, Türkiye'nin savunma sanayininin uluslararası işbirlikleri ve pazar çeşitliliği stratejilerine dair daha geniş bir perspektif sunmayı hedefleyecektir.

1. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Bu çalışma, Beyşehir ilçesinde faaliyet gösteren ve ihracat yapan Aksa Arms ile Francolin Arms firmalarının misyon ve vizyon metinlerini incelemeyi amaçlamaktadır. İçerik analizi, metinlerdeki temaların, kodların ve ilişki yapıların sistematik bir şekilde incelenmesini sağlayarak nitel verilerin anlamlı biçimde değerlendirilmesine olanak tanır. Araştırma, MAXQDA programı kullanılarak içerik analizi yapılmasını hedeflemektedir. Çalışma, bu iki firmanın stratejik yönelimlerini ve rekabet avantajlarını derinlemesine incelemeyi amaçlamaktadır.

Araştırma deseni olarak, bu çalışma nitel bir yaklaşım benimsemiş ve içerik analizi yöntemiyle gerçekleştirilmiştir. İçerik analizi, metinlerin sistematik bir şekilde kodlanarak, metinlerdeki temaların, anahtar kelimelerin ve stratejik hedeflerin ortaya konmasını sağlar. Bu bağlamda, veriler MAXQDA yazılımı kullanılarak dijital ortamda analiz edilmiştir. Bu yazılım, metinlerdeki anahtar kelimeler ve temalar arasındaki ilişkileri ortaya koymak için güçlü bir araçtır. Çalışmanın amacı, her iki firmanın misyon ve vizyon metinlerinde yer alan stratejik unsurları belirlemek ve bu unsurların nasıl şekillendiğini anlamaktır.

Araştırmada, Beyşehir Ticaret ve Sanayi Odası'nın 2024 yılı ihracat verilerinden yararlanılarak oluşturulan 378 firmanın yer aldığı bir popülasyon üzerinden basit tesadüfi örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Bu yöntemle, sektördeki önemli firmalar arasında yer alan Aksa Arms ve Francolin Arms firmaları örneklem olarak seçilmiştir (Beyşehir Ticaret ve Sanayi Odası, 2024). Bu seçim, her iki firmanın Türkiye silah sanayi sektöründe ihracat konusunda öncü konumda olmaları ve sektördeki genel eğilimleri temsil etme potansiyelleri nedeniyle yapılmıştır. Araştırma, bu seçilen firmaların stratejik karar süreçlerini, rekabet avantajlarını ve sektördeki konumlarını derinlemesine analiz ederek, Beyşehir ilçesi ve Türkiye silah sanayi sektörü hakkında önemli bulgular sunmayı hedeflemektedir. Bu bağlamda, Aksa Arms ve Francolin Arms, Türkiye'nin silah sanayi sektöründeki yerini ve küresel pazardaki rekabet gücünü anlamak adına kritik örnekler teşkil etmektedir.

Aksa Arms, 30 yıllık bir deneyime sahip olup, üretimin yanı sıra yüksek kalite ve zamanında teslimatın da rekabet edebilmek için gerekli olduğuna inanmaktadır. Firma, yenilikçi yaklaşımı ve güçlü Ar-Ge çalışmalarıyla her yıl yaklaşık 50.000 av tüfeği üretmekte, müşteri taleplerine hızlı ve özgün çözümler sunmaktadır. Plastik ve çelik parçaları kendi bünyesinde üretebilen Aksa Arms, ürünlerinin %95'ini 50'den fazla ülkeye ihraç etmekte ve uluslararası kalite standartlarına uygun olarak sürekli büyümektedir (Aksa Arms, 2024). Bu stratejik yaklaşımlar, Aksa Arms'ın küresel ölçekteki başarısını ve sektördeki lider konumunu pekiştiren temel unsurlar arasında yer almaktadır.

Francolin Arms, 1996 yılından bu yana yüksek kaliteli av tüfekleri üreterek müşterilerine gururla hizmet vermektedir. Beyşehir'de küçük bir kasabada bulunan aile şirketi, 70 nitelikli çalışanıyla üretim yapmaktadır. Firma, üretim esnekliği ve tüm metal ile ahşap parçaların kendi bünyesinde üretilmesi sayesinde maliyetlerini düşürmekte ve pazar deneyimi ile rekabet avantajı sağlamaktadır. Ayrıca, doğrudan satış yapan kendi satış ekibi ve önemli hesap yönetimi yaklaşımıyla müşteri ilişkilerini güçlendirmekte, ana pazarları arasında ABD, Kanada, Avustralya, Almanya, Rusya, Ukrayna, Lübnan ve Türkiye bulunmaktadır (Francolin Arms, 2024). Francolin Arms'ın stratejik kararları, firmanın hem iç pazarındaki hem de uluslararası pazarlardaki güçlü konumunu sürdürmesine olanak tanımaktadır.

Veri toplama süreci, her iki firmanın misyon ve vizyon metinlerinin MAXQDA programına aktarılmasıyla başlamıştır. Bu metinler, her iki firmanın resmi web sitelerinden alınmıştır ve doğrudan firma yönetimlerinin stratejik yönelimlerini yansıtan belgeler olarak kabul edilmiştir. Bu metinler, her iki firmanın stratejik hedeflerini ve sektördeki yönelimlerini anlamak adına kritik öneme sahiptir. Toplanan veriler, içerik analizi yöntemiyle işlenmiş ve anahtar kelimeler

ile temalar belirlenmiştir. Bu analiz, hem Aksa Arms hem de Francolin Arms'ın stratejik yönelimlerini, rekabet avantajlarını ve sektördeki konumlarını derinlemesine inceleyerek, Türkiye silah sanayi sektörüyle ilgili önemli içgörüler sunmaktadır.

İçerik analizi süreci, metinlerin tematik bir şekilde kodlanarak, anahtar kelimelerin ve stratejik temaların sistematik bir şekilde sınıflandırılmasıyla başlamıştır. Her iki firmanın misyon ve vizyon metinleri, "yenilikçilik", "teknoloji", "güvenlik", "liderlik" gibi önemli kodlar altında incelenmiştir. Kodlama süreci, metinlerdeki temel stratejik hedeflerin belirlenmesini amaçlamaktadır. Kodlar arasında anlamlı ilişkiler kurulmuş ve bu ilişkiler MAXQDA yazılımının sunduğu araçlarla görselleştirilmiştir. Kod Yakınlık Haritası ve Kod Kesişim Haritası, bu ilişkilerin daha net anlaşılmasını sağlamıştır. Bu haritalar, belirlenen kodlar arasındaki yakınlıkları ve kesişim noktalarını inceleyerek, her iki firmanın stratejik hedeflerinin ne derece örtüştüğünü ortaya koymuştur.

Veri analizi, MAXQDA programının sunduğu çeşitli araçlarla yapılmıştır. Kod Yakınlık Haritası ve Kod Kesişim Haritası, farklı kodlar arasındaki ilişki ve yakınlıkları görsel olarak ortaya koymuş, her iki firmanın misyon ve vizyonlarındaki ortak temaları ve farklılıkları detaylı bir şekilde incelemiştir. Bu görselleştirmeler, araştırmacının veri setindeki ana temaları daha iyi anlamasına ve firmaların stratejik kararlarını daha net bir şekilde analiz etmesine yardımcı olmuştur.

Bu araştırmanın güvenilirliğini ve geçerliliğini artırmak amacıyla, MAXQDA yazılımında kullanılan kodlama doğruluğu ve yeniden kodlama süreçleri uygulanmıştır. Kodlar, ilk başta araştırmacı tarafından belirlenmiş ve ardından kodlama süreci tekrar gözden geçirilerek doğrulama yapılmıştır. Ayrıca, içerik analizinde çıkan temalar literatürle karşılaştırılmış, böylece bulguların geçerliliği ve güvenilirliği artırılmıştır.

Bu araştırma yalnızca Beyşehir ilçesinde ihracat yapan iki silah sanayi firmasıyla sınırlıdır. Ayrıca, yalnızca misyon ve vizyon metinlerinin analizi yapılmış, bu da çalışmanın odak noktasını daraltmıştır. Gelecekte, farklı firmalarla yapılan araştırmaların ve diğer stratejik belgelerin analiz edilmesi, daha kapsamlı bir değerlendirme sunabilir.

2. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Aksa Arms firmasının misyon ve vizyon metinlerine firmanın internet sayfasında yer alan hakkımızdaki bölümünden (Aksa Arms, 2024) erişim sağlanırken, Francolin Arms firmasının misyon ve vizyon metinlerine ise firmanın internet sayfasında 2024 yılı ürün kataloğu içeriğinden ulaşılmıştır (Francolin Arms, 2024).

Çalışmada yer alan temalar, ortak kodlar ve bu kodların mantıksal dayanağı Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1. Temalar, Ortak Kodlar ve Mantıksal Dayanağı

Tema	Kod	Aksa Arms Stratejisi	Francolin Arms Stratejisi	Mantıksal Dayanak
Kalite ve Güvenlik	Kalite ve Güvenlik	Ürünlerinde yüksek kalite ve güvenliği sağlamak. Dayanıklı, güvenli ürünler.	Dayanıklı ve güvenli av tüfekleri üretmek. Ürünlerinde yüksek güvenlik sağlama.	Hem Aksa Arms hem de Francolin Arms güvenlik ve dayanıklılığı ön planda tutar. Kalite, pazarda rekabet avantajı yaratır.
Müşteri Odaklılık	Müşteri Odaklılık	Müşteri memnuniyetini ön planda tutarak, müşterilerin taleplerine hızlı çözümler sunma.	Küresel pazarda müşteri memnuniyetini sağlamak, müşteri tercihlerine odaklanma.	Müşteri odaklılık, her iki firma için büyüme stratejisinin temelini oluşturur. Müşteri beklentilerine uygun çözüm

Tema	Kod	Aksa Arms Stratejisi	Francolin Arms Stratejisi	Mantıksal Dayanak
				üretme, sadık bir müşteri kitlesi oluşturur.
Yenilikçilik ve İnovasyon	Yenilikçilik ve İnovasyon	Sürekli yenilikçi çözümler ve teknolojik gelişmeleri takip ederek Ar-Ge'ye yatırım yapma.	Fonksiyonel ve estetik tasarımlarla yenilikçi ürünler geliştirme. Yenilikçi çözümler.	Hem Aksa Arms hem de Francolin Arms, sektördeki yenilikleri takip eder ve inovasyonu ürün geliştirme süreçlerine entegre eder. Teknolojik çözümler rekabet gücü yaratır.
Küresel Etki ve Tanınırlık	Küresel Etki ve Tanınırlık	Küresel çapta Türk savunma sanayisinin tanınmasını sağlamak ve uluslararası pazarda yer edinme.	Küresel pazarda tanınmak, dünya çapında müşteri kitlesine ulaşmak.	Küresel tanınırlık, her iki firma için uluslararası pazarlara açılmanın temel stratejisidir. Globalleşen pazarlar bu stratejiyi gerektirir.
Liderlik ve Rekabetçi Fiyatlandırma	Liderlik ve Rekabetçi Fiyatlandırma	Rekabetçi fiyatlarla kaliteli ürünler sunarak sektördeki lider konumunu sürdürme.	Küresel pazarda rekabetçi fiyatlarla kaliteli ürünler sunarak liderlik sağlama.	Her iki firma da rekabetçi fiyatlarla kaliteli ürün sunarak pazar paylarını artırmayı hedefler. Sektördeki liderlik, fiyat ve kalite dengesine dayanır.
Marka Değeri	Marka Değeri	Güçlü bir marka kimliği oluşturma ve sektördeki lider pozisyonu pekiştirme.	Küresel pazarda güçlü bir marka kimliği oluşturma ve marka değerini artırma.	Marka değeri, her iki firmanın sektördeki varlıklarını güçlendirir. Güçlü marka kimliği, müşteri güvenini ve sadakatini artırır.

Oluşturulan kodlar içerisinde sadece Aksa Arms'a ait kodlar ve mantıksal dayanakları Tablo 2'de gösterilmiştir.

Tablo 2. Aksa Arms'a Özgü Kodlar

Tema	Kod	Aksa Arms Stratejisi	Mantıksal Dayanak
Mükemmellik ve İleri Teknoloji	Mükemmellik ve Teknoloji	Sektördeki lider pozisyonda kalmak için ileri teknoloji ve kaliteyi birleştiren mühendislik.	Mükemmeliyetçi bir yaklaşım, teknolojiyi mükemmeliyetle entegre eder.
İleri Seviye Savunma Teknolojileri	Savunma Teknolojileri	Savunma sanayi alanındaki ileri teknolojilerle donatılmış ürünler geliştirme.	Savunma alanındaki teknolojik yenilikler ve mühendislik, güvenlik sağlamak için temel unsurlardır.

Sadece Francolin Arms'a ait kodlar ve mantıksal dayanağı Tablo 3'te verilmiştir.

Tablo 3. Francolin Arms'a Özgü Kodlar

Tema	Kod	Francolin Arms Stratejisi	Mantıksal Dayanak
Estetik ve Tasarım Odaklılık	Estetik ve Tasarım	Estetik açıdan çekici, ergonomik tasarımlar ile müşteri memnuniyetini artırma.	Estetik tasarımlar, hem işlevsel hem de görsel açıdan rekabet avantajı sağlar.
Çevre Dostu Üretim Teknolojisi	Çevre Dostu Teknoloji	Çevre dostu üretim süreçleri ve sürdürülebilir materyaller kullanma.	Çevre dostu üretim, uzun vadede sürdürülebilirlik ve çevresel sorumluluk anlamına gelir.

Aksa Arms ve Francolin Arms için oluşturulan ortak kodlar ile her firmaya ait özgü kodlar ve bu kodlara ait mantıksal dayanakları Tablo 4'te görülmektedir.

Tablo 4. Ortak Kodlar ve Firmaya Özgü Kodlar Tablosu

Tema	Kod	Aksa Arms Stratejisi	Francolin Arms Stratejisi
Kalite ve Güvenlik	Kalite ve Güvenlik	Ürünlerinde yüksek kalite ve güvenliği sağlamak. Dayanıklı, güvenli ürünler.	Dayanıklı ve güvenli ürünler üretme.
Müşteri Odaklılık	Müşteri Odaklılık	Müşteri memnuniyetini ön planda tutarak, müşterilerin taleplerine hızlı çözümler sunma.	Küresel pazarda müşteri memnuniyetini sağlamak, müşteri tercihlerine odaklanma.
Yenilikçilik ve İnovasyon	Yenilikçilik ve İnovasyon	Sürekli yenilikçi çözümler ve teknolojik gelişmeleri takip ederek Ar-Ge'ye yatırım yapma.	Fonksiyonel ve estetik tasarımlarla yenilikçi ürünler geliştirme.
Küresel Etki ve Tanınırlık	Küresel Etki ve Tanınırlık	Küresel çapta Türk savunma sanayisinin tanınmasını sağlamak ve uluslararası pazarda yer edinme.	Küresel pazarda tanınmak, dünya çapında müşteri kitlesine ulaşmak.
Liderlik ve Rekabetçi Fiyatlandırma	Liderlik ve Rekabetçi Fiyatlandırma	Rekabetçi fiyatlarla kaliteli ürünler sunarak sektördeki lider konumunu sürdürme.	Küresel pazarda rekabetçi fiyatlarla kaliteli ürünler sunarak liderlik sağlama.
Marka Değeri	Marka Değeri	Güçlü bir marka kimliği oluşturma ve sektördeki lider pozisyonu pekiştirme.	Küresel pazarda güçlü bir marka kimliği oluşturma ve marka değerini artırma.
Aksa Arms'a Özgü Kodlar	Mükemmellik ve Teknoloji	Sektördeki lider pozisyonda kalmak için ileri teknoloji ve kaliteyi birleştiren mühendislik.	-
	Savunma Teknolojileri	Savunma sanayi alanındaki ileri teknolojilerle donatılmış ürünler geliştirme.	-
Francolin Arms'a Özgü Kodlar	Estetik ve Tasarım	-	Estetik ve Tasarım: Estetik ve ergonomik tasarımlar.
	Çevre Dostu Teknoloji	-	Çevre Dostu Teknoloji: Çevre dostu üretim teknolojileri.

Kod yakınlık haritası ve kod kesişim haritası, özellikle işletme stratejileri, pazarlama analizleri ve ürün geliştirme süreçleri gibi alanlarda kullanılan önemli görselleştirme araçlarıdır. Bu haritalar, şirketlerin stratejik odaklarını ve anahtar temalarını daha derinlemesine analiz etmeyi

sağlayarak, rekabetçi avantajların nasıl şekillendiğini ve farklılaşmaların hangi alanlarda gerçekleştiğini anlamamıza yardımcı olur.

Kod Yakınlık Haritası, iki veya daha fazla organizasyon arasındaki stratejik temalar ve kavramlar arasındaki ilişkileri görsel olarak ortaya koyar. Bu harita, ortak ve farklı temaların, şirketlerin ürün geliştirme süreçleri ve stratejik yönelimleri ile nasıl örtüştüğünü veya ayrıldığını gösterir. Kod yakınlık haritası, genel bir izlenim sunarak şirketlerin pazardaki yerlerini nasıl belirlediklerini ve hangi stratejik unsurları önceliklendirdiklerini keşfetmemizi sağlar. Aksa Arms ve Francolin Arms örneğinde olduğu gibi, bu harita, her iki şirketin de kalite, müşteri odaklılık, küresel etki ve marka değeri gibi ortak önceliklere sahip olduğunu ancak bazı alanlarda (örneğin yenilikçilik ve çevre dostu üretim) farklılaştığını gösterir.

Kod Kesişim Haritası ise daha ayrıntılı bir analiz sunarak, şirketlerin stratejik temalarındaki örtüşmeler ve farklılıkları daha net bir şekilde görselleştirir. Bu harita, özellikle benzer stratejik hedeflere sahip iki veya daha fazla şirket arasındaki kesişim noktalarını ve ayrışmalarını belirleyerek, bu stratejilerin nasıl birbirini tamamladığını ya da farklılaştığını ortaya koyar. Kod kesişim haritası, hem ortak stratejik hedeflerin hem de her şirketin kendine özgü odaklandığı alanların derinlemesine bir şekilde incelenmesini sağlar. Örneğin, Aksa Arms ve Francolin Arms'ın kalite, güvenlik ve müşteri odaklılık gibi ortak temaları varken, estetik tasarım ve çevre dostu üretim gibi konularda farklılaşmaları, bu harita aracılığıyla daha net bir şekilde gözlemlenebilir.

Her iki harita türü, Aksa Arms ve Francolin Arms gibi şirketlerin stratejik yönelimlerini anlamak, birbirleriyle kıyaslamak ve sektördeki rekabet avantajlarını nasıl geliştirdiklerini görmek için güçlü araçlar sunar. Bu haritaların analizi, her iki şirketin sektördeki konumlarını, büyüme stratejilerini ve pazardaki rekabetçi üstünlüklerini daha iyi anlamamızı sağlar.

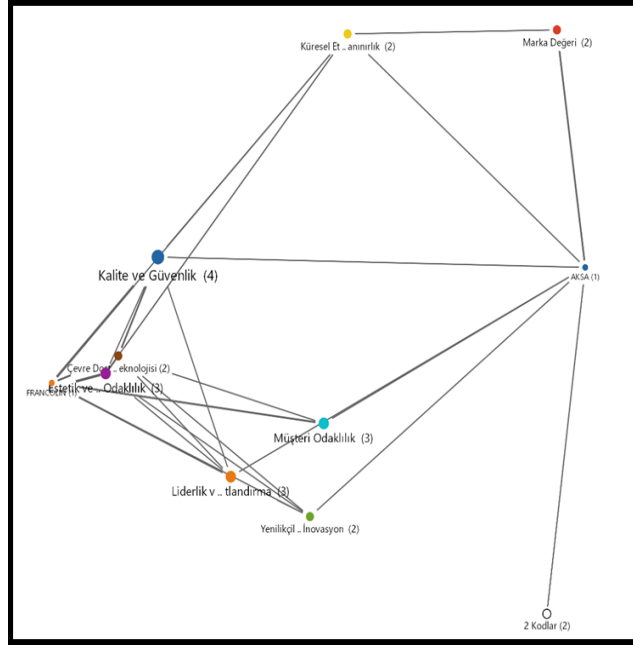
2.1. Kod Yakınlık/İlişki Haritası

Şekil 1'de Kod Yakınlık Haritası verilmiştir. Sunulan kod yakınlık haritası, Aksa Arms ve Francolin Arms şirketlerinin ürün ve hizmetleriyle ilgili anahtar kavramlar arasındaki ilişkileri görselleştirmektedir.

Kod ilişki haritasına göre en fazla diğer kodlarla en fazla ilişki içinde olan kodun kalite ve güvenlik olduğu görülmektedir. Bu görüntü, araştırılan kurumların faaliyet alanıyla örtüşmektedir. Kalite ve güvenlik ile en yakın ilişki içinde olan kodlar (yakınlık sırasına göre) çevre dostu üretim teknolojisi, estetik ve tasarım odaklılık, müşteri odaklılık, liderlik ve rekabetçi fiyatlandırma ile yenilikçilik ve inovasyon şeklindedir. Burada dikkat çeken detay, misyon ve vizyon metinleri içinde en fazla ilişki ağına sahip kod olan kalite ve güvenlik koduna Francolin firmasının daha yakın konumlanmasıdır. Francolin firmasının en yakın olduğu kod ise estetik ve tasarım odaklılık kodudur. Hemen arkasından çevre dostu üretim teknolojisi gelmektedir. Ayrıca müşteri odaklılık ile yenilikçilik ve inovasyon kodlarının da Francolin firmasına yakın olması, kurumun insani değerler ve çevre dostu üretim anlayışını ticari imaj anlayışının önünde tuttuğu ve/veya ticari imaj çalışmasını insani değerler ve çevre dostu üretim üzerine oluşturmaya çalıştığı şeklinde yorumlanmalıdır.

Diğer yandan Aksa firması yukarıda sıralanan kodlarla ilişki içinde olsa da nispeten uzakta kalmıştır. Aksa firmasının yakın ilişki içinde olduğu kodlar ise marka değeri, küresel etki ve tanınırlık, savunma teknolojileri ileri seviye ile mükemmellik ve ileri teknoloji olmuştur. Haritaya göre Aksa firması üretim kadar imajı da ön planda tutmaktadır. Aksa firmasının ilişki haritasına bakıldığında dikkat çeken en önemli detay ise Francolin firmasına göre daha dengeli bir ilişki ağı oluşturmasıdır. Ayrıca Aksa firmasının nispeten uzağında kalan kodlara kalite ve güvenlik, çevre dostu teknoloji ile estetik ve tasarım odaklılık kodlarının temsil ettiği eksiklikleri savunma teknolojileri ileri seviye ile mükemmellik ve ileri teknoloji kodlarıyla

ikame etmeye çalıştığı söylenebilir. Genel bir değerlendirme yapıldığında, Francolin firmasının daha insan ve çevre odaklı, Aksa firmasının daha ticari ve kurumsal bir yapılanmaya sahip olduğu görülmektedir.



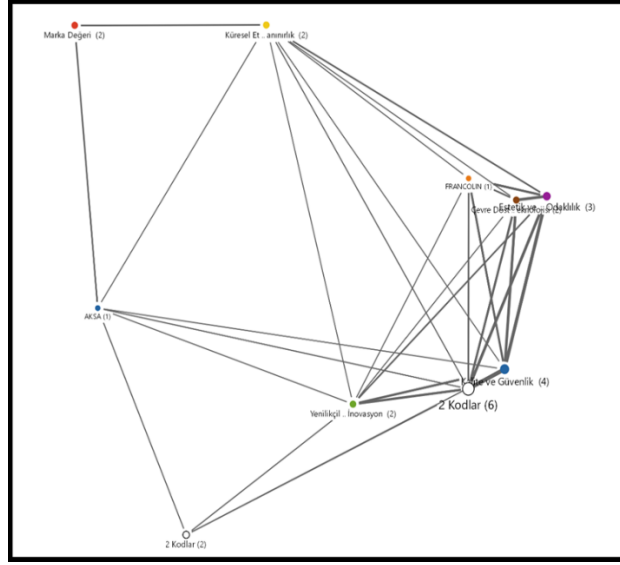
Şekil 1. Kod Yakınlık/İlişki Haritası

2.2. Kod Kesişim Haritası

Şekil 2'de yer alan Kod Kesişim Haritası, Aksa Arms ve Francolin Arms şirketlerinin stratejik yönelimlerini ve bu iki firmaya ait ürün ve hizmetler arasında bulunan kavramsal benzerlikler ile farklılıkları net bir biçimde ortaya koymaktadır. Harita, her iki şirketin savunma sanayisindeki faaliyet alanlarını ve stratejik hedeflerini yansıtırken, belirli alanlarda örtüşmeler ve diğer bazı noktalarda ise belirgin farklılıklar gözlemlenmektedir. Bu görsel analiz, Aksa Arms ve Francolin Arms arasındaki benzer stratejik yaklaşımları belirlemekle kalmayıp, aynı zamanda her iki şirketin kendilerine özgü rekabetçi avantajlar yaratma yöntemlerine dair önemli ipuçları sunmaktadır.

Kod kesişim haritasındaki etkileşim ağı tümüyle kod ilişki haritasını doğrular niteliktedir. Tüm alan içinde en fazla kesişimde bulunan kod kalite ve güvenlik olmuştur. Kalite ve güvenlik kodunun en fazla kesiştiği kodlar ise liderlik ve rekabetçi fiyatlandırma, müşteri odaklılık ile yenilikçilik ve inovasyon olmuştur. Bu durum sektöre yönelik önemli bir mesajdır ve kod ilişki haritasında olduğu gibi bu alanla en fazla kesişimde bulunan firma Francolin'dir. Francolin firmasının daha fazla kesiştiği diğer kodlar ise estetik ve tasarım odaklılık, çevre dostu teknoloji kodları olmuştur. Dolayısıyla Francolin firması insani değerlere daha fazla önem veren ve çevre dostu olan bir kurumsal firma imajı oluşturmaktadır.

Aksa firmasının kesişim ağı haritasına bakıldığında ise yine bir dengeden söz etmek mümkündür fakat marka değeri, küresel etkinlik ve tanınırlık, savunma teknolojileri ileri seviye ile mükemmellik ve ileri teknoloji kodlarıyla daha fazla kesişim göstermesi imajı öne çıkaran bir ticari anlayış ve kurumsal yapıya önem verdiği şeklinde yorumlanmalıdır. Dolayısıyla Aksa firmasının ticari faaliyetleri kapitalist sisteme yönelik daha radikal bir bağlılık içindedir.



Şekil 2. Kod Kesişim Haritası

MAXQDA programı kullanılarak yapılan kelime bulutu analizi, Şekil 3'te yer almakta olup, şirketin misyon ve vizyon ifadelerindeki anahtar kelimelerin frekans dağılımını detaylı bir şekilde ortaya koymaktadır. Bu analiz, kelimelerin en az iki kez geçtiği ve dolayısıyla stratejik açıdan önemli olan terimlerin öne çıktığı bir yöntemle gerçekleştirilmiştir. Bu sınırlama, yalnızca tekrar eden, yani belirgin bir stratejik anlam taşıyan ve şirketin hedeflerini, değerlerini veya yönelimlerini yansıtan anahtar kelimelere odaklanmayı sağlamaktadır. Elde edilen bulgular, şirketin misyon ve vizyon ifadelerinde belirli kavramların sıklıkla yer aldığını ve bu kavramların şirketin stratejik yönelimlerini nasıl şekillendirdiğini göstermektedir.

Analiz sonuçlarına göre, "en" ve "olmak" gibi terimlerin yüksek sıklıkla kullanılması, şirketin sektöründe liderlik pozisyonunu elde etme ve bu konumunu pekiştirme amacını açıkça ortaya koymaktadır. Bu kelimeler, şirketin stratejik vizyonunun merkezinde yer alan, üstünlük sağlama ve rekabetçi bir üstünlük elde etme arzusunu yansıtmaktadır. Ayrıca, "Arms" kelimesinin belirgin bir şekilde öne çıkması, şirketin faaliyet gösterdiği sektörün doğasını açıkça belirtmektedir. Savunma sanayine ait bu terimin sürekli olarak vurgulanması, şirketin bu alanda güçlü bir oyuncu olduğunu ve pazarın dinamiklerini şekillendirmeye yönelik bir strateji izlediğini göstermektedir.

Bir diğer önemli bulgu ise "sektöründe" ve "tüm" terimlerinin yüksek sıklıkta geçmesidir. Bu kelimeler, şirketin sektördeki etkisini genişletmeyi ve tüm müşteri ihtiyaçlarını kapsayacak şekilde kapsamlı çözümler sunmayı hedeflediğini göstermektedir. "Sektöründe" kelimesi, şirketin faaliyet gösterdiği alanda lider olma hedefinin altını çizerken, "tüm" terimi şirketin hedef pazarını kapsayıcı ve geniş bir perspektifle ele aldığını yansıtmaktadır. Bu bağlamda, şirketin sadece belirli bir müşteri grubuna değil, tüm paydaşlara yönelik çözümler geliştirme stratejisi izlediği söylenebilir.

Kelime bulutu analizi, şirketin misyon ve vizyonundaki anahtar kelimelerin sıklığını değerlendirilerek, organizasyonun stratejik yönelimlerini ve hedeflerini açıkça ortaya koymaktadır. "Misyonumuz" ve "vizyonumuz" ifadelerinin sıkça kullanımı, şirketin bu temel ilkeleri ve stratejik hedefleri her iki ifadesinde de vurgulayarak güçlü bir şekilde ilettiğini göstermektedir. Bu ifadelerin tekrarı, şirketin bu temel yönelimlere verdiği önemi ve misyon ile vizyonunun organizasyonel hedeflerle ne denli örtüştüğünü göstermektedir.

Sonuç olarak, kelime bulutu analizi, şirketin misyon ve vizyonunda yer alan anahtar kelimeler üzerinden organizasyonel stratejilerin ve sektördeki rolünün nasıl şekillendiğini gözler önüne

sermektedir. Şirketin misyonunda "en" olmak, sektördeki liderliğini pekiştirme amacını net bir şekilde yansıtırken, "arms" terimi ise şirketin savunma sanayindeki güçlü konumunu işaret etmektedir. Aynı şekilde, "tüm" ve "sektöründe" gibi terimler de şirketin sektördeki kapsamlı etkisini ve geniş müşteri kitlesine hitap etme stratejisini vurgulamaktadır. Bu analiz, şirketin rekabetçi üstünlük sağlamayı ve küresel ölçekte daha büyük bir etki alanı oluşturmayı hedeflediğini net bir biçimde ortaya koymaktadır.

olmak
vizyonumuz
misyonumuz
sektöründe
en
tüm
arms

Şekil 3. Kelime Bulutu

SONUÇ

Bu çalışma, Beyşehir ilçesinde faaliyet gösteren Aksa Arms ve Francolin Arms firmalarının misyon ve vizyon metinlerini içerik analizi yöntemiyle incelemiş ve her iki firmanın stratejik yönelimlerini, sektörel konumlarını ve rekabet avantajlarını derinlemesine analiz etmiştir. Araştırma, MAXQDA yazılımı kullanılarak yapılan içerik analizi ile her iki firmanın misyon ve vizyon metinlerinde öne çıkan stratejik temalar belirlenmiş ve bu temalar arasında ortaklıklar ve farklılıklar ortaya konmuştur.

Araştırma bulguları, her iki firmanın kalite ve güvenlik, müşteri odaklılık, yenilikçilik ve inovasyon, küresel etki ve tanınırlık, liderlik ve rekabetçi fiyatlandırma gibi temel stratejik unsurlar açısından önemli benzerlikler taşıdığını ortaya koymuştur. Her iki firma da, yüksek kaliteli ve güvenli ürünler sunmayı, müşteri memnuniyetini ön planda tutmayı, yenilikçi çözümlerle sektörde rekabet avantajı elde etmeyi ve küresel pazarlarda tanınırlık sağlamayı stratejik hedefler olarak belirlemiştir. Bu unsurlar, her iki firmanın sektördeki liderliklerini güçlendirmeyi ve uzun vadede sürdürülebilir büyüme sağlamayı amaçladıklarını göstermektedir.

Bununla birlikte, Aksa Arms ve Francolin Arms firmalarının misyon ve vizyon metinlerinde bazı özgün stratejik unsurlar da belirginleşmiştir. Aksa Arms, savunma sanayi alanındaki ileri teknolojilere ve mühendislik mükemmeliyetine odaklanırken; Francolin Arms, estetik tasarımlar ve çevre dostu üretim süreçlerine özel bir vurgu yapmaktadır. Aksa Arms'ın

savunma teknolojilerindeki mükemmeliyet ve yenilikçi mühendislik stratejileri ile Francolin Arms'ın estetik ve ergonomik tasarım odaklılık ve çevre dostu üretim anlayışı, her iki firmanın sektördeki farklılaşma stratejilerini yansıtmaktadır. Bu özgün unsurlar, firmaların sektördeki benzersiz konumlarını pekiştirmekte ve rekabet avantajlarını artırmaktadır.

Araştırmanın katkıları, Beyşehir ilçesindeki silah sanayi firmalarının stratejik yönelimlerine dair önemli bilgiler sunmuş ve bu tür firmaların uluslararası pazarlarda nasıl rekabet edebileceği konusunda derinlemesine bir anlayış sağlamıştır. Çalışma, Türkiye savunma sanayisinin genel dinamikleri hakkında da önemli bir perspektif sunmaktadır. Ayrıca, araştırma, bu iki firmanın stratejik kararlarını şekillendiren temel unsurlar hakkında literatüre katkı sağlamaktadır.

Bu araştırmanın sınırlılığı, yalnızca Beyşehir ilçesinde faaliyet gösteren iki firma ile sınırlı olması ve sadece misyon ve vizyon metinlerine odaklanmasıdır. Gelecekteki araştırmalarda, farklı firmaların misyon, vizyon, pazarlama ve finansal stratejileri gibi diğer stratejik belgelerinin analiz edilmesi, sektörel eğilimlerin daha kapsamlı bir şekilde incelenmesine olanak sağlayabilir. Ayrıca, bu çalışmanın bulgularının doğruluğunun teyit edilebilmesi için firmaların stratejik kararlarıyla karşılaştırılması gerektiği düşünülmektedir.

Gelecek araştırmalar için önerilen alanlar, daha fazla firma ve sektörel verinin incelenmesi ile stratejik yönelimlerin ve sektörel farklılıkların daha geniş bir perspektiften analiz edilmesidir. Ayrıca, stratejik karar süreçlerinin etkinliği üzerine yapılan çalışmalar, firmaların misyon ve vizyonlarının sektördeki başarısını nasıl etkilediğine dair daha fazla bilgi sağlayacaktır. Gelecekte, bu tür araştırmalar, sektörel gelişmelere ve firmaların uzun vadeli stratejik planlamalarına ışık tutabilir.

Sonuç olarak, bu çalışma, Aksa Arms ve Francolin Arms firmalarının stratejik yönelimlerini, sektördeki pozisyonlarını ve uluslararası pazarlarda nasıl konumlandıklarını anlamamıza yardımcı olmuştur. Hem akademik literatüre hem de sektördeki uygulamalara katkı sağlamaktadır. Araştırma, savunma sanayi firmalarının stratejik kararlarını şekillendirecek önemli veriler sunmakta ve bu firmaların gelecekteki stratejik yönelimlerine yönelik yol gösterici bilgiler sağlamaktadır.

KAYNAKÇA

- Aksa Arms (2024). <https://aksaarms.com/tr/hakkimizda/> (Erişim Tarihi: 11.11.2024).
- Altıntop, M. & Altıntop, M. (2024). İletişim fakültelerinin misyon ve vizyon metinlerinin içerik analizi. *Sinerji Uluslararası Alan Eğitimi Araştırmaları Dergisi*, 5 (1), 20-53.
- Baran, T. (2018). Türkiye'de savunma sanayi sektörünün incelenmesi ve savunma harcamalarının ekonomi üzerindeki etkilerinin değerlendirilmesi. *Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 4 (2), 58-81.
- Beyşehir Ticaret ve Sanayi Odası (2024). <https://beysehirtso.org.tr/ihracat-yapan-uyeler/> (Erişim Tarihi:10.11.2024).
- Demir, Z. (2022). Türk savunma sanayi şirketleri ile Defense 100 şirketlerinin trend analizi ile karşılaştırılması: Örnek uygulama. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 20 (1), 168-195.
- Francolin Arms (2024). <https://francolinarms.com/catalogs/> (Erişim Tarihi: 12.11.2024).
- İnce, A. (2015). Türkiye'nin ikinci 500 büyük şirketinin misyon ve vizyon ifadelerine göre girişimcilik özellikleri. *Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8 (2), 143-155.

Küçüköğlü, M. (2023). Türkiye savunma sanayiindeki gelişmelerin ekonomiye etkileri (2000-2023). *Sakarya İktisat Dergisi*, 12 (1), 15-41.

Sezgin, Ş. & Sezgin, S. (2018). Dünya’da ve Türkiye’de savunma sanayi: Genel bir bakış. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 5 (12), 1-19.

Şişman, D. (2017). Küreselleşme, kriz ve savunma sanayi. *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 39 (1), 223-237.

Yücel, F. H. & Çalık, T. (2023). Misyon farklılaşması ve ihtisaslaşmasına tabi olan pilot üniversitelerin misyon ile vizyon ifadelerinin incelenmesi. *Kapadokya Eğitim Dergisi*, Türkiye Cumhuriyeti’nin 100. Yılı Özel Sayısı, 119-132.

ÇOCUK GELİŞİMİ BÖLÜMÜ ÖĞRENCİLERİNİN PSİKOLOJİK İHTİYAÇ DÜZEYLERİNİN DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERİNE GÖRE BELİRLENMESİ¹

Bahar ÖZET² Neşe DURAN³ Güldalı AYBAŞ⁴

Özet

Bu araştırmada Çocuk Gelişimi Bölümü birinci sınıf öğrencilerinin psikolojik ihtiyaç düzeylerinin bazı demografik özelliklerine göre belirlenmesi amaçlanmıştır. Araştırmaya İstanbul ilinde bulunan özel bir üniversitede eğitimine devam eden basit rastgele örneklem yöntemiyle seçilen 82 Çocuk Gelişimi Bölümü birinci sınıf öğrencisi dahil edilmiştir. Eşzamanlı karma araştırma yönteminin kullanıldığı bu araştırmada nicel alanda betimleyici bir araştırma modeli olan ilişkisel tarama modeli nitel alanda ise olgu bilim deseni kullanılmıştır. Veriler demografik bilgi formu ve Psikolojik İhtiyaçlar Ölçeği kullanılarak toplanmıştır. Veri analizi sürecinde, yüzde, frekans, standart sapma, aritmetik ortalama, tek yönlü varyans analizi (ANOVA) ve bağımsız örneklem t-testi gibi istatistiksel yöntemler kullanılmıştır. Nitel verilerin analizinde içerik analizinden faydalanılmıştır. Analiz sonuçları birlikte değerlendirilmiş ve tartışılmıştır. Çalışmanın sonucunda Çocuk Gelişim Bölümü birinci sınıf öğrencilerinin psikolojik ihtiyaç düzeylerinin burs durumuna, sosyo-ekonomik düzeye, öğrencilerin ikamet ettikleri yere, ailelerinin medeni durumuna, mezun oldukları lise türüne, anne eğitim durumuna ve kardeş sayısına göre anlamlı farklılık göstermediği belirtilirken, bölümünü isteyerek seçmelerine, yaşlarına ve babanın eğitim durumuna göre anlamlı bir farklılık gösterdiği ifade edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Psikolojik İhtiyaçlar, Çocuk Gelişimi, Beliren Yetişkinlik Dönemi

¹Bu araştırma 13. Uluslararası Kadın Çocuk Sağlığı ve Eğitimi Kongresi'nde tam metin bildiri olarak sunulmuştur.

²Çocuk Gelişimi Uzmanı Aydın Üniversitesi, baharozet@gmail.com

³Öğr. Gör. Gedik Üniversitesi, nese.duran@gedik.edu.tr

⁴Dr. Öğr. Üyesi, guldaliaybas@aydin.edu.tr

DETERMINATION OF PSYCHOLOGICAL NEED LEVELS OF CHILD DEVELOPMENT DEPARTMENT STUDENTS ACCORDING TO DEMOGRAPHIC CHARACTERISTICS

Absract

This study aimed to determine the psychological needs levels of first-year students of the Child Development Department according to some demographic characteristics. 82 first-year students of the Child Development Department who were selected by simple random sampling method and who were continuing their education at a private university in Istanbul were included in the study. In this study where the simultaneous mixed research method was used, the relational screening model, which is a descriptive research model in the quantitative field, and the phenomenological design in the qualitative field were used. Data were collected using the demographic information form and the Psychological Needs Scale. In the data analysis process, statistical methods such as percentage, frequency, standard deviation, arithmetic mean, one-way analysis of variance (ANOVA) and independent samples t-test were used. Content analysis was used in the analysis of qualitative data. The analysis results were evaluated and discussed together. As a result of the study, it was stated that the psychological need levels of first-year students of the Child Development Department did not differ significantly according to scholarship status, socio-economic level, place of residence of the students, marital status of their families, type of high school they graduated from, mother's education level and number of siblings, but it did show a significant difference according to whether they chose the department willingly, their age and father's education level.

Keywords: Psychological Needs, Child Development, Emerging Adulthood Period

Giriş

Döllenme ile başlayan gelişim süreci biyolojik, bilişsel ve sosyal-duygusal boyutları içeren ve tüm yaşam süresince devam eden karmaşık bir olgudur (Özet, 2022). Gelişim daha iyi anlamlandırılabilme ve düzenleme amacıyla dönemlere ayrılır. Gelişim dönemleri bireyin hayatında belirli özelliklerle tanımlanmış zaman dilimleridir. Bireyin yaşamı boyunca geçirdiği farklı evreleri ifade eden dönemler sırasıyla; doğum öncesi, bebeklik, ilk çocukluk, orta ve ileri çocukluk, ergenlik, ilk yetişkinlik, orta yetişkinlik ve ileri yetişkinlik dönemleri olarak adlandırılmaktadır (Santrock, 2021). Kişinin geçirdiği her gelişim döneminin kendine özgü özellikleriyle beraber gelişim görevleri de vardır (Eşici, 2021; Özet, 2022; Duran ve Ülküer, 2019; Duran ve Ülküer, 2021).

Beliren Yetişkinlik Dönemi

Gelişim dönemlerinden ergenlikten sonra gelen “ilk yetişkinlik” ya da “beliren yetişkinlik” adı verilen gelişim dönemi yirmili yaşların başından başlayarak otuzlu yaşlar boyunca devam etmektedir (Fincham ve Cui, 2011). Bu dönem kişiler için kariyerlerini geliştirerek bireysel ve

ekonomik bağımsızlık kazanma, yakın sosyal ilişkiler kurma, eş seçme, aile oluşturma ve çocuk sahibi olup onlara bakma zamanıdır (Santrock, 2021). Başka bir bakış açısıyla beliren yetişkinlik döneminde kişilerde kimlik arayışının devam ediyor olması, istikrarsızlıkların görülmesi ve kişinin benliğine odaklanması gözlenmektedir (Arnett, 2023).

Beliren yetişkinlik döneminde bulunan bireylerin gelişimlerinin de devam etmesiyle belli başlı ihtiyaçları ortaya çıkmaktadır. İnsanların doğasında yer alan ihtiyaçlar, kişisel ve özgün bir nitelik taşır; bu, güdü, motivasyon, istek, gereksinim, arzu, umut ve başarı arzusu gibi yüksek dürtüleri içerir. Tüm psiko-sosyal ihtiyaçlar genellikle temel ihtiyaçlar olarak adlandırılır ve insanların davranışlarını yönlendiren önemli etkenler arasında yer alır (Gündoğdu ve Yavuzer, 2012; Kesici vd., 2003). Bu gereksinimlerin en önemlilerinden biri psikolojik ihtiyaçlardır.

Psikolojik İhtiyaçlar ve Kuramsal Çerçeve

Bireyin sahip olduğu ihtiyaçların tanımı kuramcılara göre farklılık göstermektedir. Temel ihtiyaçlar genellikle bireylerin barınak, yiyecek, su, kıyafet gibi hayatta kalmak için gereksinim duyduğu ihtiyaçlar olarak ifade edilmektedir (Büyükbayraktar vd., 2018). Temel ihtiyaçlarla beraber kişinin güven ve psikolojik ihtiyaçları da yaşam kalitesini etkilemektedir. Psikolojik ihtiyaçlar kavramını sevgi ve ait olma boyutlarıyla literatürde ilk defa Abraham Maslow (1943) kullanmıştır. Maslow'un temel ihtiyaçlar hiyerarşinde basitten karmaşığa doğru gidilmektedir. İhtiyaçların hiyerarşik sıralaması bireyin gereksinimleri doğrultusunda önem sırasına göre şu şekildedir: fizyolojik ihtiyaçlar, emniyet ve güvenlik ihtiyacı, sevgi ve aidiyet ihtiyacı, saygı ihtiyacı ve kendini gerçekleştirme ihtiyacı (Hopper, 2020; Kaya ve Altun, 2015; İnanç ve Yerlikaya, 2020). Kişi bu hiyerarşide en basit ihtiyaçları giderilmeden diğerlerine geçememektedir.

William Glasser (1989) ise başlangıçta Kontrol Teorisi adıyla başlayıp, Seçim Teorisi olarak yeniden adlandırdığı kuramında psikolojik ihtiyaçlara değinmiştir. Glasser (2003) temel ihtiyaçlar şeklinde bahsettiği psikolojik ihtiyaçların alt boyutlarını sevgi ve ait olma, güç, özgürlük ve eğlence olarak belirtmiştir. Glasser seçim teorisinde bu temel psikolojik ihtiyaçların kişiyi güdüleyerek eylem yapmaya yönelttiğini savunmaktadır (Usta, 2019). Sevme-sevilme ve ait olma ihtiyacı kişilerin temel ihtiyacı olarak kabul edilmekle beraber ait olma kişinin ihtiyacı olan sevgiyi ve sosyal bağ kurma isteğini ifade eder. Güç ise hayatımızı kontrol edebilmeyi başarabilmek için hissedilen ihtiyaçtır. Özgürlük tercihlerimizi kendimizin yapmasına ve istediğimiz yere gidebiliyor olmamıza duyulan ihtiyaçtır. Son olarak eğlence kişiyi yeni şeyler öğrenmeye güdüleyen, oyun esnasında, yeni şeyler öğrenirken, ya da bir

durum ile alakalı çözüm üretirken hissettiğimiz zevklere duyulan ihtiyaçtır (Eşici 2021; Eşici ve Özbay, 2020).

Öz Belirleme Kuramı'nın öncüleri Deci ve Ryan (2000), Glasser'ı takiben psikolojik ihtiyaçlar kavramı yeterlilik, özerklik ve ilişkili olma olmak üzere üç temel boyut üzerinden açıklanmıştır (Şahin ve Fidan, 2009). Bu psikolojik ihtiyaçlardan yeterlilik; sahip olduğumuz potansiyele ulaşma, kişinin sahip olduğu etkinlik ve ustalık duygusunu ifade etmektedir, özerklik; kişinin eylemlerini düzenleyebilme yetisi , bilinçli bir şekilde kendi kararlarını verebilme ve davranışlarımızın sorumlusunun kendimiz olduğunu algılama yetimiz, ilişkili olma ise kişinin saygı duyulduğunun, çevreyle sosyal etkileşimde bulunma gerekliliğini, kişinin kendisini diğer insanlarla ve sosyal çevresiyle ilgili ve bağlantılı hissetmesi ihtiyacını kapsamaktadır (Deci ve Ryan, 1985, 2000). Evrenselliği kabul edilen temel psikolojik ihtiyaçlardan ilişkili olma, yeterlik ve otonominin tatmini bireylerin sağlıklı bir öz benliğe ulaşmalarını kolaylaştırmakta ve psikolojik iyi oluşlarını etkilemektedir (Deci ve Ryan, 1985, 2000).

Henning vd. (2019), temel psikolojik ihtiyaçlardan olan özerkliğin, ilişki kurma ve yeterliliğin karşılanabilmesi kişinin sahip olduğu yüksek refah ile ilişkili olduğunu belirtmiştir. Özerklik içinde uyum yakalayabilmeyi, iradeyi kullanabilmeyi, iç kontrole sahip olmayı ve seçim yapabilmeyi içerir. İnsanlar nasıl ki hayatta sağlıklı kalabilmek için gerekli besinlere ihtiyaç duyuyorsa, aynı şekilde kişinin refaha ulaşması için bu üç temel psikolojik ihtiyacın karşılanması gereklidir (Kanoğlu, 2007).

Yapılan çalışmalar özerklik, ilişki kurma ve yeterlilik psikolojik ihtiyaçlarının tatmini ile kişinin refah düzeyinin ilişkilendirildiğini göstermiştir (Chen vd., 2015; Eşici ve Özbay, 2020; Williams vd., 2000). Özerklik, yeterlilik ve ilişkililik olan üç temel psikolojik ihtiyaç herhangi bir şekilde ihmal edilir ya da engellenirse kişilerde motivasyon eksikliği, psikolojik olarak düşüş, saldırganlık ve enerji kaybı gözlemlenmektedir (Ryan ve La Guardia, 2000; Staub, 2003).

Psikolojik ihtiyaçların insanda doğuştan var olduğu sonradan öğrenilmediğini belirtilmektedir (Deci ve Ryan, 2000; Ryan ve Deci, 2017, 2024). Temel psikolojik ihtiyaçların karşılanması kişinin optimal psikolojik sağlığa ulaşması için gereklidir. Psikolojik ihtiyaçlar kişinin öğrenme sürecinde, kişiler ile kurduğu ilişkilerde, fiziksel ve sosyal olarak bulunduğumuz çevreye uyum sağlama sürecinde önemli bir etkiye sahiptir (Ross-Plourde ve Basque, 2019). Psikolojik ihtiyaçların karşılanması kişilerin hayatlarını sağlıklı bir şekilde sürdürebilmesi için gerekli olan refah düzeyine ulaşmaları için önemlidir. Öz Belirleme Kuramı temel psikolojik ihtiyaçların giderilmesinin ne denli önemli olduğunu vurgulayarak bu ihtiyaçlarının tatmininin

insanda olumlu duygulanımla beraber ruhsal sağlığı iyileştirdiğini savunmaktadır (Schutte ve Malouff, 2021). Kişi psikolojik ihtiyaçlarının giderilmesinde başarısızlık yaşarsa pasifleşebilmektedir (Eşici ve Özbay, 2020).

Çalışmanın Amacı ve Önemi

Bireyin davranışlarının temelinde yer alan psikolojik ihtiyaçların anlaşılması ruh sağlığı profesyonelleri, eğitimciler ve araştırmacılar için hayati bir önem arz etmektedir. Aynı zamanda bireyin davranışlarını anlama ve kişinin ruh sağlığına yönelik etkili müdahaleler geliştirme konusunda temel bir adımdır. Bu müdahalelerin bilinmesi esasen bireyin psikolojik ihtiyaçının demografik özelliklerinin bilinmesiyle doğrudan ilişkili olduğunun önemini ortaya koymaktadır. Literatür incelendiğinde demografik bilgi formuyla psikolojik ihtiyaçlar ölçeğinin birlikte uygulandığı sınırlı sayıda çalışma bulunması bu konuda büyük bir boşluk olduğunu göstermektedir. Literatürde bulunan çalışmaların örnekleminin ise çoğunlukla çocuk ve ergenlerle temel psikolojik ihtiyaçlar ölçeği kullanılarak yapıldığı görülmektedir. Demografik bilgi formuyla psikolojik ihtiyaçlar ölçeğinin birlikte uygulandığı ve üniversite öğrencileriyle yapılan çok az sayıda çalışma bulunmaktadır.

Alanyazın incelendiğinde sınıf öğretmeni adaylarının psikolojik iyi oluş hallerinin yaşa, kardeş sayısına, mezun olunan lise türüne ve anne-baba eğitim düzeyine göre (Saritař, 2019), Türkiye'de eğitim gören Türk Cumhuriyetleri ve Türk üniversite öğrencilerinin psikolojik yardım arama tutumları, psikolojik ihtiyaçları ve psikolojik uyumlarının sosyo-ekonomik düzeylerine göre (Anna Berdiyev, 2006), eğitim fakóltesi öğrencilerinin psikolojik ihtiyaçlarının anne-baba eğitim düzeyine göre (Çelikkaleli ve Gündoğdu, 2005; Uysal, 2006), üniversite öğrencilerinin psikolojik sağlamlık düzeylerinin kardeş sayısına göre (Açıkgöz, 2016; Atarbay, 2017; Aydın ve Egemberdiyeva, 2018; Bahadır, 2009), yabancı uyruklu üniversite öğrencilerinin temel psikolojik ihtiyaçlarının, psikolojik sağlamlık ve ihtiyaç durumunun anne-baba eğitim durumuna göre (Yiğit, 2012), lise öğrencilerinin bazı psikolojik ihtiyaçlarının anne-baba eğitim düzeyine göre (Çelikkaleli vd., 2005), ergenlerde psikolojik sağlamlık ve psikolojik ihtiyaç doyumunun anne-baba eğitim düzeyine göre (Toprak, 2014), 12-17 yaş arası sporcuların psikolojik ihtiyaçlarının anne-baba eğitim düzeyine göre (Bayraktar, 2011) ve son olarak lisans öğrencilerinin ikamet ettikleri yere göre (Ilgan vd., 2015) psikolojik ihtiyaç düzeylerinin incelendiği çalışmalara rastlamak mümkündür.

Literatürde yer alan çalışmalar incelendiğinde beliren yetişkinlik dönemiyle birlikte cinsiyet, yaş, mezun olunan lise, anne-baba birliktelik durumu, anne-baba vefat durumu, anne eğitim düzeyi, baba eğitim düzeyi, ikamet edilen yer, sosyo-ekonomik düzey, burs durumu, kardeş

sayısı ve bölümü isteyerek seçip seçmeme durumlarını psikolojik ihtiyaç düzeyine etkisinin araştırıldığı çalışmaya rastlanmamaktadır. Bu doğrultuda yapılan çalışma ile beliren yetişkinlik döneminde olan Çocuk Gelişimi Bölümü birinci sınıf öğrencilerinin demografik özelliklerinin ve bölüm seçme nedenlerinin psikolojik ihtiyaç düzeylerini nasıl etkilediğinin belirlenmesi noktasında literatürde yer alan boşluğun doldurulmasını amaçlamaktadır. Bu doğrultuda çalışmanın amacı Çocuk Gelişimi Bölümü birinci sınıf öğrencilerinin psikolojik ihtiyaç düzeylerinin demografik özelliklerine göre belirlenmesidir. Bu amaç doğrultusunda aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır:

- Çocuk Gelişimi Bölümü öğrencilerinin psikolojik ihtiyaç düzeyleri yaşa göre farklılaşmakta mıdır?
- Çocuk Gelişimi Bölümü öğrencilerinin psikolojik ihtiyaç düzeyleri mezun olunan liseye göre farklılaşmakta mıdır?
- Çocuk Gelişimi Bölümü öğrencilerinin psikolojik ihtiyaç düzeyleri anne-baba birliktelik ya da vefat durumuna göre farklılaşmakta mıdır?
- Çocuk Gelişimi Bölümü öğrencilerinin psikolojik ihtiyaç düzeyleri anne-baba eğitim düzeyine göre farklılaşmakta mıdır?
- Çocuk Gelişimi Bölümü öğrencilerinin psikolojik ihtiyaç düzeyleri ikamet edilen yere göre farklılaşmakta mıdır?
- Çocuk Gelişimi Bölümü öğrencilerinin psikolojik ihtiyaç düzeyleri sosyo-ekonomik düzey ve burs durumuna göre farklılaşmakta mıdır?
- Çocuk Gelişimi Bölümü öğrencilerinin psikolojik ihtiyaç düzeyleri kardeş sayısına göre farklılaşmakta mıdır?
- Çocuk Gelişimi Bölümü öğrencilerinin psikolojik ihtiyaç düzeyleri bölümü isteyerek seçip seçmeme durumuna göre farklılaşmakta mıdır?

Yöntem

Bu bölümde araştırmanın modeli, evren ve örnekleme, veri toplama araçları, veri toplama süreci ve değerlendirme-analiz aşamalarına dair istatistiksel olarak sıralı açıklamalara yer verilmiştir.

Araştırmanın Modeli

Çocuk Gelişimi Bölümü birinci sınıf öğrencilerinin psikolojik ihtiyaç düzeylerinin demografik özelliklerine göre belirlenmesi amacıyla gerçekleştirilen bu çalışmada karma araştırma yöntemi kullanılmıştır. Karma yöntemin eşzamanlı tasarımının kullanıldığı çalışmada nitel ve nicel

veriler aynı süreçte toplanmış, ayrı ayrı analiz edilmiştir (Aydın-Çakır & Türkeş-Kılıç, 2021). İki farklı analiz sonucu ulaşılan sonuçlar birlikte tartışılarak değerlendirilmiştir.

Nicel kısımda, Çocuk Gelişimi Bölümü öğrencilerinin psikolojik ihtiyaçlarının demografik değişkenlerle ilişkisini anlamak için ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır. İlişkisel tarama modelleri, "iki ya da daha fazla değişken arasında birlikte değişimin varlığını ve/veya derecesini belirlemeyi amaçlayan araştırma modelleri" olarak tanımlanmaktadır. İlişkisel tarama modellerinden olan karşılaştırma türünde en az iki değişken bulunur ve bunlardan birine (sınanmak istenen bağımsız değişkene) göre gruplar oluşturularak diğer değişkene (bağımlı değişkene) göre aralarında bir farklılaşma olup olmadığı incelenir (Yarkın, 2014).

Araştırmanın nitel boyutu olgu bilim deseni (fenomenoloji) doğrultusunda gerçekleştirilmiştir. Fenomonoloji hayatın içinde var olan olgularla ilgili bilgilerin kaynağından elde edilerek, değiştirilmeden ve normal akışında somutlaştırılarak dışarıya aktarılmasıdır (Maxwell, 2008).

Araştırmanın Geçerlik ve Güvenirliği

Araştırmanın kapsam geçerliğinin sağlanması amacıyla uzman görüşüne başvurulmuş, akademisyen onayı alınmış, veri toplama araçları çeşitlendirilmiş ve dış denetçiler ile süreç takip edilmiştir (Cresswell, 2009; Merriam, 2013). Güvenirliğin sağlanması adına nitel sorulara verilen cevaplar transkript edilmiş ve analiz süreci iki farklı araştırmacı ile yürütülmüştür. Araştırmacılar katılımcıların verdiği cevapların kodlanması sürecinde birbirlerinden bağımsız analizlerde bulunmuşlardır. Miles ve Huberman (1994), kodlayıcılar arası güvenirlilik katsayısının yaklaşık .80 olmasını önermektedir. Yapılan çalışmada kodlayıcılar arası görüş birliği ve ayrılığı katsayıları tespit edilerek, (güvenirlilik = görüş birliği / görüş birliği + görüş ayrılığı) formülü neticesinde uzlaşma birliği katsayısı 0.82 olarak hesaplanmıştır.

Araştırmanın Evren ve Örnekleme

Bu araştırmanın evrenini 2023-2024 eğitim-öğretim yılı içerisinde İstanbul ilinde yer alan 103 kadın ve 1 erkek olarak toplamda 104 kişi olan Aydın Üniversitesi Çocuk Gelişimi Bölümü birinci sınıf öğrencileri oluşturmaktadır. Evrenden basit rastgele örnekleme yöntemiyle 82 kadın (evrenin %78,8'i) seçilmiştir. Basit rastgele örneklemede tüm kişiler eşit seçilme şansına sahiptir (Kılıç, 2012). Evrenden çalışmaya gönüllü olarak katılmak isteyen kişiler listelenmiş ve seçilmiştir. Araştırmanın örneklemini oluşturan katılımcılara ait demografik bilgiler Tablo 1'de sunulmuştur.

Tablo 1. *Katılımcılara Ait Demografik Bilgilerin Dağılımının Sonuçları*

		<i>n</i>	%
Cinsiyet	Kadın	82	100.0
Yaş	18-21	76	92.7
	22 ve üzeri	6	7.3
Kardeş Sayısı	1 kardeş	20	24.4
	2 kardeş	27	32.9
	3 ve üstü kardeş	35	42.7
Mezun Olunan Lise	Meslek lisesi	21	25.6
	Düz lise	33	40.2
	Diğer	28	34.1
Aile Durumu	Anne baba evli	72	87.8
	Anne baba boşanmış	10	12.2
Anne Eğitim Durumu	İlkokul	39	47.6
	Ortaokul	11	13.4
	Lise	25	30.5
	Üniversite ve üstü	7	8.5
Baba Eğitim Durumu	İlkokul	21	25.6
	Ortaokul	20	24.4
	Lise	31	37.8
	Üniversite ve üstü	10	12.2
İkamet Yeri	Aile ile birlikte	73	89.0
	Yurt	9	11.0
Burs Durumu	Tam burslu	13	15.9
	Yarı burslu	69	84.1
Sosyoekonomik Düzey	Orta	38	46.3
	İyi	44	53.7
Çocuk Gelişimi Bölümü'nü İsteyerek Seçme Durumu	Evet	71	86.6
	Hayır	11	13.4
	Toplam	82	100.0

Yukarıdaki tabloya ait bilgiler değerlendirildiğinde katılımcıların tamamı (100,0) kadındır. Yüzde 92,7'si 18-21 yaş aralığındadır. Yüzde 42,7'sinin 3 veya daha fazla kardeşi vardır. Yüzde 40,2'si düz lise mezunudur. Yüzde 87,8'sinin anne ve babası evlidir. Yüzde 47,6'sının annesi ilkokul mezunu, yüzde 37,8'inin babası lise mezunudur. Katılımcıların yüzde 89,0'u

ailesi ile birlikte yaşamaktadır. Yüzde 84,1'i yarı bursludur. Yüzde 53,7'si orta derece sosyoekonomik düzeye sahiptir ve yüzde 86,6'sı Çocuk Gelişimi Bölümü'nü isteyerek seçmiştir.

Araştırmanın Veri Toplama Araçları

Üniversite öğrencilerinin psikolojik ihtiyaç düzeylerinin demografik değişkenlerine göre incelendiği bu çalışmada veri toplama araçları olarak “Demografik Bilgi Formu” ve “Psikolojik İhtiyaçlar Ölçeği” kullanılmıştır.

Demografik Bilgi Formu

Araştırmacılar tarafından oluşturulmuş Demografik Bilgi Formunda üniversite birinci sınıf öğrencilerinin cinsiyet, yaş, mezun olunan lise, anne-baba birliktelik durumu, anne-baba vefat durumu, anne eğitim düzeyi, baba eğitim düzeyi, ikamet edilen yer, sosyo-ekonomik düzey, burs durumu, kardeş sayısı ve Çocuk Gelişimi Bölümü'nün seçilme sebebinin sorulmuştur. Demografik bilgi formu hazırlandıktan sonra iki ayrı uzmana ve bir dil bilimciye gönderilmiştir. Alınan dönütler doğrultusunda revize edilmiştir. Araştırmaya geçilmeden önce beş ayrı Çocuk Gelişimi Bölümü öğrencisi ile pilot çalışma gerçekleştirilmiştir. Soruların açık ve anlaşılır oldukları test edilmiştir.

Psikolojik İhtiyaçlar Ölçeği (PIÖ)

Çocuk Gelişimi Bölümü birinci sınıf öğrencilerin psikolojik ihtiyaçlarının düzeyini belirlemek için kullanılan, William Glasser'in Seçim Teorisi baz alınarak Eşici (2014) tarafından geliştirilen “Psikolojik İhtiyaçlar Ölçeği” veri toplama aracı olarak kullanılmıştır. Ölçekte toplam 25 madde ve 4 alt boyut bulunmaktadır. Ölçeğin maddeleri 5'li likert-tipinde ve “Her zaman” (5), “Genellikle” (4), “Ara sıra” (3), “Nadiren” (2), “Hiçbir zaman” (1) puan şeklinde puanlandırılmaktadır. Alt boyutlar ise sırasıyla sevgi/ait olma, özgürlük, güç ve eğlencedir. 1-7 arası maddeler “sevgi/ait olma” alt boyutunu, 8-12 arası maddeler “özgürlük” alt boyutunu, 13-17 arası maddeler “güç” alt boyutunu ve son olarak 18-25 arası maddeler “eğlence” alt boyutunu oluşturmaktadır. Sevgi/ait olma boyutunda “Ailem bana her fırsatta beni sevdiğini hissettirir” gibi aile sevgisine ilişkin sorular, özgürlük boyutunda “Hayatımda tercihlerimi kendim yaparım” şeklinde özgürlük temalı sorular, güç boyutunda “Kendimi aşmak için gayret gösteririm” gibi bireysel güç içerikli sorular ve eğlence boyutunda ise “Yeni bir şeyler öğrenirken keyif alırım” tarzında hayattan keyif alma durumunu ölçen maddeler vardır.

Ölçeğin puanlaması “Hiçbir zaman” 1, “Nadiren” 2, “Ara sıra” 3, “Genellikle” 4, “Her zaman” 5 puan şeklinde puanlanır. Ölçeğin “sevgi ve ait olma” boyutunda minimum 7 maksimum 35

puan, “özgürlük” boyutunda minimum 5 maksimum 25, “güç” boyutunda minimum 5 maksimum 25 puan ve “eğlence” boyutunda ise en az 8 en fazla 40 puan elde edilebilmektedir. Ölçeğin puanlaması her alt boyut için ayrı ayrı yapılmaktadır.

Ölçeğin güvenirlik çalışması yapılmış, güvenirlik katsayıları hesaplanmış ve Cronbach Alpha değerleri sevgi ve ait olma boyutu için $\alpha = .87$, özgürlük alt boyutu için $\alpha = .69$, güç alt boyutu için $\alpha = .66$, ve eğlence alt boyutu için $\alpha = .76$ bulunmuştur (Eşici, 2021)

Psikolojik İhtiyaçlar Ölçeği'nin kararlılık katsayıları ise .66 ile .91 aralığında değişmektedir. Sevgi ve Ait Olma boyutunun kararlılık katsayısı ($r=.91$, $p<.001$), Özgürlük boyutunun test tekrarına ilişkin kararlılık katsayısı ($r=.66$, $p<.001$), Güç boyutunun test tekrarına ilişkin kararlılık katsayısı ($r=.82$, $p<.001$), ve Eğlence boyutunun test tekrarına ilişkin kararlılık katsayısı ($r=.70$, $p<.001$) olarak bulunmuştur.

Verilerin Toplanması

İstanbul Aydın Üniversitesi Çocuk Gelişimi Bölümü birinci sınıf öğrencilerine etik kurul izni alındıktan sonra “Demografik Bilgi Formu” ve “Psikolojik İhtiyaçlar Ölçeği” araştırmacılar tarafından gerekli açıklamalar yüz yüze yapılarak uygulanmıştır. Çalışmanın örneklemini gönüllülük esas alınarak oluşturan ilgili üniversite öğrencilerine veri toplama araçlarının cevaplanması için 20 dakika süre tanınmıştır.

Verilerin Analizi

Araştırmanın nicel kısmının istatistiksel analizleri SPSS 27 yazılımı kullanılarak yapılmıştır. Öncelikle, ölçeklerin iç tutarlılığı Cronbach Alfa katsayıları ile değerlendirilmiş ve bu değerlerin 0.60'ın üzerinde olduğu saptanmıştır (Kılıç, 2009) (Tablo 2). Daha sonra, ölçeklerin normal dağılım özelliklerini ayrıntılı bir şekilde incelemek için çeşitli analizler yapılmıştır. Bu inceleme sürecinde, ölçeklerin basıklık ve çarpıklık katsayıları, Kline'm (2005) önerdiği -3 ile +3 aralığındaki referans değerlerini karşıladığı belirlenmiştir (Tablo 2). Ölçeklerin demografik değişkenlere göre farklılıklarını anlamak amacıyla Bağımsız Gruplar t-testi ve ANOVA testleri uygulanmıştır. Tüm bu istatistiksel analizler, %95 güven aralığında ve p değeri 0.05 anlam düzeyi temel alınarak gerçekleştirilmiştir.

Araştırmanın nitel kısmının veri analizinde içerik analizi kullanılmıştır. Bir konuyla ilgili bilginin derinlemesine incelenmesi ve oluşan kavramlar arası ilişkinin ortaya çıkmasında içerik analizi etkili bir analiz yöntemidir (Yıldırım ve Şimşek, 2018).

Tablo 2. Psikolojik İhtiyaçlar Ölçeğine Ait Betimsel İstatistikler, Basıklık, Çarpıklık, Cronbach Alpha Katsayılarının İncelenmesi

	<i>n</i>	<i>Min</i>	<i>Maks</i>	\bar{X}	<i>SS</i>	<i>Basıklı k</i>	<i>Çarpıklı k</i>	(α)
Psikolojik İhtiyaçlar Ölçeği	82	38	97	76.61	13.88	0.37	-0.83	0.92
Sevgi ve Ait Olma	82	9	28	23.46	4.69	0.69	-1.16	0.89
Özgürlük	82	6	20	14.32	3.50	-0.78	-0.38	0.72
Güç	82	4	20	13.55	3.74	-0.03	-0.48	0.78
Eğlence	82	5	32	25.28	5.42	2.78	-1.41	0.84

Tablo 2’de yer alan bulgular, Çocuk Gelişimi Bölümü birinci sınıf öğrencilerinin Psikolojik İhtiyaçlar Ölçeğinden aldıkları puanların her bir alt boyut için normal dağılıma sahip olduğunu ($p>.05$) göstermiştir. Bu bulgu doğrultusunda, veriler parametrik testler kullanılarak analiz edilmiştir. İstatistiksel analizler sonucu elde edilen bulgular aşağıda detaylı olarak sunulmuştur.

Bulgular

Bu bölümde nicel kısımda karşılaştırma analizlerine, nitel kısımda ise içerik analizlerine dair bulgulara yer verilmiştir.

Karşılaştırma Analizleri

Bu kısımda, Psikolojik İhtiyaçlar Ölçeği puanlarının demografik faktörlere göre analiz edilmesi amacıyla Bağımsız Gruplar t-testi ve ANOVA testleri uygulandı. Elde edilen bulgular ilgili tablolarda detaylı bir şekilde sunulmuş ve açıklamalarına yer verilmiştir.

Tablo 3. Yaşa Göre Psikolojik İhtiyaçlar Ölçeği Puanlarının Karşılaştırılması

Bağımlı Değişkenler	18-21(n=76)		22 ve üzeri (n=6)		<i>t</i>	<i>df</i>	<i>p</i>
	\bar{X}	<i>SS</i>	\bar{X}	<i>SS</i>			
Psikolojik İhtiyaçlar Ölçeği	76.0	13.98	83.6	11.13	-	80	0.198
	5		7		1.30		

Sevgi ve Ait Olma	23.3 7	4.82	24.6 7	2.34	- 0.65	80	0.517
Özgürlük	14.0 8	3.46	17.3 3	2.73	- 2.24	80	0.028*
Güç	13.4 2	3.75	15.1 7	3.49	- 1.10	80	0.274
Eğlence	25.1 8	5.54	26.5 0	3.73	- 0.57	80	0.570

*** $p < .001$, ** $p < .01$, * $p < .05$ Kullanılan Test: Bağımsız Örneklem T-Testi

Yukarıdaki tabloya ait bilgiler değerlendirildiğinde, Psikolojik İhtiyaçlar Ölçeği, Sevgi ve Ait Olma, Güç, Eğlence yaşa göre yapılan incelemede, karşılaştırılan gruplar arası fark gözlemlenmemiştir ($p > .05$).

Özgürlük alt ölçeğinden ($t(80) = -2.24$, $p < .05$) aldıkları puanlar yaşa göre yapılan incelemede, karşılaştırılan gruplar arası fark gözlemlenmiştir. Ölçeklerden alınan ortalama puanlar değerlendirildiğinde 22 ve üzeri yaştakilerin puanları 18-21 yaş aralığındakilere göre daha fazla olduğu gözlemlenmiştir. Bu durum bireyin yaşı ilerledikçe özgürlük hissini arttırdığını göstermektedir.

Tablo 4. Aile Medeni Durumuna Göre Psikolojik İhtiyaçlar Ölçeği Puanlarının Karşılaştırılması

Bağımlı Değişkenler	Anne baba evli (n=72)		Anne baba boşanmış (n=10)		t	df	p
	\bar{X}	SS	\bar{X}	SS			
Psikolojik İhtiyaçlar Ölçeği	77.9 7	12.51	66.8 0	19.42	1.77	10.062	0.107
Sevgi ve Ait Olma	23.8 1	4.53	21.0 0	5.33	1.80	80	0.076
Özgürlük	14.4 7	3.47	13.2 0	3.74	1.08	80	0.285
Güç	13.8 2	3.52	11.6 0	4.81	1.78	80	0.078
Eğlence	25.8 8	4.28	21.0 0	9.84	1.55	9.477	0.155

*** $p < .001$, ** $p < .01$, * $p < .05$ Kullanılan Test: Bağımsız Örneklem T-Testi

Yukarıdaki tabloya ait bilgiler değerlendirildiğinde, Psikolojik İhtiyaçlar Ölçeği, Sevgi ve Ait Olma, Özgürlük, Güç, Eğlence aile medeni durumuna göre yapılan incelemede, karşılaştırılan gruplar arası fark gözlemlenmemiştir ($p > .05$). Ebeveynlerin boşanmış ya da evli olmasının

bireylerin psikolojik ihtiyaç düzeylerinde anlamlı fark oluşturmamasının nedeni örnekleme evli çiftlere nazaran daha az sayıda boşanmış çift bulunmasından kaynaklanıyor olabilir.

Tablo 5. *İkamet Yerine Göre Psikolojik İhtiyaçlar Ölçeği Puanlarının Karşılaştırılması*

Bağımlı Değişkenler	Aile ile birlikte (n=73)		Yurt (n=9)		t	df	p
	\bar{X}	SS	\bar{X}	SS			
Psikolojik İhtiyaçlar Ölçeği	75.9 9	14.13	81.6 7	10.91	- 1.16	80	0.249
Sevgi ve Ait Olma	23.2 7	4.79	25.0 0	3.61	- 1.04	80	0.300
Özgürlük	14.1 5	3.52	15.6 7	3.24	- 1.23	80	0.223
Güç	13.4 7	3.84	14.2 2	2.82	- 0.57	80	0.570
Eğlence	25.1 0	5.52	26.7 8	4.55	- 0.88	80	0.383

*** $p < .001$, ** $p < .01$, * $p < .05$ Kullanılan Test: Bağımsız Örneklem T-Testi

Yukarıdaki tabloya ait bilgiler değerlendirildiğinde, Psikolojik İhtiyaçlar Ölçeği, Sevgi ve Ait Olma, Özgürlük, Güç, Eğlence ikamet yerine göre yapılan incelemede, karşılaştırılan gruplar arası fark gözlemlenmemiştir ($p > .05$).

Tablo 6. *Burs Durumuna Göre Psikolojik İhtiyaçlar Ölçeği Puanlarının Karşılaştırılması*

Bağımlı Değişkenler	Tam burslu(n=13)		Yarı burslu (n=69)		t	df	p
	\bar{X}	SS	\bar{X}	SS			
Psikolojik İhtiyaçlar Ölçeği	73.0 0	13.63	77.2 9	13.91	- 1.02	80	0.309
Sevgi ve Ait Olma	22.0 8	5.45	23.7 2	4.53	- 1.16	80	0.247
Özgürlük	12.9 2	3.30	14.5 8	3.50	- 1.58	80	0.118
Güç	13.4 6	3.31	13.5 7	3.84	- 0.09	80	0.928
Eğlence	24.5 4	4.59	25.4 2	5.58	- 0.54	80	0.594

*** $p < .001$, ** $p < .01$, * $p < .05$ Kullanılan Test: Bağımsız Örneklem T-Testi

Yukarıdaki tabloya ait bilgiler değerlendirildiğinde, Psikolojik İhtiyaçlar Ölçeği, Sevgi ve Ait Olma, Özgürlük, Güç, Eğlence burs durumuna göre yapılan incelemede, karşılaştırılan gruplar arası fark gözlemlenmemiştir ($p > .05$).

Tablo 7. Sosyo-ekonomik Düzeye Göre Psikolojik İhtiyaçlar Ölçeği Puanlarının Karşılaştırılması

Bağımlı Değişkenler	Orta(n=38)		İyi(n=44)		t	df	p
	\bar{X}	SS	\bar{X}	SS			
Psikolojik İhtiyaçlar Ölçeği	73.3 7	15.81	79.4 1	11.42	- 1.96	66.294	0.055
Sevgi ve Ait Olma	22.5 3	4.93	24.2 7	4.36	- 1.70	80	0.093
Özgürlük	13.5 0	3.93	15.0 2	2.95	- 1.96	67.973	0.054
Güç	12.7 6	4.29	14.2 3	3.08	- 1.75	66.010	0.085
Eğlence	24.5 8	6.47	25.8 9	4.30	- 1.09	80	0.279

*** $p < .001$, ** $p < .01$, * $p < .05$ Kullanılan Test: Bağımsız Örneklem T-Testi

Yukarıdaki tabloya ait bilgiler değerlendirildiğinde, Psikolojik İhtiyaçlar Ölçeği, Sevgi ve Ait Olma, Özgürlük, Güç, Eğlence sosyoekonomik düzeye göre yapılan incelemede, karşılaştırılan gruplar arası fark gözlemlenmemiştir ($p > .05$).

Tablo 8. Çocuk Gelişimi Bölümü'nü İsteyerek Seçme Durumuna Göre Psikolojik İhtiyaçlar Ölçeği Puanlarının Karşılaştırılması

Bağımlı Değişkenler	Evet(n=71)		Hayır(n=11)		t	df	p
	\bar{X}	SS	\bar{X}	SS			
Psikolojik İhtiyaçlar Ölçeği	78.3 2	12.35	65.5 5	18.33	2.24	11.449	0.046*
Sevgi ve Ait Olma	24.1 0	4.10	19.3 6	6.23	2.44	11.380	0.032*
Özgürlük	14.6 9	3.41	11.9 1	3.24	2.53	80	0.013*
Güç	14.0 0	3.28	10.6 4	5.20	2.08	11.266	0.061
Eğlence	25.5 4	5.37	23.6 4	5.70	1.08	80	0.282

*** $p < .001$, ** $p < .01$, * $p < .05$ Kullanılan Test: Bağımsız Örneklem T-Testi

Yukarıdaki tabloya ait bilgiler değerlendirildiğinde, Güç, Eğlence Çocuk Gelişimi Bölümü'nü isteyerek seçme durumuna göre yapılan incelemede, karşılaştırılan gruplar arası fark gözlemlenmemiştir ($p > .05$).

Psikolojik İhtiyaçlar Ölçeğinden ($t(11.449)=2.24$, $p < .05$), Sevgi ve Ait Olma alt ölçeğinden ($t(11.380)=2.44$, $p < .05$), Özgürlük alt ölçeğinden ($t(80)=2.53$, $p < .05$) aldıkları puanlar Çocuk Gelişimi Bölümü'nü isteyerek seçme durumuna göre yapılan incelemede, karşılaştırılan gruplar

arası fark gözlemlenmiştir. Ölçeklerden alınan ortalama puanlar değerlendirildiğinde Çocuk Gelişimi Bölümü'nü isteyerek seçenlerin puanları isteyerek seçmeyenlere göre daha fazla olduğu gözlemlenmiştir.

Tablo 9. Kardeş Sayısına Göre Psikolojik İhtiyaçlar Ölçeği Puanlarının Karşılaştırılması

Bağımlı Değişkenler	Kardeş Sayısı						F(2,79)	p	Post-Hoc
	1 kardeş ¹ (n=20)		2 kardeş ² (n=27)		3 ve üstü kardeş ³ (n=35)				
	\bar{X}	SS	\bar{X}	SS	\bar{X}	SS			
Psikolojik İhtiyaçlar Ölçeği	76.1 5	14.39	78.7 0	10.65	75.2 6	15.83	0.48	0.622	-
Sevgi ve Ait Olma	22.8 5	4.98	24.3 7	3.82	23.1 1	5.13	0.77	0.467	-
Özgürlük	13.4 5	3.28	15.1 9	3.21	14.1 4	3.77	1.50	0.229	-
Güç	13.2 5	4.41	13.6 7	2.69	13.6 3	4.10	0.08	0.920	-
Eğlence	26.6 0	4.91	25.4 8	4.31	24.3 7	6.35	1.11	0.336	-

*** $p < .001$, ** $p < .01$, * $p < .05$ Kullanılan Test: Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA)

Yukarıdaki tabloya ait bilgiler değerlendirildiğinde, Psikolojik İhtiyaçlar Ölçeği, Sevgi ve Ait Olma, Özgürlük, Güç, Eğlence aldıkları puanlar kardeş sayısına göre yapılan incelemede, karşılaştırılan gruplar arası fark gözlemlenmemiştir ($p > .05$).

Tablo 10. Mezun Olunan Liseye Göre Psikolojik İhtiyaçlar Ölçeği Puanlarının Karşılaştırılması

Bağımlı Değişkenler	Mezun Olunan Lise						F(2,79)	p	Post-Hoc
	Meslek lisesi ¹ (n=21)		Düz lise ² (n=33)		Diğer ³ (n=28)				
	\bar{X}	SS	\bar{X}	SS	\bar{X}	SS			
Psikolojik İhtiyaçlar Ölçeği	73.0 0	15.90	79.0 3	14.05	76.4 6	11.79	1.22	0.300	-
Sevgi ve Ait Olma	21.8 1	5.34	23.7 6	5.08	24.3 6	3.34	1.92	0.153	-
Özgürlük	14.2 9	3.26	14.7 6	3.67	13.8 2	3.54	0.54	0.587	-

Güç	13.1 0	3.37	14.0 6	4.23	13.2 9	3.43	0.53	0.593	-
Eğlence	23.8 1	7.05	26.4 5	3.90	25.0 0	5.46	1.61	0.206	-

*** $p < .001$, ** $p < .01$, * $p < .05$ Kullanılan Test: Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA)

Yukarıdaki tabloya ait bilgiler değerlendirildiğinde, Psikolojik İhtiyaçlar Ölçeği, Sevgi ve Ait Olma, Özgürlük, Güç, Eğlence alt ölçeğinden aldıkları puanlar mezun olunan liseye göre yapılan incelemede, karşılaştırılan gruplar arası fark gözlemlenmemiştir ($p > .05$).

Tablo 11. Anne Eğitim Durumuna Göre Psikolojik İhtiyaçlar Ölçeği Puanlarının Karşılaştırılması

Bağımlı Değişkenler	Anne Eğitim Durumu								F(3,78)	p	Post-Hoc
	İlkokul ¹ (n=39)	Ortaokul ² (n=11)	Lise ³ (n=25)	Üniversite ve üstü ⁴ (n=7)	\bar{X}	SS	\bar{X}	SS			
Psikolojik İhtiyaçlar Ölçeği	74.4 6	14.2 2	71.27 7	17.0	80.52 3	11.9	83.00 8.35	2.09	0.108	-	
Sevgi ve Ait Olma	23.2 1	4.54	21.73 6.26	23.96 4.27	25.86 3.76	1.26	0.295	-	-		
Özgürlük	13.5 6	3.40	13.91 3.70	15.32 3.59	15.57 2.82	1.67	0.179	-	-		
Güç	13.2 6	3.93	12.64 3.78	13.96 3.52	15.14 3.48	0.82	0.488	-	-		
Eğlence	24.4 4	5.92	23.00 6.42	27.28 3.89	26.43 3.64	2.31	0.083	-	-		

*** $p < .001$, ** $p < .01$, * $p < .05$ Kullanılan Test: Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA)

Yukarıdaki tabloya ait bilgiler değerlendirildiğinde, Psikolojik İhtiyaçlar Ölçeği, Sevgi ve Ait Olma, Özgürlük, Güç, Eğlence alt ölçeğinden aldıkları puanlar anne eğitim durumuna göre yapılan incelemede, karşılaştırılan gruplar arası fark gözlemlenmemiştir ($p > .05$).

Tablo 12. Baba Eğitim Durumuna Göre Psikolojik İhtiyaçlar Ölçeği Puanlarının Karşılaştırılması

Bağımlı Değişkenler	Baba Eğitim Durumu
---------------------	--------------------

	İlkokul ¹ (n=21)		Ortaokul ² (n=20)		Lise ³ (n=31)		Üniversite ve üstü ⁴ (n=10)		F(3,78)	p	Post- Hoc
	\bar{X}	SS	\bar{X}	SS	\bar{X}	SS	\bar{X}	SS			
Psikolojik İhtiyaçlar Ölçeği	70.10	16.06	72.95	13.90	82.26	10.47	80.10	11.56	4.43	0.006*	3>1
Sevgi ve Ait Olma	21.48	5.90	22.80	4.98	24.35	3.40	26.20	2.90	3.13	0.030*	4>1
Özgürlük	13.00	3.13	13.95	3.78	15.61	3.11	13.80	3.99	2.71	0.051	-
Güç	12.38	3.98	12.50	3.71	14.74	3.40	14.40	3.44	2.57	0.060	-
Eğlence	23.24	6.46	23.70	4.54	27.55	4.99	25.70	3.43	3.73	0.015*	3>1

*** $p < .001$, ** $p < .01$, * $p < .05$ Kullanılan Test: Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA)

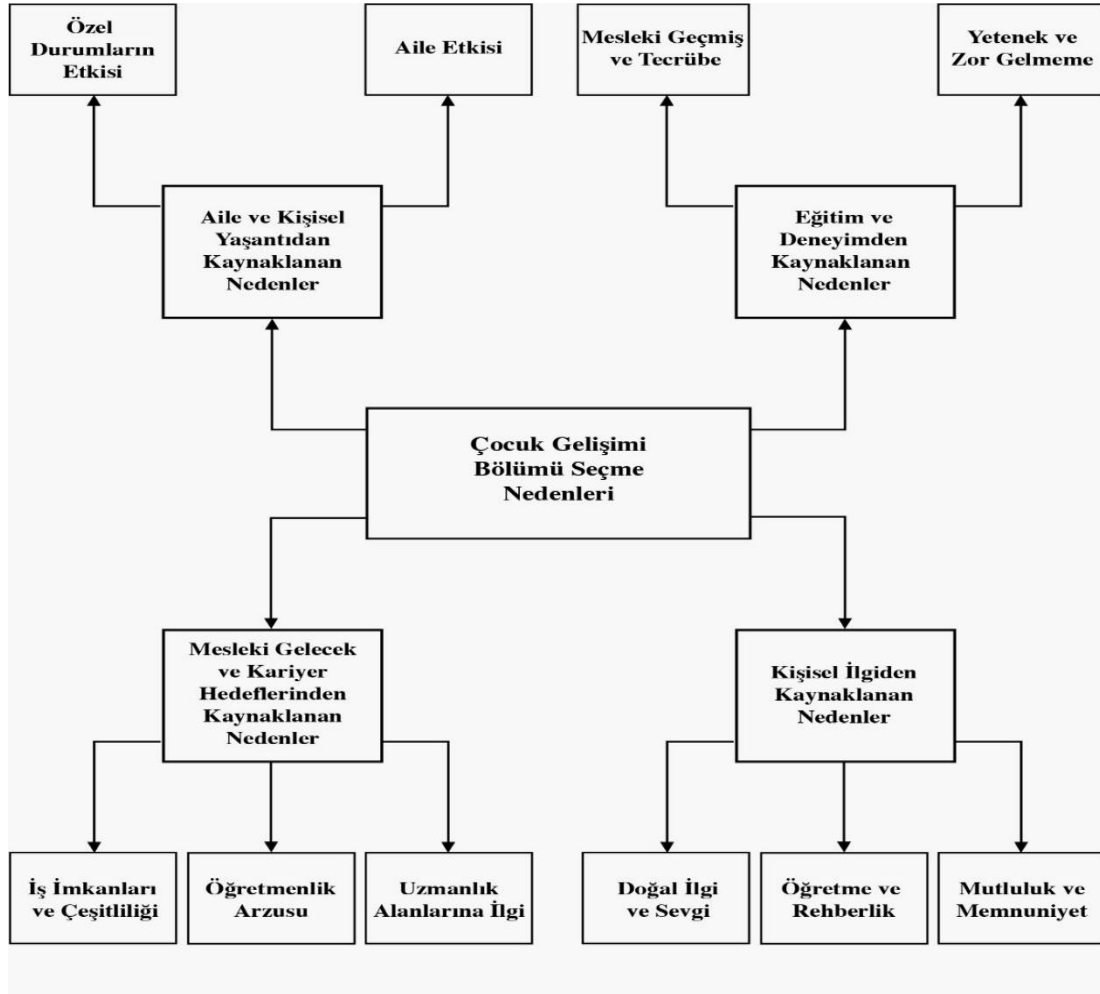
Yukarıdaki tabloya ait bilgiler değerlendirildiğinde, Özgürlük, Güç alt ölçeğinden aldıkları puanlar baba eğitim durumuna göre yapılan incelemede, karşılaştırılan gruplar arası fark gözlemlenmemiştir ($p > .05$).

Psikolojik İhtiyaçlar Ölçeğinden ($F(3,78)=4.43$, $p < .05$) aldıkları puanlar baba eğitim durumuna göre yapılan incelemede, karşılaştırılan gruplar arası fark gözlemlenmiştir. Farklılaşmanın kaynağının belirlenmesi amacıyla, ileri analiz olarak uygulanan Tukey bulgularının sonuçları ele alındığında, babası lise mezunu olanların aldığı puanları babası ilkokul mezunu olanlara kıyasladığımızda anlamlı seviyede yüksek puan aldığı gözlemlenmiştir.

Sevgi ve Ait Olma alt ölçeğinden ($F(3,78)=3.13$, $p < .05$) aldıkları puanlar baba eğitim durumuna göre yapılan incelemede, karşılaştırılan gruplar arası fark gözlemlenmiştir. Games-Howell bulgularına sonuçları ele alındığında, babası üniversite ve üstü dereceden mezun olanların aldığı puanları babası ilkokul mezunu olanlara kıyasladığımızda anlamlı seviyede yüksek puan aldığı gözlemlenmiştir.

Eğlence alt ölçeğinden ($F(3,78)=3.73$, $p < .05$) aldıkları puanlar baba eğitim durumuna göre yapılan incelemede, karşılaştırılan gruplar arası fark gözlemlenmiştir. Farklılaşmanın kaynağının belirlenmesi amacıyla, ileri analiz olarak uygulanan Tukey bulgularının sonuçları ele alındığında, babası lise mezunu olanların aldığı puanları babası ilkokul mezunu olanlara kıyasladığımızda anlamlı seviyede yüksek puan aldığı gözlemlenmiştir.

Nitel Analiz



Şekil 1. “Çocuk Gelişimi Bölümü’nü İsteyerek mi Seçtiniz? Cevabınız evetse sebebini yazınız” sorusuna ilişkin verilen cevaplar

Nitel sorulardan oluşan bu bölümde, Çocuk Gelişimi Bölümü'nü seçen öğrencilerin bu bölümü tercih etme nedenlerini ve motivasyonlarını içeren ifadeler bulunmaktadır. **Nitel sorulardan elde edilen verilerden genel olarak**, çalışmaya katılan öğrencilerin çoğunun, çocuklarla ilgilenmeyi, onlarla vakit geçirmeyi, çocukları eğitmeyi ve çocuk gelişimine katkıda bulunmayı sevdiğini ifade ettikleri görülmektedir. Bazı öğrenciler ise belirli bir çocukluk dönemi deneyimine atıfta bulunarak veya aile üyelerinin mesleki etkileriyle bağlantılı olarak bu bölümü seçtiklerini belirtmişlerdir. K12 kodlu katılımcı "*Çocuklar çok kıymetli, onlara verilecek eğitim de. Bunun farkında olan birisi olarak bu bölümü seçtim.*",

K52 kodlu katılımcı "*Çocuğum özel gereksinimli bir birey. Daha bilgili olmak ve çocuğumu daha iyi yetiştirebilmek için bu bölümü okumaya karar verdim*".,

K81 kodlu katılımcı "*Küçüklüğümde beri çocukları da çok seviyorum öğretmenliği de. İkisi bu bölümde birleşiyor bence.*",

K66 kodlu katılımcı "*Bizim ailede herkes öğretmen, annemin anaokulu var. Zorlanmadan iş bulabileceğimi düşündüğüm için bu bölümü yazdım.*" ifadeleriyle Çocuk Gelişimi Bölümü'nü isteyerek yazdıklarını ifade etmişlerdir.

Bu ifadeler şu şekilde kategorize edilmiştir:

1. Kişisel İlgiden Kaynaklanan Nedenler

- **Doğal İlgi ve Sevgi:**
 - Çocuklara olan içsel sevgi ve ilgi.
 - Küçük yaşlardan itibaren gelen doğal çocuk sevgisi.
- **Öğretme ve Rehberlik:**
 - Çocuklara yeni şeyler öğretme ve rehberlik etme arzusu.
 - Çocukların yaratıcılıklarına rehberlik edebilmek isteme.
- **Mutluluk ve Memnuniyet:**
 - Çocuklarla geçirilen vakitlerde mutlu olma ve memnuniyet.

2. Eğitim ve Deneyimden Kaynaklanan Nedenler

- **Mesleki Geçmiş ve Tecrübe:**
 - Meslek lisesi çocuk gelişimi mezunu olma ve bu alandaki tecrübe.
- **Yetenek ve Zorluk:**
 - Çocuk gelişimi alanında yetenekli hissetme.
 - Mesleğin zor gelmemesi ve yetenekleri doğrultusunda bir seçim olması.

3. Mesleki Gelecek ve Kariyer Hedeflerinden Kaynaklanan Nedenler

- **Öğretmenlik Arzusu:**

- Öğretmen olma arzusu ve çocuklarla özel bir bağ hissetme.
- **İş İmkanları ve Çeşitliliği:**
 - Mesleğin çok yönlü olması ve iş imkanlarının fazla olması.
 - Farklı sektörlerde çalışabilme imkanları.
- **Uzmanlık Alanlarına İlgisi:**
 - Hastanelerde çocuk gelişimi uzmanı veya sosyal hizmetlerde çalışma hedefi.
 - Çocuk psikoloğu olma isteği.

4. Aile ve Kişisel Yaşantıdan Kaynaklanan Nedenler

- **Aile Etkisi:**
 - Aile bireylerinin meslek seçiminde etkisi (örneğin, annenin ana sınıfı personeli olması).
- **Özel Durumların Etkisi:**
 - Otizm tanısı alan bir çocuğa sahip olmanın etkisi.

5. Diğer Nedenler

- **Mesleğin Kutsallığı:**
 - Mesleğin kutsal olduğu algısı ve bu nedenle tercih edilme.
- **Kariyerde Çap Yapma ve Uygunluk:**
 - Mesleki alanda çap yapma ve kendine uygun herhangi bir bölüm seçme düşüncesi.

Dikkat çeken bazı temalar şunlar olabilir:

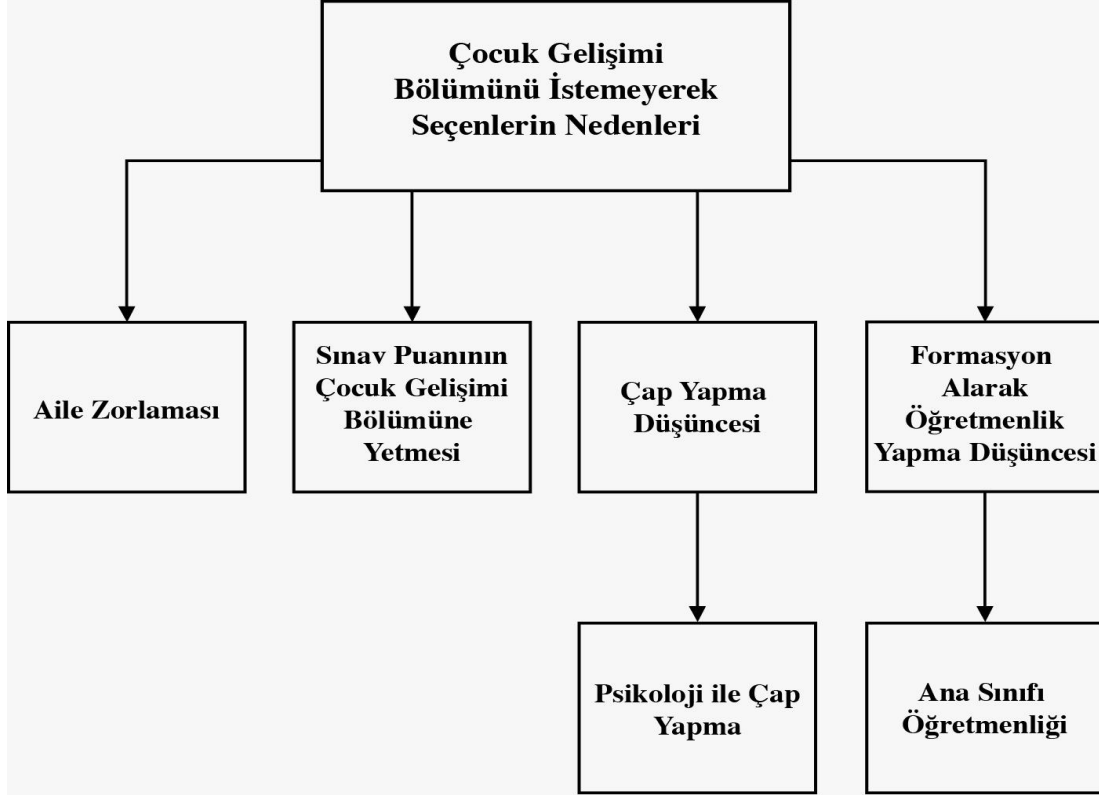
Çocuklara olan sevgi ve ilgi: Birçok öğrenci, çocukları sevmeye, onlarla vakit geçirme ve onların gelişimine katkıda bulunma isteği nedeniyle bu bölümü seçtiğini ifade etmektedir.

Deneyim ve staj: Bazı öğrenciler, mesleki tercihlerini belirlemede staj deneyimlerinin ve çocuklarla geçirilen zamana dayanan deneyimlerinin etkili olduğunu vurgulamışlardır.

Aile etkisi: Bazı öğrenciler, aile üyelerinin bu alandaki meslekleri veya deneyimleri nedeniyle bu bölümü seçtiklerini belirtmişlerdir.

Diğer tercihler ve tesadüf: Birkaç öğrenci, ilk tercihlerine yerleşemedikleri veya başka bir nedenle bu bölümü seçtiklerini dile getirmişlerdir.

Bu detaylı kategorizasyonun yapılmasındaki amaç, Çocuk Gelişimi Bölümü'nü tercih eden öğrencilerin çeşitli motivasyonlarına daha özgün bir bakış açısı sunulabilmesi ve aynı zamanda bu temalar üzerinden derinlemesine çalışma ortaya çıkarılmasıdır.



Şekil 2. “Çocuk Gelişimi Bölümü’nü İstemeyerek mi Seçtiniz? Cevabınız hayırsa sebebini yazınız” sorusuna ilişkin verilen cevaplar

Çocuk Gelişimi Bölümü’nü istemeyerek seçtiklerini ifade eden öğrencilerin yanıtları incelendiğinde sebep olarak aile zorlaması, puanlarının seçilen bölüme yetiyor olmasını, formasyon alarak okul öncesi öğretmenlik yapma ve psikoloji bölümü ile çap yapma düşüncesini göstermişlerdir.

K15 kodlu katılımcı “Ailem istediği için bu bölümü seçtim.”,

K21 kodlu katılımcı “Sınav sonucum ancak bu bölüme yetiyordu, ailem bir daha hazırlanmamı istemedi, çocuk gelişimi bölümünü yaz dedi ben de yazdım”,

K56 kodlu katılımcı “anasınıfı öğretmenliği istiyordum fakat puanı daha yüksek olduğu için yazamadım, son sınıfta formasyon alır mezun olunca da öğretmenlik yaparım düşüncesiyle bu bölümü yazdım.”,

K77 kodlu katılımcı “Psikoloji yazacaktım ama istediğim gibi olmadı ben de puanım yeten bölümü yazıp çap yaparım diye düşündüm.”,

K45 kodlu katılımcı “Ailem zorladığı için yazdım, sınava tekrar girmeyi düşünüyorum.” ifadeleriyle Çocuk Gelişimi Bölümü’nü istemeyerek seçtiklerini ifade etmişlerdir.

Kişilerin istedikleri meslekleri yapmalarının psikolojik ihtiyaç tatmini açısından önemi ile ilgili ailelerin bilgilendirilmesi önem arz etmektedir. Ayrıca üniversite öğrencilerine seçtikleri bölümün olanakları, çap yapabilecekleri bölümler ve mezun olduktan sonra çalışma alanları ile ilgili seminerler düzenlenmesinin faydalı olacağı düşünülmektedir.

Tartışma ve Sonuç

Bu araştırmada, Çocuk Gelişimi Bölümü birinci sınıf öğrencilerinin psikolojik ihtiyaç düzeylerinin bazı demografik değişkenlerine göre belirlenmesi amaçlanmıştır. Araştırmada elde edilen verilerin analizi sonucunda psikolojik ihtiyaç düzeylerinin yaş, kardeş sayısı, mezun olunan lise, aile medeni durumu, anne ve baba eğitim düzeyi, ikamet edilen yer, burs durumu ve sosyo-ekonomik düzeye göre anlamlı fark gösterip göstermediği incelenmiştir. Bunun yanı sıra öğrencilerin Çocuk Gelişimi Bölümü'nü isteyerek seçip seçmedikleri ve sebepleri sorulmuş alınan cevaplar doğrultusunda içerik analizi yapılarak temalar oluşturulmuştur.

Araştırmanın nicel kısmında üniversite öğrencilerinin psikolojik ihtiyaç düzeyi yaş değişkenine göre incelenmiş ölçeğin sevgi ve ait olma, eğlence ve güç alt boyutlarından alınan puanlar yaşa göre anlamlı farklılık göstermezken, özgürlük alt boyutundan alınan puan yaşa göre anlamlı farklılık göstermektedir. 22 ve üzeri yaşlarda özgürlük alt boyutundan alınan puanlar daha yüksektir. Bu durum bireyin yaşının ilerlemesiyle kendini daha özgür hissettiğine işaret edebileceği şeklinde değerlendirilebilir. Bireyin üniversite eğitimine başlaması, iş hayatına atılması ve ailesinden ayrı bir şehirde yaşamaya başlaması daha özgür hissetme sebepleri arasında yer almaktadır. Literatürde yer alan çalışmalarda da benzer bulgular mevcuttur. Yiğit (2012) tarafından yapılan araştırmada özerklik ve yeterlik temel psikolojik ihtiyaçlarının yaşa göre anlamlı farklılık gösterdiği bulunmuştur. Bunun aksine sınıf öğretmeni adaylarının psikolojik iyi oluş düzeylerinin ve üniversite öğrencilerinin psikolojik ihtiyaçlarının yaşa göre anlamlı farklılığın olmadığı araştırmalarda bulunmaktadır (Sarıtaş, 2019; Anna Berdiyev, 2006).

Psikolojik ihtiyaç düzeyleri kardeş sayısına göre değerlendirildiğinde öğrencilerin sahip olduğu kardeş sayılarının ya da tek çocuk olup olmama durumlarının bir etkisinin olmadığı anlamlı farkın bulunmamasıyla sonuçlanmıştır. Literatürde buna benzer sonuçlara rastlanırken (Sarıtaş, 2019; Atarbay, 2017; Açıkgöz, 2016; Bahadır, 2009), anlamlı farkın bulunduğu araştırmalar da mevcuttur (Aydın ve Egemberdiyeva, 2018). Yapılan araştırmalar arasında tutarsızlık olması daha çok çalışmanın yapılması gerektiğini göstermektedir. Yapılacak çalışmalarda ebeveyn tutumlarının da dahil edilmesi kardeş sayısı ile birlikte anne ve babaların çocuklarına

yaklaşımlarını da değerlendireceğinden psikolojik ihtiyaç düzeylerinin tespitinde daha etkili olabilir.

Çocuk Gelişimi Bölümü öğrencilerinin mezun oldukları lise türlerinin psikolojik ihtiyaç düzeyleri üzerindeki etkisi incelendiğinde anlamlı bir farklılığın olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Çelikkaleli vd. (2005) tarafından lise öğrencileri üzerinde yapılan araştırmada psikolojik durumun devam edilen lise türüne göre farklılık gösterdiği belirtilirken, Sarıtaş (2019) tarafından sınıf öğretmeni adayları ile yapılan çalışmada mezun olunan lise türünün psikolojik iyi oluş düzeyleri üzerinde anlamlı bir farkın bulunmadığı sonucuna varılmıştır.

Annelerin eğitim durumlarının psikolojik ihtiyaç düzeylerine etkisinin incelenmesi sonucunda anlamlı bir farklılık olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Literatürde buna paralel sonuçlar yer alırken (Sarıtaş, 2019; Toprak, 2014; Bayraktar, 2011), anne eğitim durumunun psikolojik ihtiyaç doyumunda anlamlı farkının olduğu çalışmalar da mevcuttur (Yiğit, 2012; Uysal, 2006; Çelikkaleli ve Gündoğdu, 2005).

Babaların eğitim durumlarının üniversite birinci sınıf öğrencilerinin psikolojik ihtiyaç düzeylerine etkisinin analizi sonucunda ise ölçeğin alt boyutlarından sevgi ve ait olma, özgürlük ve güç boyutlarına göre anlamlı bir fark olmadığı, eğlence boyutundan alınan sonuçlar ise babanın eğitim durumuna göre anlamlı farklılık göstermiştir. Babası lise mezunu olanların eğlence puanı sıra ortalamaları babası ilkokul ve ortaokul mezunu olanlara göre daha yüksektir. Yapılan çalışmaların bazılarında baba eğitim durumu anlamlı farklılaşmaya neden olmamıştır (Sarıtaş, 2019; Toprak, 2014; Yiğit, 2012).

Çocuk Gelişimi Bölümü birinci sınıf öğrencilerinin psikolojik ihtiyaçlarının ikamet ettikleri yere göre incelenmesi sonucu anlamlı bir fark bulunamamıştır. Bunun aksine literatürde Ilgan vd. (2015) tarafından yapılan araştırmada ailesinin yanında kalan öğrencilerin psikolojik iyilik hallerinin yurtlarda kalanlara kıyasla daha yüksek olduğu belirtilmiştir. Bunun sebebi ailelerin çocuklarının sevgi ihtiyacını olumlu etkilemesi ve çocuklarına olan desteklerini hissettirmeleri olabilir. Bu konu ile alakalı daha fazla araştırma yapılmasının faydalı olacağı düşünülmektedir.

Öğrencilerin kazandıkları burs durumları ve sosyo-ekonomik düzeyleri ile psikolojik ihtiyaç doyumları arasında araştırma sonucuna göre anlamlı farklılık bulunamamıştır ancak Anna Berdiyev (2006) tarafından yapılan çalışmada gelir düzeyi yüksek olan öğrencilerin psikolojik uyumlarının daha iyi olduğu belirtilmiştir. Literatür incelendiğinde sosyo-ekonomik düzey ve psikolojik ihtiyaç doyumlarının ilişkilendirildiği sınırlı sayıda çalışma bulunmaktadır. Farklı sosyo-ekonomik düzeye sahip öğrenci ve ailelerinin yer aldığı derinlemesine incelemelerin

yapılacağı nitel çalışmaların sosyo-ekonomik düzeyin psikolojik iyi oluş üzerinde olan etkileri araştırılabilir.

Psikolojik ihtiyaç ölçeğinin alt boyut puanları üniversite öğrencilerinin ailelerinin medeni durumuna göre incelendiğinde gruplar arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır. Literatürde üniversite öğrencilerinin ailelerinin medeni durumlarının psikolojik ihtiyaç düzeylerine etkisinin araştırıldığı bir çalışmaya rastlanmamıştır. Ailelerin medeni durumu çocukların özellikle sosyal ve duygusal gelişimlerini etkilemektedir. Beraber, boşanmış ya da ayrı yaşayan ailelerin örneklem olarak alındığı çalışmalar tasarlanabilir. Yaş gruplarına göre çocukların ebeveynlerin boşanma durumundan farklı etkilenecekleri düşünüldüğünde çocuğun yaşı da dikkate alınarak ailelerin medeni durumundaki değişimin çocuğun psikolojik durumu üzerindeki etkileri tartışılabilir.

Son olarak çalışmanın nitel kısmında üniversite öğrencilerine Çocuk Gelişimi Bölümü'nü isteyerek seçip seçmedikleri sorulmuş, yapılan analiz sonucu ölçeğin eğlence alt boyutunda anlamlı fark çıkmamış fakat sevgi ve ait olma, özgürlük ve güç boyutlarında anlamlı farklılık olduğu sonucuna varılmıştır. Çocuk Gelişimi Bölümü'nü isteyerek tercih eden öğrencilerin güç, özgürlük, sevgi ve ait olma alt boyutlarından aldıkları sıra puan ortalamaları bölümü istemeyerek tercih edenlerin öğrencilere nazaran daha yüksektir. Bu noktada bireylerin meslek seçimlerinin istek, yetenek ve ileriye dönük hayalleri doğrultusunda gerçekleşmesinin psikolojik ihtiyaç doyumları olumlu etkilediği kanısına ulaşılmaktadır. Bu durum mesleğin severek ve tutkuyla icra edilmesini dolayısıyla başarılı olunmasını desteklemektedir. Meslek ve bölüm seçimi için gençlerin tercih yapmadan önce gerekli seminerlere katılmalarının ve danışmalık hizmeti almalarını faydalı olacağı düşünülmektedir.

Öneriler

Yapılan araştırma sonuçları doğrultusunda aşağıdaki önerilere yer verilmiştir:

Benzer içerikte bir araştırma daha çok sayıda öğrenciden oluşan bir örneklem grubu ve Çocuk Gelişimi Bölümü tüm kademeleri dahil edilerek yapılabilir böylelikle kademeler arası psikolojik ihtiyaç düzeyleri kıyaslanabilir.

Literatür taraması sonucunda, üniversite öğrencilerinin psikolojik ihtiyaç düzeylerine etki edebilecek faktörler arasında ailelerinin medeni durumu ve burs oranlarına dair bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu bağlamda, bu konuları içeren çalışmaların gerçekleştirilmesi, literatüre önemli bir katkı sağlayabilir.

Yapılacak çalışmalarda psikolojik ihtiyaç düzeyinin kardeş sayısı ve ebeveyn tutumlarıyla beraber değerlendirilmesinin faydalı olacağı düşünülmektedir.

Yapılan analiz sonucu aralarında anlamlı ilişki bulunan yaşın özgürlük hissine etkisi ve yaş ilerledikçe kişinin sahip olduğu özgürlüğünü etkileyecek etmenler ile ilgili daha fazla çalışma yapılabilir.

Üniversite öğrencilerine yönelik psikolojik ihtiyaçlarını destekleyecek programlar geliştirilebilir. Özellikle üniversiteye yeni başlamış öğrenciler için psikolojik destek sağlayan kaynaşma programları düzenlenebilir.

Üniversite sınavına girecek olan öğrencilere meslek seçimi ve üniversite bölüm tercihleri ile ilgili seminerler düzenlenebilir, soru cevap kısımlarıyla kendileri için uygun bölüm tercihi yapmaları desteklenebilir.

Son olarak, üniversitelerin farklı bölümlerinden oluşan örneklem grupları ile psikolojik ihtiyaç düzeyleri ve bölüm seçme sebeplerinin incelendiği araştırmalar yapılabilir.

KAYNAKÇA

Açıkgöz, M. (2016). Çukurova Üniversitesi Tıp Fakültesi öğrencilerinin psikolojik sağlık ile mizah tarzları ve mutluluk düzeyi arasındaki ilişkinin incelenmesi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.

Anna Berdiyev, D. (2006). *Türkiye'de eğitim gören Türk Cumhuriyetleri ve Türk üniversite öğrencilerinin psikolojik yardım arama tutumları, psikolojik ihtiyaçları ve psikolojik uyumlarının bazı değişkenler açısından incelenmesi* (Master's thesis, Ege Üniversitesi). <https://hdl.handle.net/11454/2030>

Arnett, J. J. (2023). *Emerging adulthood: The winding road from the late teens through the twenties*. Oxford University Press.

Atarbay, S. (2017). *Farklı bölümlerde öğrenim gören üniversite öğrencilerinin sosyal kaygı düzeylerinin psikolojik dayanıklılıklarına etkisi* (Master's thesis, Eğitim Bilimleri Enstitüsü).

Aydın, M., & Egemberdiyeva, A. (2018). Üniversite öğrencilerinin psikolojik sağlık düzeylerinin incelenmesi. *Türkiye Eğitim Dergisi*, 3(1), 37-53.

Aydın-Çakır, A., & Türkeş- Kılıç, S. (2021). Bilimsel çalışmalarda karma yöntem nasıl kullanılır?. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (42), 1-15. <https://doi.org/10.30794/pausbed.802568>

Bahadır, E. (2009). Sağlıkla ilgili fakültelerde eğitime başlayan öğrencilerin psikolojik sağlık düzeyleri. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Hacettepe Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

Bayraktar, G. (2011). Güreş eğitim Merkezlerindeki Güreşçilerin Temel Psikolojik İhtiyaçlarının ve Depresyon Düzeylerinin Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi *Spormetre Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 2011, IX (1) 15-23. https://doi.org/10.1501/Sporm_0000000195

Büyükbayraktar, Ç. G., Bozgeyikli, H., & Kesici, Ş. (2018). Gençlerin Psikolojik İhtiyaçları Nelerdir?. *OPUS International Journal of Society Researches*, 8(1), 11-26. <https://doi.org/10.26466/opus.395945>

Creswell, W. J. (2009). *Research Design: Qualitative, quantitative and mixed methods approaches* (3rd ed). Thousand Oaks, CA: Sage.

Çelikkaleli, Ö., Gökçakan, N., & Çapri, B. (2005). Lise öğrencilerinin bazı psikolojik ihtiyaçlarının cinsiyet, okul türü, anne ve baba eğitim düzeyine göre incelenmesi. *Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 18(2), 245-268.

Çelikkaleli, Ö. & Gündoğdu, M. (2005). Eğitim fakültesi öğrencilerinin psikolojik ihtiyaçları. *İnönü Üniversitesi, Eğitim Fakültesi Dergisi*, 6 (5), 43–53.

Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1985). The general causality orientations scale: Self-determination in personality. *Journal of research in personality*, 19(2), 109-134. [https://doi.org/10.1016/0092-6566\(85\)90023-6](https://doi.org/10.1016/0092-6566(85)90023-6)

Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2000). The " what " and " why " of goal pursuits: Human needs and the self-determination of behavior. *Psychological inquiry*, 11(4), 227-268. https://doi.org/10.1207/S15327965PLI1104_01

Duran, N., & Ülküer, N. (2019). Özel Gereksinimli Çocukların Kaynaştırma Eğitimindeki Kabulü ve Toplum Kazandırılması. İstanbul Üsküdar Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi.

Duran, N., & Ülküer, N. (2021). Kaynaştırma uygulamasının gelişimsel boyutta değerlendirilmesi. *Turkish Special Education Journal: International*, 3(1), 70-91.

Eşici, H. (2021). Beliren Yetişkinlik Dönemindeki Bireyler İçin Temel Psikolojik İhtiyaçlar Ölçeği'nin Geliştirilmesi. *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 25(2), 443-454.

Eşici, H., & Özbay, Y. (2020). Beliren Yetişkinlikte Romantik İlişki Kalitesi ile Bağlanma İlişkisinde Psikolojik İhtiyaçlar ve Zedelenmiş Otonominin Aracı Etkisi. *21. Yüzyılda Eğitim ve Toplum Eğitim Bilimleri ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(26), 267-288.

Fincham F. D & Cui M. (2011). *Emerging Adulthood and Romantic Relationships: An Introduction*, Cambridge Universty Press.

Glasser, W., (1989). *Control Theory in the Practice of Reality Therapy: Case Studies*. New York, NY: Harper & Row Publishers

Glasser.W. (2003). *Seçim Teorisi (Çev: Müge İzmirli)*. İstanbul: Hayat Yayınları.

Gündoğdu, R., & Yavuzer, Y. (2012). Eğitim fakültesi öğrencilerinin öznel iyi oluş ve psikolojik ihtiyaçlarının demografik değişkenlere göre incelenmesi. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, (23), 115 – 131.

Henning, G., Bjälkebring, P., Stenling, A., Thorvaldsson, V., Johansson, B. ve Lindwall, M. (2019). Temel psikolojik ihtiyaçların tatmini ile emeklilik sonrası refah arasındaki kişi içi ve kişiler arası ilişkilerdeki değişiklikler. *Kişilik Araştırmaları Dergisi*, 79, 151-160. <https://doi.org/10.1016/j.jrp.2019.03.008>

Hopper, E. (2020). Maslow's hierarchy of needs explained. *ThoughtCo, ThoughtCo*, 24, 1-3.

İlgan, A., Sevinç, Ö. S., Niron, D. G., Kılıç, A., & Yumuşak, A. (2015). Lisans öğrencilerinin psikolojik iyilik hallerinin ygs puanları ve çeşitli değişkenler ile ilişkisi. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 11(2). <https://doi.org/10.17860/efd.57173>

İnanç, B.Y. & Yerlikaya, E.E. (2020). *Kişilik kuramları*. Ankara: Pegem Akademi.

Kanoğlu B. (2007). *Çalışan Memnuniyeti ve Motivasyonuna Etki Eden Unsurlar: İstaç A.Ş. Örnek Uygulama*. İstanbul Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, 23.

Kaya, H. ve Altun, Ö. Ş. (2015). Hemşirelerin temel psikolojik ihtiyaçları ve etkileyen faktörler. *Sağlık Bilimleri ve Meslekleri Dergisi*, 5(3), 295-305. <https://doi.org/10.17681/hsp.295869>

Kesici, Ş., Üre Ö., Bozgeyikli, H. & Sünbül, A. M. (2003). Temel psikolojik ihtiyaçlar ölçeğinin geçerlik ve güvenilirliği. VII. Ulusal PDR Kongresi Bildiri Özetleri Kitabı, Malatya. <http://doi.org/10.30900/kafkasegt.1028815>

Kılıç, S. (2013). Örneklem yöntemleri. *Journal of Mood Disorders*, 3(1), 44-6. <https://doi.org/10.5455/jmood.20130325011730>

Kline, T. J. (2005). *Psychological testing: A practical approach to design and evaluation*. Sage publications.

Maslow, A. H., (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370-396.

Maxwell, J. A. (2008). *Designing a qualitative study* (Vol. 2, pp. 214-253). The SAGE Handbook of Applied Social Research Methods.

Merriam, S. B. (2013). *Qualitative Research: A Guide to Design and Implementation*. Jossey-Bass.

Miles, M. B., and Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An Expanded Sourcebook*. Sage. Thousand Oaks, CA

Özet, B. (2022). 7-9 Yaş Çocukların Pandemi Sürecinde Deneyimledikleri Uzaktan Eğitimin Sosyal Gelişimlerine Etkisinin Resim Analizi Aracılığıyla İncelenmesi. İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi.

Ross-Plourde, M., & Basque, D. (2019). Motivation to become a parent and parental satisfaction: The mediating effect of psychological needs satisfaction. *Journal of Family Issues*, 40(10), 1255-1269. <https://doi.org/10.1177/0192513X19836458>

Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2017). Self-determination theory. *Basic psychological needs in motivation, development, and wellness*.

Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2024). Self-determination theory. In *Encyclopedia of quality of life and well-being research* (pp. 6229-6235). Cham: Springer International Publishing.

Ryan, R. M., & La Guardia, J. G. (2000). What is being optimized?: Self-determination theory and basic psychological needs. In S. H. Qualls & N. Abeles (Eds.), *Psychology and the aging revolution: How we adapt to longer life* (pp. 145–172). American Psychological Association. <https://doi.org/10.1037/10363-008>

Ryan, R. M., (1995). Psychological Needs and the Facilitation of Integrative Processes. *Journal of Personality*, 63(3):397-427. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6494.1995.tb00501.x>.

Santrock, J. W. (2021). Yaşam boyu gelişim (Çev. G. Yüksel, Gözden Geçirilmiş Yeni Baskı). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık (Orijinal yayın tarihi, 2011).

Sarıtaş, S. (2019). *Sınıf öğretmeni adaylarının psikolojik iyi oluş halleri, mesleki kaygı düzeyleri ve özyeterlik inançlarının incelenmesi* (Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi, Türkiye).

Schutte, N. S., & Malouff, J. M. (2021). Basic psychological need satisfaction, affect and mental health. *Current Psychology*, 40, 1228-1233.

Staub, E. (2003). The basic human needs and their role of altruism and aggression. In E. Staub (Ed.), *The Psychology of Good and Evil: Why Children, Adults, and Groups Help and Harm Others* (pp. 52-67). New York: Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511615795>

Şahin, E., & Fidan, O. (2009). Psikolojik ihtiyaçları farklı lise öğrencilerinin saldırganlık düzeyleri. *Turkish Psychological Counseling and Guidance Journal*, 4(32), 64-74. <https://doi.org/10.17066/pdrd.84871>

Toprak, H. (2014). *Ergenlerde mutluluk ve yaşam doyumunun yordayıcısı olarak psikolojik sağlık ve psikolojik ihtiyaç doyumu* (Doktora Tezi, Sakarya Üniversitesi, Türkiye).

Usta, M. (2019). Aile işlevselliğinin psikolojik ihtiyaçları karşılamadaki rolü. *Aile Psikolojik Danışmanlığı Dergisi*, 2(2), 1-20.

Uysal, H. (2006) Almanca Bölümü Öğrencilerinin İhtiyaçlarının Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

Williams, G., Cox, E., Hedberg, V. & Deci, E. (2000). Extrinsic Life Goals and Health Risk Behaviors in Adolescents. *Journal of Applied Social Psychology*, 30 (8), 1756-1771. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2000.tb02466.x>

Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2018). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri [Qualitative research methods in the social sciences]*. Ankara: Seçkin yayıncılık.

Yiğit, R. (2012). Konya ilinde öğrenim gören yabancı uyruklu üniversite öğrencilerinin temel psikolojik ihtiyaçlarının bir kısım değişkenler bakımından incelenmesi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (27), 317-326.

YÜKSEKÖĞRETİMDE KÜRESEL BİR PERSPEKTİF: TÜRKİYE VE ABD'DEKİ ULUSLARARASI ÖĞRENCİLER

Zehra GÜL - Fırat Semih AVŞAR⁵

Özet

Küreselleşen dünyada, teknolojik gelişmeler ve artan ulaşım imkanları nedeniyle insan hareketliliği artmaktadır. Bu bağlamda, uluslararası öğrenci hareketliliği ülkeler için önemli bir konu haline gelmiştir. Uluslararası öğrencilerin ekonomik getirileri, ülke prestiji ve tanıtımına sağladıkları katkılar göz ardı edilemez. Türkiye, Asya, Afrika ve Avrupa'nın kesişim noktasında yer almasıyla çeşitli uluslararası öğrencilere ev sahipliği yapmaktadır. Bu öğrencilerin kültürel, akademik, ekonomik ve diplomatik açıdan katkıları büyüktür. Öğrenci hareketliliği, giderek artarken, ülkeler için maddi kazanç ve önemli bir sermaye kaynağı oluşturmaktadır. Bu yazıda, Türkiye'ye gelen uluslararası öğrenciler ile Amerika Birleşik Devletleri'ndeki uluslararası öğrencilerin genel durumu ve ekonomiye katkıları ele alınacak; iki ülkenin verileri karşılaştırılarak uluslararası öğrencilerin ülkeler açısından önemi değerlendirilecektir.

Anahtar kelimeler: Uluslararası Öğrenci, Yükseköğretim, Amerika'da Uluslararası Öğrenci, Türkiye'de Uluslararası Öğrenci

A GLOBAL PERSPECTIVE IN HIGHER EDUCATION: INTERNATIONAL STUDENTS IN TÜRKİYE AND THE USA

Abstract:

In a globalized world, human mobility has increased due to technological advancements and enhanced transportation opportunities. In this context, international student mobility has become an important topic for countries. The economic benefits of international students, along with their contributions to national prestige and promotion, cannot be overlooked. Turkey, situated at the intersection of Asia, Africa, and Europe, hosts a diverse range of international students. These students have significant cultural, academic, economic, and diplomatic contributions. As student mobility continues to rise, it presents countries with substantial financial gains and serves as an important resource. This paper will discuss the general status and economic contributions of international students in Turkey and the United States,

⁵ İstanbul medipol Üniversitesi, ORCID: 0009-0001-0193-883X

comparing data from both countries to evaluate the significance of international students for each nation.

Keywords: International Student, Higher Education, International Students in the United States, International Students in Turkey

Giriş

Üniversite öğrencilerinin kendi ülkeleri dışında başka bir üniversitede eğitim almak için pek çok nedenleri olabilir. Bunlar yeni bir dil öğrenme, daha iyi bir eğitim alma, farklı kültürler tanıma ve kariyer fırsatının daha çok olması bu nedenler arasında sayılabilir. Üniversiteler eğitim sürecinde daha fazla bilgi sahibi olunan, uzmanlaşma ve kariyer geliştirme aşamasını ifade ettiğini de söyleyebiliriz. Üniversiteyi etimolojik olarak incelediğimizde ise;

“Fransızca université "üniversite" sözcüğünden alıntıdır. Fransızca sözcük Geç Latince universitas "1. lonca, tüzel kişilik, birlik, 2. 13. yy'da Paris, Oxford ve Cambridge'de öğrenci ve öğretim üyelerinin haklarını korumak üzere kurulan loncalara verilen ad" sözcüğünden alıntıdır. Bu sözcük Latince universus "tüm, genel" sözcüğünden türetilmiştir.” (Üniversite, 2023)

Üniversite kelime kökeni bakımından geneli ifade ederken universal yani evrensel kelime kökeninden gelmektedir. Bu açıdan incelendiğinde üniversite öğrencileri kendi durumları itibarıyla evrensel bir yapı içerisinde bulunmaktadır. Küreselleşen dünya içerisinde üniversitelerin ve haliyle öğrencilerin de evrensel hareket etmelerinden doğal bir şey düşünülemez. Uluslararası öğrencilerin bu hareketliliği öğrenim gördükleri ülke açısından pek çok olumlu katkı sunduğunu söylemek mümkündür. Nitekim Türkiye açısından bakıldığında Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı (YTB) uluslararası öğrenci hareketliliğini Türkiye'nin yükseköğretimde uluslararasılaşma çalışmaları, akademik gelişme ve etkileşim, ekonomik kalkınma ve dayanışma, sosyal ve kültürel etkileşim son olarak da siyasî ve diplomatik ilişkilerin geliştirilmesi olmak üzere temelde bu dört esasa dayandığını belirtilmektedir. (Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı, 2023)

Dünyada uluslararası eğitimi ve uluslararası eğitim sektörünü etkileyen başlıca dinamikler ve eğilimlere bakıldığında; küreselleşme ve İngilizcenin 'küresel dil' özelliği kazanması, bilgi toplumu, artan rekabet, yüksek öğretime talebin sürekli artma eğiliminde olması, yeni teknolojiler (Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu (DEİK), 2013) olduğu belirtilmektedir. Uluslararası öğrenci hareketliliğini etkileyen diğer faktörlere bakıldığında ise harç ücretleri,

yaşam giderleri, ülkelerin akrabalık ilişkileri, yabancı dilde uzmanlık, üniversitelerin akademik başarıları, vize işlemleri ve çalışma fırsatları öğrencilerin başka bir ülkede eğitim almalarını önemli ölçüde etkileyen faktörler olarak belirtilmektedir. (Levent & Karaevli, Uluslararası Öğrencilerin Eğitimine Yönelik Politikalar ve Türkiye için Öneriler, 2013) Türkiye’de eğitim gören uluslararası öğrencilerin yabancı dil öğrenimi, farklı arkadaşlıklar edinilmesi, özgüven artırımını, kültürlerarası anlayışın yüksek olduğu medeni ve akademik bir kimlik kazanımı gibi durumlar da uluslararası öğrencilerin büyük bir bölümünün ortak amacını oluşturmaktadır.

Tekin (2022), Uluslararası eğitimin tercih sebeplerine bakıldığında küreselleşmenin getirdiği ulaşılabilirlikle birlikte daha iyiye ulaşma hedefi içerdiği anlaşılmaktadır. Bir diğer husus ise öğrenciler açısından en iyi, en kaliteli ve en uygun maliyetli olan eğitim hangi ülke ise oranın tercih edilmesidir.

2021 yılı UNESCO İstatistik Enstitüsü (UIS) verilerine bakıldığında 6.387.488 uluslararası öğrencinin eğitim amacıyla başka bir ülkeye gittiği görülmektedir. (UIS.Stat, 2023) Verilere bakıldığında bu büyüklükte bir insan sirkülasyonunun olması ülkeler açısından uluslararası öğrencileri cazip hale getirmektedir. Nitekim uluslararası öğrencilerin buldukları ülkelerin tanıtımı, ekonomisi ve kültürel gelişme ve diplomatik ilişkilerin gelişmesine katkı sunduğu görülmektedir.

UDEF (2023) raporuna göre, üniversite öğrencilerinin kendi ülkeleri dışında başka bir üniversitede eğitim almak için birçok nedeni bulunmaktadır. Bu nedenler arasında yeni bir dil öğrenme, daha iyi bir eğitim alma, farklı kültürlerle tanışma ve kariyer fırsatlarının artması sayılabilir. Uluslararası öğrenciler, buldukları üniversitelerin evrensel yapılarını geliştirmekte önemli bir rol oynamaktadır. Türkiye’deki 350 bin uluslararası öğrencinin, ülke ekonomisine yıllık katkısı yaklaşık 2,5 milyar ile 3 milyar dolar arasında bir hareketlilik sağlamaktadır. Bu süreçte öğrenciler ırkçılık, ayrımcılık ve ön yargılarla karşılaşabilirler. Avşar, Gülce (2024). Yükseköğretim kurumları, ayrımcılığı önlemek ve eşitliği sağlamak amacıyla çeşitli girişimlerde bulunmaktadır. Ancak, bu girişimlerin daha etkili hale gelmesi ve ayrımcılıkla mücadelede kalıcı sonuçlar elde edebilmek için daha kapsamlı ve ileri düzey stratejilere ihtiyaç duyulmaktadır. Uluslararası öğrenciler de bu süreçler karşısında kurumları ile irtibatta bulunarak süreci yürütmektedir.

Dünya genelinde ise uluslararası öğrenci sayısı 7 milyona ulaşmıştır. Bu da uluslararası eğitim alanında meydana gelen büyümenin ve öğrencilerin eğitim aldıkları ülkelerde yarattıkları ekonomik hacmin altını çizmektedir. UDEF’in çalışmaları, öğrencilerin üniversitelerin evrensel

yapısına ve kültürel çalışmalara sağladıkları zenginliklerin yanı sıra, ekonomik katkılarının da oldukça büyük olduğunu vurgulamaktadır.

Uluslararası öğrencilerin buldukları ülkeye sağladığı ekonomik katkılar, sadece eğitim masraflarıyla sınırlı kalmayıp, konaklama, ulaşım ve günlük harcamalar gibi birçok alanda kendini göstermektedir. Bu durum, ülkelerin uluslararası öğrenci hareketliliğini bir fırsat olarak değerlendirmesi gerektiğini ortaya koymaktadır.

Türkiye’de Uluslararası Öğrenciler ve Ekonomiye Katkısı

Üniversite öğrencilerinin eğitim için yurtdışında bir üniversite tercihleri günden güne arttığı gözlemlenmektedir. Dünya geneline baktığımızda, 2000 yılında 2,1 milyon olan toplam uluslararası öğrenci sayısının 2021 yılında üç katına çıkarak 6,3 milyonu geçtiği görülmektedir. (Özvar, 2023) bu rakamlar doğrultusunda giderek artan bir trend haline gelen yurtdışında eğitim faaliyetleri ülkeler için de göz ardı edilemeyecek bir alan haline almıştır. Türkiye de uluslararası öğrencilerin yurtdışı eğitim için tercih ettikleri ülkeler arasında yer almaktadır.

Türkiye, 1990'ların başlarından itibaren uluslararası öğrencilerin ülkemizde eğitim almaları ve tercih etmeleri için politika çalışmalarına başlamıştır. Bu politikanın bir sonucu olarak Büyük Öğrenci Projesi (BÖP) hayata geçirilmiş ve 1992-1993 akademik yılından itibaren Türkiye’ye Türk Cumhuriyetleri ve Akraha Toplulukları'ndan burslu olarak öğrenci kabul edildiği bilinmektedir. (Levent & Karaevli, Uluslararası Öğrenci Hareketliliğinde Türkiye’nin Durumu, 2013) Uluslararası öğrencilerin Türkiye’de üniversite okumaları için devlet politikalar geliştirmeye ve burs imkanı sağlamaya başlamıştır. Böylelikle dünya üzerinde öğrenci hareketliliğindeki payını arttırmayı hedeflemiştir.

Türkiye’de 2000 yılında yaklaşık 18 bin kayıtlı uluslararası öğrenci varken, 2022 yılı itibarıyla 198 ülkeden gelen 300 binden fazla uluslararası öğrenciye sahip olduğu belirtilmektedir. (Özvar, 2023) bu verilere bakıldığında 12 yıl içerisinde Türkiye’de okumayı tercih eden öğrenci sayısı giderek arttığı gözlemlenmiştir.

ULUSLARARASI ÖĞRENCİLERİN UYRUKLARINA GÖRE SAYILARI, 2023- 2024
NUMBER OF FOREIGN STUDENTS BY NATIONALITY, 2023- 2024

	YENİ KAYIT NEW ADMISSIONS		
	E	K	T
TOPLAM	194076	142290	336366
ÜLKE	E	K	T
SURİYE ARAP CUMHURİYETİ	33183	27567	60750
AZERBAYCAN CUMHURİYETİ	27024	13330	40354
TÜRKMENİSTAN	13971	15155	29126
İRAN İSLAM CUMHURİYETİ	12690	16234	28924
IRAK CUMHURİYETİ	7633	5520	13153
KAZAKİSTAN CUMHURİYETİ	5326	6632	11958
MISIR ARAP CUMHURİYETİ	7069	3626	10695
AFGANİSTAN İSLAM CUMHURİYETİ	6539	2610	9149
SOMALİ FEDERAL CUMHURİYETİ	5636	3236	8872
YEMEN CUMHURİYETİ	6315	1612	7927

Tablo-1: 2023-2024 yabancı uyruklu öğrencilerin uyuurklarına göre sayıları (<https://istatistik.yok.gov.tr/>)

Türkiye’de eğitim alan uluslararası öğrencilerin güncel durumuna bakıldığında Tablo-1’de 2023-2024 yılı arasında Türkiye’ye gelen uluslararası öğrencilerin toplam sayıları 336.366 olduğu görülmektedir. Türkiye’de üniversitelere kayıt yaptıran öğrencilerin uyruk dağılımına bakıldığında ise ilk sırada Suriye olmak üzere Azerbaycan, Türkmenistan, İran, Kazakistan, Mısır, Irak, Afganistan, Somali ve Sudan olarak sıralanmaktadır. Bu göstergeler ışığında Türkiye’ye okumaya gelen uluslararası öğrencilerin coğrafi ve kültürel yakınlığın olduğu ülkeleri tercih ettiğini kanıtlar niteliktedir. Nitekim BÖP projesiyle başlayan uluslararası

öğrenci kabulünün etkisiyle daha çok çevre ülkelerden öğrencilerin Türkiye'yi tercih ettiği de anlaşılmaktadır.

Yükseköğretim Kurulu Başkanı Prof. Dr. Erol Özvar'ın Kasım 2022 yılında yaptığı açıklamaya göre Türkiye'de 198 ülkeden toplamda 300.000'i aşkın uluslararası öğrencinin bulunduğunu ve her öğrencinin yıllık ortalama 7000 dolarlık harcama yaptığı verisi üzerinden değerlendirme yapıldığında öğrencilerin Türkiye'ye 2,1 milyar doların üzerinde yıllık katkısının olduğunu belirtmiştir. (Kabırova, 2023)

YÖK (2024), Türkiye'ye gelen uluslararası öğrencilerin uyruklarına göre yapılan 2023 ve 2024 yılı verilerine göre, Suriye Arap Cumhuriyeti'nden gelen öğrencilerin sayısı 60.750 olarak gözlemlenmiş olup bu sayı, geçici koruma statüsündeki Suriyeliler ve farklı ülkelerde bulunan Suriyelilerin eğitim vizesiyle Türkiye'ye gelmesiyle artmıştır. Artışın, bölgesel krizler ve göç nedeniyle yaşandığı açıktır. İkinci sırada Azerbaycan yer almaktadır. 1980'lerin sonundan itibaren Türkiye ile Azerbaycan arasındaki kültürel etkileşim ve öğrenci değişimi, iki ülke arasındaki diplomatik ilişkilerin gelişimi ile birlikte artmıştır. Azerbaycan'dan Türkiye'ye gelen öğrenci sayısı ise 40.354'tür. Üçüncü sırada Türkmenistan bulunmaktadır. Türkmenistan'dan gelen öğrencilerin çoğu, Türkiye'deki vakıf üniversitelerine yerleşerek eğitim alırken, aynı zamanda çalışma imkânlarından da faydalanmaktadır. Türkiye'ye eğitim için gelen öğrencilerin büyük bir kısmının ortak kültür ve Orta Doğu kökenli olduğu gözlemlenmiştir. Özellikle Suriye, İran, Irak, Afganistan, Yemen ve Mısır gibi Arap Baharı sonrası gelişmelerin etkisiyle bu bölgelerden gelen öğrenci sayısında belirgin bir artış yaşanmıştır.

Indicator	Asia: Students from Turkey, both sexes (number)						
	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Azerbaycan	2016	2002	1950	2257	2571	2870	3120
Ukrayna	1427	1406	1593	2284	2977	..	2105
Bosna Hersek	1506	1500	893	584	505	660	751
Kırgızistan	656	624	510	532	509	499	481
Ürdün	269	225	173	195	204	208	208
Gürcistan	360	224	243	167	161	310	163
Malezya	55	..	167	188	126	102	119
Katar	52	55	46	59	42	57	91
Belarus	107	90	76	69	88	77	65
Arnavutluk	..	123	97	78	54	47	46

Tablo-2: 2017-2022 yılları arası Türkiye’den giden uluslararası öğrenci verileri. <http://data.uis.unesco.org/Index.aspx> sitesinden alınmıştır.

Bununla birlikte Türkiye’den yurtdışında eğitim almak için giden öğrencilerin ülke seçimlerine bakıldığında ise Tablo-2’de görüldüğü üzere 2017-2023 yılları arasında Türkiye’den giden uluslararası öğrencilerin en çok Azerbaycan olmak üzere sırasıyla Ukrayna, Bosna Hersek, Kırgızistan, Ürdün, Gürcistan, Malezya, Katar, Belarus ve Arnavutluk’a gittiği görülmektedir. Ayrıca tablodaki ülkelere bakıldığında coğrafi yakınlık ve kültürel benzerlik gösteren ülkelerin olması Türk öğrencilerinin coğrafi ve kültürel yakınlık gösteren ülkeleri daha çok tercih ettiğini göstermektedir.

Amerika Birleşik Devletleri’nde Uluslararası Öğrenciler ve Ekonomiye Katkısı

Uluslararası öğrencilerin yurtdışında eğitim için tercih ettiği ülkelerin başında Amerika Birleşik Devletleri’nin geldiği görülmektedir. 2018-2019 eğitim-öğretim yılı için Uluslararası Eğitim Enstitüsünün (IIE) uluslararası eğitim değişimi üzerine yayımladığı Açık Kapılar Raporu’na göre, Amerika Birleşik Devletleri (ABD) yükseköğrenimine kayıtlı uluslararası öğrenci sayısının 1 milyon 95 bin 299 olduğu belirtilmiştir. (Aydoğmuş, 2023) Dünya genelinde 2021 yılı verilerine göre 6.4 milyona yaklaşan uluslararası öğrenci sayısına bakıldığında uluslararası öğrenci payının %16’lık bir oranının ABD üniversitelerinde eğitim alan öğrenciler olduğu görülmektedir.

2018-2019 Yılı Amerika Birleşik Devletleri Yabancı Öğrenci Sayısı	
Ülke	Öğrenci Sayısı
Çin	369.548
Hindistan	202.014
Güney Kore	52.250
Suudi Arabistan	37.080
Kanada	26.112
Vietnam	24.392
Tayvan	23.369
Japonya	18.105

Tablo-3: 2019 Uluslararası Eğitim Enstitüsü Açık Kapı Raporu 2018-2019 Yılı Amerika Birleşik Devletleri Yabancı Öğrenci Sayısı

2023-2024 Yılı Amerika Birleşik Devletleri Yabancı Öğrenci Sayısı	
Ülke	Öğrenci Sayısı
Hindistan	331.602
Çin	277.398
Güney Kore	43.149
Kanada	28.998
Tayvan	23.157
Vietnam	22.066
Nijerya	20.029
Bangladeş	17.099

Tablo-3: 2024 Uluslararası Eğitim Enstitüsü Açık Kapı Raporu 2023/2024 Yılı Amerika Birleşik Devletleri Yabancı Öğrenci Sayısı

2023-24'te ABD'deki uluslararası öğrencilerin toplam sayısı %7 artarak rekor seviye olan 1.126.690 öğrenciye ulaşmıştır. IEE (2024), Amerika'daki uluslararası öğrencilerin sayısındaki artışı incelenirken, 2018 ve 2019 yıllarında Çin'in 369.548 öğrenci ile ilk sırada yer aldığını görülmektedir. Ancak 2023 ve 2024 yıllarında Hindistan, 331.602 öğrenci ile birinci sıraya yükselmiştir. Tabloyu incelediğimizde, 2018-2019 döneminde özellikle Asya ülkelerinin öne çıktığı, ilk üçteki ülkelerin (Çin, Hindistan ve Güney Kore) dengeli bir şekilde yer aldığı gözlemlenmektedir. 2024 yılına bakıldığında, listede Arap Yarımadası'ndan hiçbir ülke kalmadığını ve Asya ile Amerika'nın çevresindeki ülkelerin ilk sıralara yükseldiğini görüyoruz. 2023 ve 2024 yıllarında Hindistan birinci sırada bulunurken, diğer ülkelerin (özellikle dördüncü ve beşinci sıralardaki ülkelerin) toplam öğrenci sayısının birinci sıradaki ülkenin sayısına ancak yaklaşabildiği görülmektedir. Ayrıca, ülkelerin nüfuslarının da bu verilerde dikkate alınması gerektiği anlaşılmaktadır.

Amerika Birleşik Devletleri üniversitelerinde eğitim alan uluslararası öğrencilerin ülke sıralamasına bakıldığında Hindistan başta olmak üzere sırasıyla Çin, Güney Kore, Kanada, Tayvan, Vietnam, Nijerya ve Japonya olduğu görülmektedir. Türkiye'ye gelen uluslararası öğrencilerin ülke profilleri ile Amerika Birleşik Devletleri'ne giden öğrencilerin ülkeleri karşılaştırıldığında ABD'ye giden öğrencilerin coğrafi ve kültürel yakınlığın olmadığı anlaşılmaktadır.

ABD'nin uluslararası öğrenciye ev sahipliği yapıyor olmasının nedenlerine bakıldığında ülkenin yükseköğretiminin yüksek kaliteli ünü, kurumun uluslararası ünü, sıralamalarda üstlerde yer alması, İngilizceyi İngilizce konuşan ülkede geliştirme isteği, uluslararası iş piyasasında artan beklentiler ve yeni bir kültür deneyimlemek gibi nedenlerden dolayı ABD'nin uluslararası öğrencilerin en çok tercih ettiği ülke konumuna geldiği anlaşılmaktadır.

Amerika Birleşik Devletleri'nin küresel anlamda en çok uluslararası öğrenciyi bünyesinde bulundurması ülke ekonomiyeye katkısı açısından önemli bir kalem olduğu da görülmektedir. Nitekim 2013-2014 eğitim-öğretim döneminde 886 bin uluslararası öğrencinin geldiği ABD'de yabancı öğrenciler 2013'te ABD ekonomisine 27 milyar dolar katkı sağladığı belirtilmektedir. (Avcı, 2023) Bir diğer araştırmaya göre ABD'de öğrenci gelirlerinin %70'inin yurt dışından geldiği ve 15 milyon doların sadece harçlar, ikamet masrafları ve çeşitli ihtiyaç giderleri olarak uluslararası öğrenciler tarafından ekonomiyeye doğrudan katkı yaptığı belirtilmektedir. (Levent & Karaevli, Uluslararası Öğrencilerin Eğitime Yönelik Politikalar ve Türkiye için Öneriler, 2013) Son olarak Association of International Educators (NAFSA) 2021-2022 akademik yılında ABD kolejleri ve üniversitelerindeki yaklaşık bir milyon uluslararası öğrencinin ABD ekonomisine 33,8 milyar dolar katkıda bulunduğunu belirtmiştir. (Ruffner, 2023) 2013 yılında uluslararası öğrencilerin ekonomiyeye katkısı 27 milyar dolarken 2022 yılına geldiğimizde yaklaşık 34 milyar dolar olduğu görülmekle birlikte. Bu verilere bakıldığında bile ülke ekonomileri için uluslararası öğrencilerin ekonomiyeye katkıları azımsanmayacak derecede önemlidir.

Uluslararası Öğrencilerin ABD ve Türkiye'de Eğitimlerine Devam Etme Nedenleri

Uluslararası öğrencilerin ABD ve Türkiye'de eğitimlerine devam etme nedenleri oldukça çeşitlidir. Öncelikle, her iki ülke de dünya çapında tanınan üniversitelere ev sahipliği yapmaktadır. ABD, araştırma olanakları ve akademik mükemmeliyeti ile öne çıkarken, Türkiye, son yıllarda uluslararasılaşma çabalarıyla dikkat çekmektedir. Öğrenciler, bu üniversitelerde aldıkları eğitimle global kariyer fırsatlarını artırmayı hedeflemektedir. Ayrıca, farklı kültürleri tanıma ve çeşitli sosyal deneyimler yaşama fırsatı da önemli bir motivasyon kaynağıdır. ABD'nin çok kültürlü yapısı ve Türkiye'nin tarihi zenginlikleri, öğrencilerin kişisel gelişimlerine katkıda bulunmaktadır.

Dil öğrenimi de diğer bir önemli faktördür; İngilizce, uluslararası iletişimde en yaygın dil olduğu için ABD'de eğitim almak, öğrencilerin dil becerilerini geliştirmelerine yardımcı olmaktadır. Türkiye'de ise Türkçe öğrenme fırsatı, yerel kültüre entegrasyonu

kolaylaştırmaktadır. Bunun yanı sıra, her iki ülke de uluslararası öğrenciler için staj ve iş imkanları sunmaktadır. ABD, global şirketlerin merkezi olması nedeniyle kariyer fırsatları açısından avantaj sağlarken, Türkiye'nin gelişen ekonomisi de öğrencilere çeşitli fırsatlar kapıları aralamaktadır. Son olarak hem ABD'de hem de Türkiye'de, uluslararası öğrencilere yönelik destek hizmetleri bulunmaktadır. Bu destekler, akademik danışmanlık ve sosyal etkinlikler gibi çeşitli olanakları içerir. Tüm bu nedenler, uluslararası öğrencilerin eğitimlerine devam etme kararlarını şekillendirmektedir.

Sonuç

Uluslararası öğrencilerin Türkiye ve ABD'de eğitim alma tercih ve eğilimleri karşılaştırıldığında, Türkiye'ye eğitim almak için gelen öğrencilerin genellikle coğrafi ve kültürel yakınlık olan ülkelere geldiği görülmektedir. Türkiye, uluslararası öğrenci hareketliliği kapsamında politikalarına 1990'lı yıllarda başlamış ve bu açıdan ABD'ye göre daha yakın bir tarihi geçmişe sahiptir. Ancak Türkiye, her yıl giderek artan sayıda uluslararası öğrenci çekmekte ve farklı ülkelerin tercih ettiği bir ülke konumuna doğru ilerlemektedir. Bu durum, Türkiye'nin eğitim kalitesinin artması ve uluslararasılaşma çabalarının etkisiyle doğrudan ilişkilidir.

ABD üniversitelerinin tercih sebepleri arasında, ülkenin gelişmiş olması, teknolojik ve bilimsel faaliyetlere öncülük etmesi ve en önemlisi dünya dili olarak kabul edilen İngilizcenin konuşulması yer almaktadır. Bu faktörler, uluslararası öğrencilerin ABD'yi tercih etmelerinin başlıca nedenleridir. Ayrıca, ABD'deki üniversitelerin sunduğu geniş araştırma olanakları ve kaliteli eğitim, öğrencilerin bu ülkeyi seçmelerinde etkili olmaktadır. Ekonomik açıdan bakıldığında, uluslararası öğrencilerin her iki ülkeye sağladığı katkılar dikkate değerdir. Amerika Birleşik Devletleri, uluslararası öğrenciler sayesinde ekonomisine yıllık yaklaşık 27 milyar dolar katkı sağlarken, Türkiye'ye ise bu rakam yıllık 2,1 milyar dolardır. Bu veriler, ülkeler açısından uluslararası öğrencilerin ekonomiye olan katkılarını gösterirken, eğitim ihracatının da diğer ihracat kalemleri arasında önemli bir yer teşkil ettiğini ortaya koymaktadır.

Uluslararası öğrenciler, sadece maddi bir sermaye sağlamanın ötesinde, buldukları ülkelere kültürel zenginlikler katmaktadır. Farklı kültürlerden gelen öğrenciler, yerel toplumlarla etkileşimde bulunarak kültürel değişim ve çeşitlilik yaratmaktadır. Bu, sadece ekonomik değil, sosyal ve kültürel açıdan da iki ülke için büyük bir kazançtır. Sonuç olarak, uluslararası öğrencilerin eğitim alma tercihleri hem Türkiye hem de ABD için önemli fırsatlar sunmakta ve her iki ülkenin de uluslararası eğitim alanındaki rekabetçiliğini artırmaktadır.

Kaynakça:

Avcı, E. (2023, November 3). ABD'de Yüksek Öğretim En Önemli İhraç Alanlarından. Anadolu Ajansı <https://www.aa.com.tr/tr/egitim/abdde-yukse-ogretim-en-onemli-ihrac-alanlarindan/99803#>

Avşar, F. S. & Beşe, G. G. (2023). Bir Liderlik Örneği: İstanbul Medipol Üniversitesi Ayrımcılığı Önleme ve Eşitlik Ombudsmanlığı Ofisi. Uluslararası Liderlik Çalışmaları Dergisi: Kuram ve Uygulama, 6(3), 214-226. <https://doi.org/10.52848/ijls.1407296>

Aydoğmuş, H. (2023, September). ABD'ye En Çok Uluslararası Öğrenci Nereden Geliyor? TRT Haber. <https://www.trthaber.com/haber/dunya/abdye-en-cok-uluslararasi-ogrenci-nereden-geliyor-500061.html>

Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu (DEİK). (2013). Uluslararası Yüksek Öğretim Ve Türkiye'nin Konumu. İstanbul.

Economic Impact Of International Students. (2023). Institute Of International Education. <https://www.iese.org/research/initiatives/open-doors/economic-impact-of-international-students/>

Kabırova, A. (2023). Uluslararası Öğrencilerin Türkiye'ye Ekonomik Katkısı. Uluslararası Öğrenci Dernekleri Federasyonu. <https://ufed.org.tr/dosyalar/arge/2023-3-29-uluslararasi-ogrenciler-ekonomik-katkilari.pdf>

Levent, F., & Karaevli, Ö. (2013). Uluslararası Öğrenci Hareketliliğinde Türkiye'nin Durumu. Eğitim Bilimleri Dergisi, 107.

Levent, F., & Karaevli, Ö. (2013). Uluslararası Öğrencilerin Eğitimine Yönelik Politikalar ve Türkiye İçin Öneriler. Eğitim Bilimleri Dergisi, 102.

Özvar, E. (2023). Yükseköğretim Kurulu. <https://www.yok.gov.tr/sayfalar/haberler/2022/yuksekogretimde-uluslararasilasma-ve-turkiye-deki-universitelerin-uluslararasi-gorunurlugunu-artirma-calistayi.aspx>

Ruffner, M. (2023). Findings Underscore Need For A National 'Road Map' To Guide Recovery And Future Growth. Association Of International Educators. <https://www.nafsa.org/about/about-nafsa/new-nafsa-data-reveal-international-student-economic-contributions-us-still-below>

Tekin, M. K. (2022). Dünya'da ve Türkiye'de Uluslararası Öğrenci Hareketliliğinin Mekânsal Perspektiften İncelenmesi. Ege Coğrafya Dergisi, 139-154.

Uıs. Stat. (2023). Menşe Kıtalarına Göre Gelen Uluslararası Hareketli Öğrenciler. Uıs.Stat. <Http://Data.Uis.Unesco.Org/Index.Asp?Queryid=3804#>

UDEF (2023). ABD'de Uluslararası Öğrencilik, Uluslararası Öğrenci Dernekleri Federasyonu. Üniversite. (2023). Etimoloji Türkçe. <Https://Www.Etimolojiturkce.Com/Kelime/Universite>

Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı. (2023). Uluslararası Öğrenci Hareketliliği. Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı. <Https://Ytb.Gov.Tr/Daireler/Uluslararası-Oğrenciler/Uluslararası-Oğrenci-Hareketliliği>